

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "การใช้สื่อใหม่ในการตอบสนองความต้องการการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นในยุคสังคมสารสนเทศ" ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล และพฤติกรรมการใช้สื่อ
- ส่วนที่ 2 ช่องทางและประสบการณ์การสื่อสารเรื่องเพศ
- ส่วนที่ 3 แรงจูงใจทางสังคม ทางจิตวิทยา และด้านคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเพื่อการแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ
- ส่วนที่ 4 การเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการใช้อินเทอร์เน็ตกับการสื่อสารเรื่องเพศ
- ส่วนที่ 5 ทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 : ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้สื่อ

จากผลการสำรวจเกี่ยวกับลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลของวัยรุ่นที่ใช้สื่อใหม่ในการสื่อสารเรื่องเพศ โดยจะนำเสนอตามลักษณะภูมิอำนาจของกลุ่มตัวอย่าง ได้ผลการวิจัยดังนี้

1.1 ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล

1.1.1 เพศ

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น ที่เป็นเพศชายมีสัดส่วน คิดเป็นร้อยละ 42.5 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.5 โดยสามารถจำแนกเป็นรายภาคได้ดังนี้ กรุงเทพมหานคร มีกลุ่มตัวอย่าง เพศชาย ร้อยละ 51.1 และ เพศหญิง ร้อยละ 48.9 ภาคเหนือ มีกลุ่มตัวอย่าง เพศชาย ร้อยละ 50.0 และ เพศหญิง ร้อยละ 50.0 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีกลุ่มตัวอย่าง เพศชาย ร้อยละ 29.0 และ เพศหญิง ร้อยละ 71.0 ส่วนภาคใต้ มีกลุ่มตัวอย่าง เพศชาย ร้อยละ 25.6 และเพศหญิง ร้อยละ 74.4 ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น โดยจำแนกตามเพศ และภูมิภาค

ภาค	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
กรุงเทพมหานคร	91	[51.1]	87	[48.9]	178	[100.0]
เหนือ	41	[50.0]	41	[50.0]	82	[100.0]
ตะวันออกเฉียงเหนือ	18	[29.0]	44	[71.0]	62	[100.0]
ใต้	20	[25.6]	58	[74.4]	78	[100.0]
รวม	170	[42.5]	230	[57.5]	400	[100.0]

1.1.2 อายุ

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 18 - 22 ปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 74.8 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาเป็นกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.5 และอายุมากกว่า 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น โดยจำแนกตามช่วงอายุ และภูมิภาค

ภาค	ช่วงอายุ				รวม
	ไม่ตอบ	ต่ำกว่า 18 ปี	18-22 ปี	มากกว่า 22 ปี	
กรุงเทพมหานคร	-	33 [18.5]	138 [77.5]	7 [3.9]	178 [100.0]
เหนือ	3 [3.7]	13 [15.9]	64 [78.0]	2 [2.4]	82 [100.0]
ตะวันออกเฉียงเหนือ	-	26 [41.9]	36 [58.1]	-	62 [100.0]
ใต้	2 [2.6]	14 [17.9]	61 [78.2]	1 [1.3]	78 [100.0]
รวม	5 [1.3]	86 [21.5]	299 [74.8]	10 [2.5]	400 [100.0]

1.1.3 ลักษณะที่พักอาศัย

ลักษณะที่พักอาศัยของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นส่วนใหญ่ร้อยละ 42.8 ที่พักอาศัยอยู่ที่บ้านของตนเอง รองลงมาคือ อยู่หอพักในมหาวิทยาลัยคิดเป็นร้อยละ 27.7 เมื่อจำแนกรายละเอียดตามภูมิภาคพบว่า กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 42.8 ที่พักอาศัยอยู่ที่บ้านของตนเอง รองลงมาคือ ร้อยละ 18.8 ที่พักอาศัยอยู่ที่หอพักทั่วไป อพาร์ทเมนท์ คอนโดมิเนียม ภาคเหนือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 38.3 ที่พักอาศัยอยู่ที่บ้านของตนเอง รองลงมาคือ ร้อยละ 34.6 ที่พักอาศัยอยู่ที่หอพักทั่วไป อพาร์ทเมนท์ คอนโดมิเนียม เป็นที่น่าสังเกตว่า วัยรุ่นนิสิตนักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 85.5 ที่พักอาศัยอยู่ในหอพักในมหาวิทยาลัย ภาคใต้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 32.1 ที่พักอาศัยอยู่หอพักในมหาวิทยาลัย รองลงมาคือ ร้อยละ 30.8 ที่พักอาศัยอยู่ที่บ้านตนเอง ดังรายละเอียดในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงลักษณะที่พักอาศัยโดยจำแนกตามภูมิภาค

ที่พักอาศัย	ภูมิภาค				รวม
	กรุงเทพมหานคร	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	ใต้	
บ้านตนเอง	110 [62.5]	31 [38.3]	5 [8.1]	24 [30.8]	170 [42.8]
หอพักในมหาวิทยาลัย	15 [8.5]	17 [21.0]	53 [85.5]	25 [32.1]	110 [27.7]
หอพักทั่วไป อพาร์ทเมนท์ คอนโดมิเนียม	33 [18.8]	28 [34.6]	4 [6.5]	19 [24.4]	84 [21.2]
บ้านญาติ	15 [8.5]	5 [6.2]	-	6 [7.7]	6.5 [7]
อื่นๆ	3 [1.7]	-	-	4 [5.1]	7 [1.8]
รวม	176 [100]	81 [100]	62 [100]	78 [100]	397 [100]

1.1.4 กิจกรรมที่ทำ ขณะอยู่ที่บ้าน

กิจกรรมของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่มักจะทำขณะอยู่บ้านเป็นอันดับที่ 1 คือ ดูโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมาคือ เล่นอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 9.5 ฟังวิทยุ ร้อยละ 8.8 และเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 8.0 ส่วนการอ่านหนังสือเรียนหรือทำการบ้าน และคุยกับคนในบ้าน มีผู้ระบุ

ว่าเป็นกิจกรรมอันดับที่ 1 ร้อยละ 4.8 ซึ่งทำน้อยกว่ากิจกรรมอื่นๆ เกือบทั้งหมด ดังรายละเอียดในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงกิจกรรมที่ทำขณะอยู่ที่บ้านของกลุ่มตัวอย่าง

กิจกรรม	อันดับที่ 1		อันดับที่ 2		อันดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ดูโทรทัศน์	118	[29.5]	53	[13.3]	47	[11.8]
อ่านหนังสือเรียน / ทำการบ้าน	19	[4.8]	22	[5.5]	47	[11.8]
อ่านหนังสือทั่วไป	22	[5.5]	27	[6.8]	42	[10.5]
เล่นอินเทอร์เน็ต	38	[9.5]	41	[10.3]	33	[8.3]
เล่นเกมคอมพิวเตอร์	32	[8.0]	36	[9.0]	29	[10.5]
ฟังวิทยุ	35	[8.8]	75	[18.8]	42	[10.5]
คุยกับคนในบ้าน	19	[4.8]	32	[8.0]	26	[6.5]
คุยโทรศัพท์กับเพื่อน	27	[6.8]	21	[5.3]	36	[9.0]
ทำงานอดิเรก	8	[2.0]	18	[4.5]	21	[5.3]
กิจกรรมอื่นๆ	8	-	4	-	9	[2.0]

1.2 ลักษณะพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ (อินเทอร์เน็ต)

1.2.1 ระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต

จำนวนชั่วโมงในการใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละวันของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นส่วนใหญ่ ร้อยละ 33.6 ใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ ร้อยละ 21.1 ระบุว่าใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมงต่อวัน เมื่อจำแนกเป็นรายภาค พบว่า กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 29.2 ใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมงต่อวัน ในใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละวัน ภาคเหนือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 40.2 ใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมงต่อวัน ในใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละวัน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ร้อยละ 40.3 ใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมงต่อวัน ในใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละวัน ภาคใต้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 31.2 ใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมงต่อวัน ดังรายละเอียดในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละวันของกลุ่มตัวอย่าง

ระยะเวลาการใช้งาน อินเทอร์เน็ตแต่ละวัน	ภูมิภาค				รวม
	กรุงเทพ มหานคร	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	ใต้	
• ประมาณ 2 ชั่วโมง	52 [29.2]	33 [40.2]	25 [40.3]	24 [31.2]	134 [33.6]
• น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	35 [19.7]	20 [24.4]	11 [17.7]	18 [23.4]	84 [21.1]
• มากกว่า 3 ชั่วโมง	29 [16.3]	11 [13.4]	14 [22.6]	13 [16.9]	67 [16.8]
• ประมาณ 1 ชั่วโมง	38 [21.3]	9 [11.0]	5 [8.1]	6 [7.8]	58 [14.5]
• ประมาณ 3 ชั่วโมง	24 [13.5]	9 [11.0]	7 [11.3]	16 [20.8]	56 [4.0]
รวม	178 [100]	82 [100]	62 [100]	77 [100]	399 [100]

1.2.2 รูปแบบการใช้อินเทอร์เน็ต

รูปแบบการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่น สามารถอธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างใช้อินเทอร์เน็ตของที่ทำงานหรือสถานศึกษา เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 51.6 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ ชื้อชั่วโมงอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 27.6 เมื่อจำแนกเป็นรายภาค พบว่ากรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 40.8 ใช้อินเทอร์เน็ตของที่ทำงานหรือสถานศึกษา ภาคเหนือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 68.3 ใช้อินเทอร์เน็ตของที่ทำงานหรือสถานศึกษา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 56.5 ใช้อินเทอร์เน็ตของที่ทำงานหรือสถานศึกษา ภาคใต้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 54.5 ใช้อินเทอร์เน็ตของที่ทำงานหรือสถานศึกษา ดังรายละเอียดในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงรูปแบบการใช้อินเตอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง

รูปแบบการใช้อินเตอร์เน็ต	ภูมิภาค				รวม
	กรุงเทพ มหานคร	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	ใต้	
• ใช้อินเทอร์เน็ตของที่ทำงานหรือสถานศึกษา	71 [40.8]	56 [68.3]	35 [56.5]	42 [54.5]	204 [51.6]
• ใช้อินเทอร์เน็ตชื้อชั่วโมง	58 [33.3]	15 [18.3]	18 [29.0]	18 [23.4]	109 [27.6]
• ใช้อินเทอร์เน็ตตามสถานบริการสาธารณะ	18 [10.3]	5 [6.1]	5 [8.1]	10 [13.0]	38 [9.6]
• ใช้อินเทอร์เน็ตโดยรับเป็นสมาชิกรายเดือน	23 [13.2]	4 [4.9]	4 [6.5]	2 [2.6]	33 [8.4]
• อื่นๆ	4 [2.3]	2 [2.4]	-	5 [6.5]	11 [2.8]
รวม	174 [100]	82 [100]	62 [100]	77 [100]	395 [100]

1.2.3 สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต

สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นส่วนใหญ่ร้อยละ 42.2 ใช้อินเทอร์เน็ตของสถานศึกษา รองลงมาคือ ร้อยละ 28.5 ใช้ในห้องส่วนตัว เมื่อจำแนกเป็นรายภาค พบว่า กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 34.1 ใช้อินเทอร์เน็ตในห้องส่วนตัว รองลงมาคือ ร้อยละ 26.7 ใช้ในสถานศึกษา ภาคเหนือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 58.5 ใช้อินเทอร์เน็ตในสถานศึกษา รองลงมาคือ ร้อยละ 20.7 ใช้ในห้องส่วนตัว ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 61.3 ใช้อินเทอร์เน็ตในสถานศึกษา รองลงมาคือ ร้อยละ 22.6 ใช้ในห้องส่วนตัว ภาคใต้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 44.7 ใช้อินเทอร์เน็ตในสถานศึกษา รองลงมาคือ ร้อยละ 28.9 ใช้ในห้องส่วนตัว ดังรายละเอียดในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง

สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต	ภูมิภาค				รวม
	กรุงเทพมหานคร	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	ใต้	
* สถานศึกษา	47 [26.7]	48 [58.5]	38 [61.3]	34 [44.7]	167 [42.2]
* ห้องส่วนตัว	60 [34.1]	17 [20.7]	14 [22.6]	22 [28.9]	113 [28.5]
* ที่สาธารณะในบ้าน	46 [26.1]	8 [9.8]	7 [11.3]	9 [11.8]	70 [17.7]
* ร้านค้า หรืออินเทอร์เน็ตคาเฟ่	20 [11.4]	7 [8.5]	3 [4.8]	9 [11.8]	39 [9.8]
* อื่นๆ	3 [1.7]	2 [2.4]	-	2 [2.6]	7 [1.8]
รวม	176 [100]	82 [100]	62 [100]	76 [100]	396 [100]

1.3 การใช้สื่อเพื่อติดต่อสื่อสารและแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ

1.3.1 ประเภทของสื่อใหม่ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารเพื่อการแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ

ประเภทของการใช้สื่อใหม่ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นส่วนใหญ่ร้อยละ 65.3 ใช้สื่อใหม่ประเภทเว็บไซต์ รองลงมาคือ ร้อยละ 15.8 ใช้สื่อใหม่ประเภทอีเมล ในส่วนของห้องสนทนา กระดานข่าว และบริการออดิโอเท็กซ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้ในการติดต่อสื่อสารเพื่อการแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ ร้อยละ 8.7 7.9 และ 0.5 ตามลำดับ ซึ่งเมื่อจำแนกเป็นรายภาค พบว่า กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างใช้เว็บไซต์เป็นส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมาคือ ร้อยละ 13.7 ใช้สื่อใหม่ประเภทอีเมล ภาคเหนือ กลุ่มตัวอย่างใช้เว็บไซต์เป็นส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ

71.4 รองลงมาคือ ร้อยละ 16.9 ใช้สื่อใหม่ประเภทอีเมล ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลุ่มตัวอย่างใช้เว็บไซต์เป็นส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 70.7 รองลงมาคือ ร้อยละ 13.8 ใช้สื่อใหม่ประเภทอีเมล ภาคใต้ กลุ่มตัวอย่างใช้เว็บไซต์เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็น ร้อยละ 67.5 รองลงมาคือ ร้อยละ 20.8 ใช้สื่อใหม่ประเภทอีเมล ดังรายละเอียดในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนผู้ใช้สื่อใหม่ประเภทต่างๆ ในการติดต่อ สื่อสาร เพื่อการแสวงหาข่าวสารเรื่องที่ต้องการรู้

ประเภทของสื่อใหม่	ภูมิภาค				รวม
	กรุงเทพมหานคร	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	ใต้	
เว็บไซต์	100 [59.5]	55 [71.4]	41 [70.7]	52 [67.5]	248 [65.3]
อีเมล	23 [13.7]	13 [16.9]	8 [13.8]	16 [20.8]	60 [15.8]
ห้องสนทนา	25 [14.9]	4 [5.2]	3 [5.2]	1 [1.3]	33 [8.7]
กระดานข่าว	15 [8.9]	5 [6.5]	5 [8.6]	5 [6.5]	30 [7.9]
อื่นๆ	3 [1.8]	-	1 [1.7]	3 [3.9]	7 [1.8]
บริการออดิโอเท็กซ์	2 [1.2]	-	-	-	2 [0.5]
รวม	168 [100]	77 [100]	58 [100]	77 [100]	380 [100]

1.3.2 ช่องทางในการตอบสนองความต้องการความรู้และความบันเทิงเรื่องเพศ

ช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นใช้ในการตอบสนองความต้องการข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิงเรื่องเพศ ปรากฏว่า ช่องทางที่เลือกเป็นอันดับที่ 1 คือ วิซีดี คิดเป็นร้อยละ 17.0 รองลงมา คือ เว็บไซต์เรื่องเพศ คิดเป็นร้อยละ 15.8 ของกลุ่มตัวอย่าง และเพื่อนหรือผู้ปกครอง คิดเป็นร้อยละ 12.0 ส่วนนิตยสารและโทรทัศน์ถูกระบุว่ามีการเลือกใช้เป็นอันดับหนึ่งในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ ร้อยละ 10.8 ดังรายละเอียดในตารางที่ 9

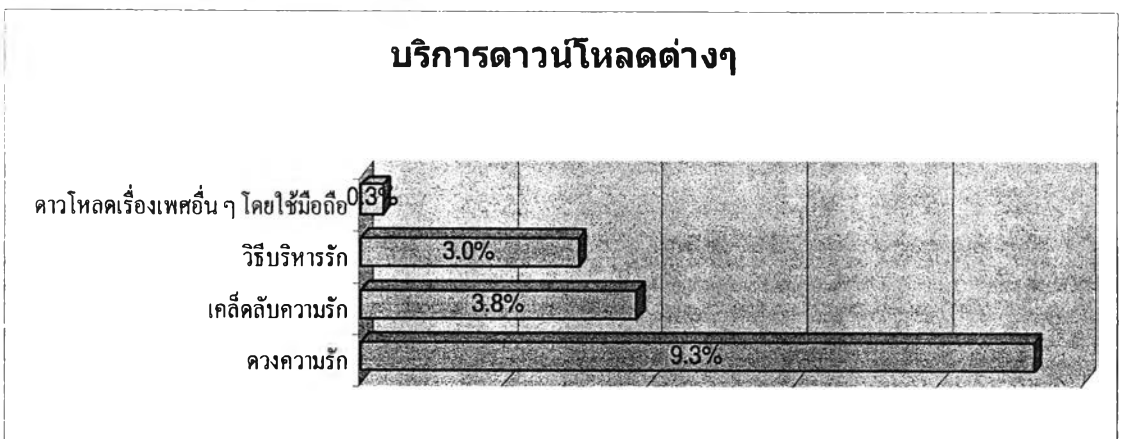
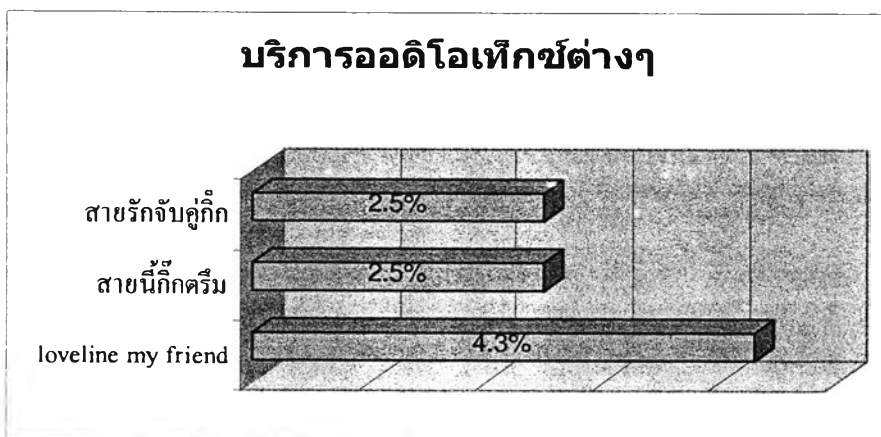
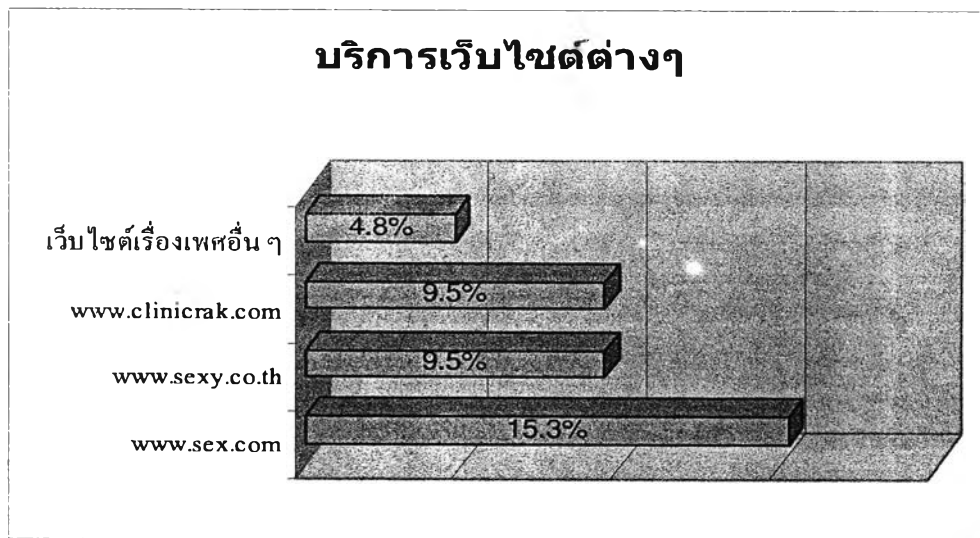
ตารางที่ 9 แสดงช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการตอบสนองความต้องการความรู้ และ ความบันเทิงเรื่องเพศ

ช่องทางการสื่อสาร	อันดับที่ 1		อันดับที่ 2		อันดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วีซีดี	68	[17.0]	39	[9.8]	32	[8.0]
เว็บไซต์เรื่องเพศ	63	[15.8]	61	[15.3]	52	[13.0]
อีเมล	23	[5.8]	19	[4.8]	21	[5.3]
เพื่อนหรือผู้ปกครอง	48	[12.0]	25	[6.3]	46	[11.5]
หนังสือพิมพ์	25	[6.3]	40	[10.0]	26	[6.5]
นิตยสาร	43	[10.8]	43	[10.8]	49	[12.3]
เว็บบอร์ด	17	[4.3]	30	[7.5]	21	[5.3]
โทรทัศน์	43	[10.8]	48	[12.0]	53	[13.3]
วิทยุกระจายเสียง	3	[0.8]	7	[1.8]	4	[1.0]
วิดีโอ	6	[1.5]	7	[1.8]	10	[2.5]
หนังสือเล่ม หรือคู่มือต่างๆ	15	[3.8]	24	[6.0]	27	[6.8]
ห้องสนทนา	5	[1.3]	11	[2.8]	10	[2.5]
บริการออดิโอเท็กซ์	2	[0.5]	2	[0.5]	6	[1.5]

1.3.3 จำนวนการใช้บริการเว็บไซต์ ออดิโอเท็กซ์ และดาวนโหลดต่างๆ ในการพูดคุย หาข้อมูล ความรู้ และความบันเทิงเกี่ยวกับเรื่องเพศ

ข้อมูลการใช้บริการเว็บไซต์ ออดิโอเท็กซ์ และดาวนโหลดต่างๆ ในการพูดคุย หาข้อมูล ความรู้ และความบันเทิงเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปได้ดังนี้ บริการเว็บไซต์ ส่วนใหญ่ ใช้บริการเว็บไซต์ www.sex.com ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 15.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนบริการ ออดิโอเท็กซ์ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้บริการออดิโอเท็กซ์ [loveline my friend](http://loveline.myfriend) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 4.3 ของ กลุ่มตัวอย่างที่ระบุว่าใช้บริการออดิโอเท็กซ์ และบริการดาวนโหลดข้อมูล ซึ่งส่วนใหญ่ใช้บริการ ดาวนโหลด ดวงความรัก ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 9.3 ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ดังรายละเอียดในกราฟที่ 1

กราฟที่ 1 แสดงการใช้บริการเว็บไซต์ ออดิโอเท็กซ์ และดาวนโหลดต่างๆ ในการพูดคุย หาข้อมูล ความรู้และความบันเทิงเกี่ยวกับเรื่องเพศของหน่วยตัวอย่าง โดยคิดเป็นร้อยละ



ส่วนที่ 2 : ช่องทางและประสบการณ์ในการสื่อสารเรื่องเพศ

2.1 ความถี่ในการสื่อสารเรื่องเพศผ่านช่องทางต่างๆ

แหล่งสารหรือช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นประจำในทางการสื่อสารหรือรับรู้ข่าวสารเรื่องเพศ โดยเรียงตาม 5 อันดับสูงสุด ได้แก่ อันดับที่ 1 คือ โทรทัศน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.99 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือ เพื่อน ครู หรือผู้ปกครอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.83 อันดับที่ 3 คือ หนังสือพิมพ์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.72 อันดับที่ 4 คือ วิซีดี / ดีวีดี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.68 และอันดับที่ 5 คือ เว็บไซต์เรื่องเพศ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.33 ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้บริการออกดีไอเท็กซ์ เป็นช่องทางที่วัยรุ่นใช้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.46 ดังรายละเอียดในตารางที่ 10

ตารางที่ 10 แสดงความถี่ในการสื่อสารผ่านแหล่งสาร / ช่องทางการสื่อสารต่างๆ ในการรับรู้ข่าวสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่าง

แหล่งสาร / ช่องทางการสื่อสาร	ระดับความถี่ในการสื่อสาร					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	ไม่เคย เลย	นาน ๆ ครั้ง	หลายครั้ง แต่ไม่บ่อย	บ่อยพอ สมควร	เป็น ประจำ		
โทรทัศน์	38 [9.6]	116 [29.2]	102 [25.7]	92 [23.2]	49 [12.3]	2.99	1.185
เพื่อน ครูหรือผู้ปกครอง	53 [13.4]	104 [26.2]	132 [33.2]	74 [18.6]	34 [8.6]	2.83	1.140
หนังสือพิมพ์	51 [12.8]	149 [37.5]	90 [22.7]	75 [18.9]	32 [8.1]	2.72	1.151
วีซีดี / ดีวีดี	79 [19.9]	126 [31.8]	75 [18.9]	76 [19.2]	40 [10.1]	2.68	1.270
นิตยสาร	42 [10.6]	154 [38.8]	119 [30.0]	57 [14.4]	25 [6.3]	2.67	1.049
เว็บไซต์เรื่องเพศ	130 [32.9]	114 [28.9]	70 [17.7]	51 [12.9]	30 [7.6]	2.33	1.264
วิดีโอ	131 [32.9]	137 [34.4]	63 [15.8]	46 [11.6]	21 [5.3]	2.22	1.270

แหล่งสาร / ช่องทางการสื่อสาร	ระดับความถี่ในการสื่อสาร					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	ไม่เคย เลย	นานๆ ครั้ง	หลายครั้ง แต่ไม่บ่อย	บ่อยพอ สมควร	เป็น ประจำ		
กระดานข่าวในอินเทอร์เน็ต	147 [37.2]	105 [26.6]	79 [20.0]	47 [11.9]	17 [4.3]	2.19	1.184
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (อีเมล)	170 [43.3]	89 [22.6]	64 [16.3]	47 [12.0]	23 [5.9]	2.15	1.258
หนังสือเล่ม หรือคู่มือต่างๆ	111 [28.0]	171 [43.2]	88 [22.2]	21 [5.3]	5 [1.3]	2.09	.907
ห้องสนทนาในอินเทอร์เน็ต	171 [43.3]	109 [27.6]	64 [16.2]	37 [9.4]	14 [3.5]	2.02	1.136
เคเบิลทีวี	177 [44.9]	109 [27.7]	59 [15.0]	40 [10.2]	9 [2.3]	1.97	1.101
วิทยุกระจายเสียง	185 [46.7]	112 [28.3]	60 [15.2]	28 [7.1]	11 [2.8]	1.91	1.071
บริการรอดิโอเท็กซ์	292 [73.9]	50 [12.7]	30 [7.6]	19 [4.8]	4 [1.0]	1.46	.902

แหล่งสาร / ช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างใช้ เป็นประจำมากที่สุด ในการสื่อสารหรือรับรู้ข่าวสารเรื่องเพศมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายภาค โดยแบ่งตามภูมิภาค ได้แก่

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ใช้โทรทัศน์เป็นช่องทางการสื่อสารหรือรับรู้ข่าวสารเรื่องเพศ โดยเฉลี่ยมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.40 รองลงมา คือ วิทยุ / ดีวีดี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.16

กรุงเทพมหานคร ใช้เพื่อน ครู หรือผู้ปกครองเป็นช่องทางการสื่อสารหรือรับรู้ข่าวสารเรื่องเพศโดยเฉลี่ยมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.85 รองลงมา คือ โทรทัศน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.76

ภาคเหนือ ใช้เพื่อน ครู หรือผู้ปกครองเป็นช่องทางการสื่อสารหรือรับรู้ข่าวสารเรื่องเพศ โดยเฉลี่ยมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.79 รองลงมา คือ วิทยุ / ดีวีดี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.77

ภาคใต้ ใช้โทรศัพท์เป็นช่องทางการสื่อสารหรือรับรู้ข่าวสารเรื่องเพศ โดยเฉลี่ยมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.06 รองลงมา คือ เพ็ชร์ ครู หรือผู้ปกครอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.96 ดังรายละเอียด ในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงแหล่งสาร / ช่องทางการสื่อสารหรือรับรู้ข่าวสารเรื่องเพศตัวอย่าง จำแนกเป็นรายภาค ตามภูมิสำเนาของกลุ่มตัวอย่าง

แหล่งสาร / ช่องทางการสื่อสาร	ตะวันออกเฉียงเหนือ		กรุงเทพมหานคร		เหนือ		ใต้	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
หนังสือพิมพ์	3.15	1.180	2.25	.950	2.68	1.064	2.78	1.198
นิตยสาร	2.92	1.167	2.46	.970	2.66	.906	2.66	1.080
หนังสือเล่มหรือคู่มือต่างๆ	2.10	.946	1.96	.931	2.12	.797	2.12	.932
วิทยุกระจายเสียง	2.49	1.253	1.69	.974	1.67	.962	1.83	.940
โทรศัพท์	3.40	1.230	2.76	1.089	2.73	1.129	3.06	1.184
เพื่อน ครู หรือผู้ปกครอง	2.63	1.148	2.85	1.064	2.79	1.141	2.96	1.174
วิดีโอ	2.59	1.341	1.87	.933	2.27	1.166	2.19	1.152
วีซีดี ดีวีดี	3.16	1.299	2.31	1.161	2.77	1.175	2.57	1.286
เคเบิลทีวี	2.19	1.114	1.84	1.048	2.02	1.088	1.89	1.125
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	2.87	1.343	1.99	1.147	1.81	1.080	1.99	1.211
กระดานข่าว	2.59	1.211	1.96	1.010	2.11	1.158	2.15	1.238
ห้องสนทนา	2.42	1.222	1.68	.857	1.99	1.101	2.03	1.194
เว็บไซต์เรื่องเพศ	2.95	1.264	1.89	.994	2.39	1.326	2.21	1.24
บริการออกดีโอเท็กซ์จากโทรศัพท์	1.91	1.224	1.26	.630	1.30	.679	1.42	.846

2.2 ช่องทางและประสบการณ์ในการสื่อสารและแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ

การเปิดรับข่าวสาร ความบันเทิงเรื่องเพศ ของกลุ่มตัวอย่างผ่านสื่อต่างๆ พิจารณาได้จาก ช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศ กับ ข่าวสารเรื่องเพศที่เคยดู ฟัง และใช้บริการ จากตารางที่ 12 สามารถสรุปได้ว่า

วัยรุ่นใช้สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ การรับรู้ข่าวดาราคันดังหรือบุคคล สำคัญในสังคมกับข่าวเรื่องเพศมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาคือ คอลัมน์ปรึกษาปัญหา เรื่องเพศ คิดเป็นร้อยละ 50.0

วัยรุ่นใช้วิดีโอ วีซีดี ดีวีดี ในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ เนื้อหาหรือภาพที่เกี่ยวกับการร่วมเพศมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาคือ ภาพโป๊ คิดเป็นร้อยละ 44.5

วัยรุ่นใช้วิทยุโทรทัศน์ในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ การรับรู้ข่าวดาราคงหรือบุคคลสำคัญในสังคมกับข่าวเรื่องเพศมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ ข้อมูลเกี่ยวกับเพศศึกษาทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 31.5

วัยรุ่นใช้สื่อบุคคล อันได้แก่ เพื่อนหรือบุคคลต่างๆในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับเพศศึกษาทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.3 รองลงมาคือ ภาพโป๊ คิดเป็นร้อยละ 26.5

วัยรุ่นใช้สื่อใหม่ประเภทเว็บไซต์ในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ ภาพวาบหวิด กระตุ้นอารมณ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ ภาพโป๊ คิดเป็นร้อยละ 43.0

วัยรุ่นใช้สื่อใหม่ประเภทเว็บบอร์ดในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ ความคิดเห็นหรือกระทู้ที่เกี่ยวกับเรื่องเพศมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาคือ การรับรู้ข่าวดาราคงหรือบุคคลสำคัญในสังคมกับข่าวเรื่องเพศ คิดเป็นร้อยละ 23.5

วัยรุ่นใช้สื่อใหม่ประเภทอีเมลในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับภาพโป๊มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคือ ภาพวาบหวิด กระตุ้นอารมณ์ คิดเป็นร้อยละ 28.0

วัยรุ่นใช้สื่อใหม่ประเภทห้องสนทนาในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ การหาคู่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ ความคิดเห็นหรือกระทู้ที่เกี่ยวกับเรื่องเพศ คิดเป็นร้อยละ 22.3

วัยรุ่นใช้บริการออกดีโอเท็กซ์ทางโทรศัพท์ในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ การหาคู่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.3 รองลงมาคือ ข้อมูลเกี่ยวกับเพศศึกษาทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 2.0 ดังรายละเอียดในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 แสดงการรับรู้ หรือดูข่าวสาร ความบันเทิงเรื่องเพศ ของกลุ่มตัวอย่างผ่านสื่อต่างๆ

ข่าวสารเรื่องเพศที่ เคยดู / ฟัง / ใช้ บริการ	สื่อที่ใช้ในการสื่อสารและแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ								
	เว็บไซต์ เรื่องเพศ	สื่อ สิ่งพิมพ์ ต่างๆ	อีเมล	เว็บ บอร์ด	วิดีโอ วีซีดี ดีวีดี	วิทยุ โทรทัศน์	เพื่อน หรือ บุคคล ต่างๆ	ห้อง สนทนา	บริการ ออกดีโอ เท็กซ์
ภาพโป๊	172 [43.0]	189 [47.3]	134 [33.5]	75 [18.8]	178 [44.5]	81 [20.3]	106 [26.5]	29 [7.3]	5 [1.3]

ข่าวสารเรื่องเพศที่ เคยดู / ฟัง / ใช้ บริการ	สื่อที่ใช้ในการสื่อสารและแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ								
	เว็บไซต์ เรื่องเพศ	สื่อ สิ่งพิมพ์ ต่างๆ	อีเมล	เว็บ บอร์ด	วิดีโอ วีซีดี ดีวีดี	วิทยุ โทรทัศน์	เพื่อน หรือ บุคคล ต่างๆ	ห้อง สนทนา	บริการ อดิโอ เท็กซ์
ข่าวดาราคงคนดัง หรือ บุคคลสำคัญในสังคม กับข่าวเรื่องเพศ	117 [29.3]	228 [57.0]	103 [25.8]	94 [23.5]	53 [13.3]	180 [45.0]	96 [24.0]	46 [11.5]	4 [1.0]
ภาพวาบหวาม กระตุ้น อารมณ์ต่างๆ	176 [44.0]	133 [33.3]	112 [28.0]	58 [14.5]	154 [38.5]	83 [20.8]	56 [14.0]	31 [7.8]	4 [1.0]
ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ เพศศึกษาทั่วไป	152 [38.0]	186 [46.5]	52 [13.0]	63 [15.8]	46 [11.5]	126 [31.5]	121 [30.3]	29 [7.3]	8 [2.0]
ข่าว หรือข้อมูล แปลกๆ เรื่องเพศ	158 [39.5]	133 [33.3]	103 [25.8]	78 [19.5]	50 [12.5]	91 [22.8]	102 [25.5]	44 [11.0]	5 [1.3]
เนื้อหาหรือภาพที่ เกี่ยวกับการร่วมเพศ	155 [38.8]	102 [25.5]	85 [21.3]	64 [16.0]	189 [47.3]	59 [14.8]	53 [13.3]	25 [6.3]	5 [1.3]
ภาพวาบหวามแบบ แอบถ่าย	155 [38.8]	74 [18.5]	107 [26.8]	67 [16.8]	153 [38.3]	37 [9.3]	44 [11.0]	35 [8.8]	4 [1.0]
การ์ตูน ภาพล้อเลียน เกี่ยวกับเรื่องเพศ	123 [30.8]	182 [45.5]	105 [26.3]	73 [18.3]	38 [9.5]	62 [15.5]	54 [13.5]	17 [4.3]	5 [1.3]
ความคิดเห็นหรือ กระทู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง เพศ	116 [29.0]	55 [13.8]	65 [16.3]	170 [42.5]	22 [5.5]	46 [11.5]	55 [13.8]	89 [22.3]	4 [1.0]
คอลัมน์ปรึกษา ปัญหาเรื่องเพศ	132 [33.0]	200 [50.0]	31 [7.8]	65 [16.3]	14 [3.5]	87 [21.8]	41 [10.3]	34 [8.5]	7 [1.8]
การหาคู่	58 [14.5]	94 [23.5]	45 [11.3]	72 [18.0]	6 [1.5]	34 [8.5]	94 [23.5]	123 [30.8]	25 [6.3]
การขายสินค้าหรือ บริการทางเพศ	142 [35.5]	63 [15.8]	54 [13.5]	75 [18.8]	28 [7.0]	33 [8.3]	38 [9.5]	69 [17.3]	5 [1.3]

ส่วนที่ 3 : แรงจูงใจทางสังคม ทางจิตวิทยาและด้านคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารและ การแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ

3.1 เหตุผล และแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารและแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ

แรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารและแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่มี
น้ำหนักแรงจูงใจสูงสุด ได้แก่ เพื่อนำไปใช้เป็นเรื่องพูดคุยกับเพื่อน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.34 อยู่ใน
ระดับปานกลาง รองลงมาคือ เนื่องจากเพื่อนๆ แนะนำให้เปิด อ่าน ดู หรือฟัง คิดเป็นค่าเฉลี่ย

3.30 ทั้งนี้แรงจูงใจในการสื่อสารและแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ เพื่อดูหาคู่อที่มีใจตรงกัน หรือรสนิยมตรงกัน มีน้ำหนักแรงจูงใจน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.53 ดังรายละเอียดในตารางที่ 13

ตารางที่ 13 แสดงแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศผ่านสื่อของกลุ่มตัวอย่าง

แรงจูงใจทางสังคม ในการสื่อสารเรื่องเพศ	ระดับน้ำหนักแรงจูงใจ						ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	ไม่จูงใจ ไม่ ต้องการ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด		
เพื่อนำไปใช้เป็นเรื่องพูดคุย กับเพื่อน	59 [14.8]	61 [15.3]	70 [17.6]	125 [31.4]	59 [14.8]	24 [6.0]	3.34	1.444
เนื่องจากเพื่อนๆ แนะนำให้เปิด อ่านดู หรือฟัง	63 [15.9]	58 [14.7]	79 20.0	117 [29.6]	49 [12.4]	29 [7.3]	3.30	2.89
เพื่อแลกเปลี่ยน แสวงหาแนวทาง และความคิดเห็นเกี่ยวกับ เรื่องเพศจากแหล่งต่างๆ	103 [25.8]	61 [15.3]	79 [19.8]	98 [24.6]	49 [12.3]	9 [2.3]	2.89	1.455
เพื่อเป็นช่องทางในการปรึกษา เรื่องเพศกับใครสักคน	98 [24.7]	62 [15.6]	95 [23.9]	96 [24.2]	34 [8.6]	12 [3.0]	2.85	1.408
เพื่อกูหาคู่อที่มีใจตรงกัน หรือ รสนิยมตรงกัน	153 [38.6]	60 [15.2]	64 [16.2]	72 [18.2]	33 [8.3]	14 [3.5]	2.53	1.522

สาเหตุหรือแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารและแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น สามารถอธิบายได้ว่า ค่าเฉลี่ยของระดับน้ำหนักแรงจูงใจมากที่สุด ของเหตุจูงใจหรือความต้องการในการสื่อสารเรื่องเพศผ่านสื่อของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น เมื่อจำแนกรายละเอียดเป็นรายภาค โดยแบ่งตามภูมิภาคได้แก่

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดว่า เหตุจูงใจหรือความต้องการในการสื่อสารเรื่องเพศผ่านสื่อ เพื่อนำไปใช้เป็นเรื่องพูดคุยกับเพื่อน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.79 รองลงมาคือ เนื่องจากเพื่อนๆ แนะนำให้เปิดอ่านดู หรือฟัง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.75

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร คิดว่า เหตุจูงใจ หรือความต้องการในการสื่อสารเรื่องเพศ เพื่อนำไปใช้เป็นเรื่องพูดคุยกับเพื่อน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.08 รองลงมาคือ เนื่องจากเพื่อนๆ แนะนำให้เปิดอ่านดู หรือฟัง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.01

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือ คิดว่า เหตุจูงใจหรือความต้องการในการสื่อสารเรื่องเพศผ่านสื่อ เพื่อนำไปใช้เป็นเรื่องพูดคุยกับเพื่อน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.37 รองลงมาคือ เนื่องจากเพื่อน ๆ แนะนำให้เปิดอ่านดู หรือฟัง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.25

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในภาคใต้ มีเหตุจูงใจหรือความต้องการในการสื่อสารเรื่องเพศผ่านสื่อ เนื่องจากเพื่อน ๆ แนะนำให้เปิดอ่านดู หรือฟัง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.24 รองลงมาคือ เพื่อนำไปใช้เป็นเรื่องพูดคุยกับเพื่อน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.22 ดังรายละเอียดในตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศผ่านสื่อ จำแนกเป็นรายภาค โดยแบ่งตามภูมิภาคของตัวอย่าง

แรงจูงใจทางสังคม ในการสื่อสารเรื่องเพศ	ค่าเฉลี่ยระดับน้ำหนักแรงจูงใจจำแนกเป็นรายภาค							
	ตะวันออกเฉียงเหนือ		กรุงเทพมหานคร		เหนือ		ใต้	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
เพื่อนำไปใช้เป็นเรื่องพูดคุยกับเพื่อน	3.79	1.588	3.08	1.424	3.37	1.209	3.22	1.440
เนื่องจากเพื่อน ๆ แนะนำให้เปิดอ่านดู หรือฟัง	3.75	1.551	3.01	1.418	3.25	1.280	3.24	1.502
เพื่อเป็นช่องทางในการปรึกษาเรื่องเพศกับใครสักคน	3.09	1.492	2.53	1.351	2.84	1.281	2.92	1.440
เพื่อแลกเปลี่ยน แสวงหาแนวทาง และความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องเพศจากแหล่งต่างๆ	2.86	1.448	2.51	1.385	3.04	1.427	3.07	1.487
เพื่อหาคู่ที่มีใจตรงกัน หรือรสนิยมตรงกัน	2.62	1.551	2.36	1.488	2.46	1.525	2.61	1.529

3.2 เหตุผล และแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารและแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ

แรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารและแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่มีน้ำหนักแรงจูงใจสูงสุด ได้แก่ เพื่อหาความรู้ความเข้าใจเรื่องเพศให้มากกว่าเดิม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.63 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ เพื่อความเพลิดเพลิน คลายเครียด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.23 เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปปฏิบัติ แก้ไขเรื่องเพศด้วยตนเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.99 เพื่อร่วเวลาให้ผ่านไป ยามว่าง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.95 ทั้งนี้แรงจูงใจในการสื่อสารและแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ

เพื่อเป็นช่องทางในการสร้างจินตนาการทางเพศด้วยตนเอง มีน้ำหนักแรงจูงใจน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.72 ดังรายละเอียดในตารางที่ 15

ตารางที่ 15 แสดงแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศผ่านสื่อของกลุ่มตัวอย่าง

แรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศ	ระดับน้ำหนักแรงจูงใจ						ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	ไม่จูงใจไม่ต้องการ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
เพื่อหาความรู้ความเข้าใจเรื่องเพศให้มากกว่าเดิม	35 [8.8]	41 [10.3]	67 [16.8]	162 [40.6]	81 [20.3]	13 [3.3]	3.63	1.253
เพื่อความเพลิดเพลินคลายเครียด	79 [19.9]	54 [13.6]	57 [14.4]	125 [31.6]	64 [16.2]	17 [4.3]	3.23	1.495
เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปปฏิบัติ แก้อัศจรรย์เรื่องเพศด้วยตนเอง	87 [22.1]	70 [17.8]	65 [16.5]	115 [29.2]	46 [11.7]	11 [2.8]	2.99	1.441
เพื่อฆ่าเวลาให้ผ่านไป ยามว่าง	95 [24.0]	71 [17.9]	77 [19.4]	86 [21.7]	44 [11.1]	23 [5.8]	2.95	1.525
อยากหาคนเข้าใจและปรึกษาได้อย่างไม่เงินอายผ่านสื่อต่างๆ	104 [26.1]	67 [16.8]	80 [20.1]	88 [22.1]	42 [10.6]	17 [4.3]	2.87	1.493
เพื่อคลายเหงา	126 [31.8]	53 [13.4]	71 [17.9]	105 [26.5]	31 [7.8]	10 [2.5]	2.73	3.23
เพื่อเป็นช่องทางในการสร้างจินตนาการทางเพศด้วยตนเอง	122 [30.7]	63 [15.8]	80 [20.1]	84 [21.1]	35 [8.8]	14 [3.5]	2.72	1.480

สาเหตุหรือแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารและแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น สามารถอธิบายได้ว่า ค่าเฉลี่ยของระดับน้ำหนักแรงจูงใจมากที่สุดของเหตุจูงใจหรือความต้องการในการสื่อสารเรื่องเพศผ่านสื่อของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น เมื่อจำแนกรายละเอียดเป็นรายภาค โดยแบ่งตามภูมิภาคได้แก่

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดว่า เหตุจูงใจหรือความต้องการในการสื่อสารเรื่องเพศผ่าน เพื่อหาความรู้ความเข้าใจเรื่องเพศให้มากกว่าเดิม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมาคือ เพื่อฆ่าเวลาให้ผ่านไป ยามว่าง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.24

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร คิดว่า เหตุจูงใจ หรือความต้องการในการสื่อสารเรื่องเพศ เพื่อหาความรู้ความเข้าใจเรื่องเพศให้มากกว่าเดิม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.30 รองลงมาคือ เพื่อความเพลิดเพลิน คลายเครียด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.11

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือ คิดว่า เหตุจูงใจหรือความต้องการในการสื่อสารเรื่องเพศผ่านสื่อ เพื่อหาความรู้ความเข้าใจเรื่องเพศให้มากกว่าเดิม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมาคือ เพื่อความเพลิดเพลิน คลายเครียด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.62

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในภาคใต้ มีเหตุจูงใจหรือความต้องการในการสื่อสารเรื่องเพศผ่านสื่อ เพื่อหาความรู้ความเข้าใจเรื่องเพศให้มากกว่าเดิม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.69 รองลงมาคือ เพื่อความเพลิดเพลิน คลายเครียด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.10 ดังรายละเอียดในตารางที่ 16

ตารางที่ 16 แรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศผ่านสื่อ จำแนกเป็นรายภาค โดยแบ่งตามภูมิภาคของภูมิภาค

แรงจูงใจทางจิตวิทยา ในการสื่อสารเรื่องเพศ	ค่าเฉลี่ยระดับน้ำหนักแรงจูงใจจำแนกเป็นรายภาค							
	ตะวันออกเฉียงเหนือ		กรุงเทพมหานคร		เหนือ		ใต้	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
เพื่อหาความรู้ความเข้าใจเรื่องเพศให้มากกว่าเดิม	3.72	1.492	3.30	1.260	3.80	1.071	3.69	1.156
เพื่อฆ่าเวลาให้ผ่านไป ยามว่าง	3.24	1.447	2.76	1.454	3.14	1.515	2.79	1.598
เพื่อความเพลิดเพลิน คลายเครียด	3.21	1.536	3.11	1.495	3.62	1.393	3.10	1.504
เพื่อคลายเหงา	3.04	1.599	2.50	1.408	2.81	1.493	2.64	1.374
อยากหาคนเข้าใจและปรึกษาได้ อย่างไม่เงินอายผ่านสื่อต่างๆ	3.09	1.623	2.69	1.356	2.72	1.390	2.94	1.546
เพื่อเป็นแนวทางในการนำไป ปฏิบัติ แก่ไขเรื่องเพศด้วยตนเอง	3.05	1.464	2.86	1.427	3.12	1.461	2.96	1.432
เพื่อเป็นช่องทางในการสร้าง จินตนาการทางเพศด้วยตนเอง	2.93	1.714	2.70	1.472	2.87	1.403	2.52	1.359

3.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบของการใช้สื่อใหม่และแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศ

จากตารางแสดงระดับน้ำหนักแรงจูงใจเกี่ยวกับความได้เปรียบของการใช้สื่อใหม่ในการสื่อสารเรื่องเพศพบว่า สื่อใหม่ได้เปรียบในด้านการค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใด เวลาใดก็ได้ตามต้องการ คิดเป็นค่าเฉลี่ยน้ำหนักแรงจูงใจ 3.61 อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างมาก รองลงมา คือ สามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศ หรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.57 มีข้อมูลหลากหลายค้นหาได้อย่างที่ต้องการรู้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56 รูปแบบมัลติมีเดีย ได้แก่ ภาพเคลื่อนไหว เสียง สี สัน สดสวย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.54 ไม่มีใครเห็นรูปร่างหน้าตาและตัวตนที่แท้จริงของเรา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.51 และช่วยเสริมสร้างจินตนาการทางเพศได้อย่างอิสระ ไร้ขอบเขต มีค่าน้ำหนักแรงจูงใจ อยู่ในระดับปานกลางที่ 3.15 ดังรายละเอียดในตารางที่ 17

ตารางที่ 17 แสดงความได้เปรียบในการสื่อสารเรื่องเพศและแรงจูงใจจากคุณลักษณะของสื่อเทคโนโลยีใหม่

แรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อ	ระดับน้ำหนักแรงจูงใจ					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
ค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใด เวลาใดก็ได้ตามต้องการ	17 [4.3]	37 [9.3]	112 [28.1]	150 [37.6]	83 [20.8]	3.61	1.047
สามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศ หรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ	19 [4.8]	43 [10.9]	116 [29.4]	128 [32.5]	88 [22.3]	3.57	1.097
มีข้อมูลหลากหลายค้นหาได้อย่างที่ต้องการรู้	16 [4.1]	36 [9.2]	124 [31.6]	145 [37.0]	71 [18.1]	3.56	1.020
รูปแบบมัลติมีเดีย ได้แก่ ภาพเคลื่อนไหว เสียง สี สัน สดสวย	22 [5.5]	39 [9.8]	127 [31.9]	123 [30.9]	87 [21.9]	3.54	1.103
ไม่มีใครเห็นรูปร่างหน้าตาและตัวตนที่แท้จริงของเรา	20 [5.0]	45 [11.3]	133 [33.3]	113 [28.3]	88 [22.1]	3.51	1.105
ไม่มีการแบ่งแยกอายุ ชนชั้น หรือสถานภาพใดๆ	27 [6.8]	36 [9.0]	132 [33.2]	132 [33.2]	71 [17.8]	3.46	1.094

แรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อ	ระดับน้ำหนักแรงจูงใจ					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด		
สามารถแสดงออกในการสื่อสาร ได้ตอบ ไม่ว่าการพูดหรือเขียนได้อย่างเต็มที่	25 [6.3]	52 [13.1]	140 [35.4]	114 [28.8]	65 [16.4]	3.36	1.097
มีทางเลือกในการสื่อสารหลายทาง เช่น ค้นหาข่าวสาร	32 [8.0]	54 [13.6]	118 [29.6]	140 [35.2]	54 [13.6]	3.33	1.117
การใช้สื่อใหม่ในการค้นหาข่าวสารเรื่องเพศ ทำให้รู้สึกมีความทันสมัย	41 [10.4]	58 [14.7]	131 [33.2]	114 [28.9]	50 [12.7]	3.19	1.153
ช่วยเสริมสร้างจินตนาการทางเพศได้อย่าง อิสระ ไร้ขอบเขต	47 [11.8]	45 [11.3]	146 [36.7]	120 [30.2]	40 [10.1]	3.15	1.126

ระดับน้ำหนักแรงจูงใจเกี่ยวกับความได้เปรียบของการใช้สื่อใหม่ในการสื่อสารเรื่องเพศ สามารถอธิบายได้ว่า ค่าเฉลี่ยของระดับน้ำหนักแรงจูงใจสูงสุด เกี่ยวกับความได้เปรียบในการสื่อสารเรื่องเพศ ของสื่อเทคโนโลยีใหม่ของกลุ่มตัวอย่าง สามารถจำแนกเป็นรายภาค ตามภูมิฐานะ สามารถอธิบายได้ว่า

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดว่า สื่อใหม่สามารถค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใด เวลาใด ก็ได้ตามต้องการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.70 รองลงมาคือ สามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศ หรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ และรูปแบบมัลติมีเดีย ได้แก่ ภาพ เคลื่อนไหว เสียง สี สัน สดสวย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.42

กรุงเทพมหานคร คิดว่า สื่อใหม่สามารถค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใด เวลาใดก็ได้ตามต้องการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.43 รองลงมาคือ รูปแบบมัลติมีเดีย ได้แก่ ภาพเคลื่อนไหว เสียง สี สัน สดสวย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.37

ภาคเหนือ คิดว่า สื่อใหม่สามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศ หรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.65 รองลงมาคือ รูปแบบมัลติมีเดีย ได้แก่ ภาพเคลื่อนไหว เสียง สี สัน สดสวย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.62

ภาคใต้ คิดว่า สื่อใหม่สามารถมีข้อมูลหลากหลายค้นหาได้อย่างที่ต้องการรู้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.86 รองลงมาคือ สามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศ หรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.77 ดังรายละเอียดในตารางที่ 18

ตารางที่ 18 แสดงระดับน้ำหนักรงใจเกี่ยวกับความได้เปรียบในการสื่อสารเรื่องเพศของสื่อเทคโนโลยีใหม่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกเป็นรายภาค โดยแบ่งตามภูมิภาค

แรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อ	ค่าเฉลี่ยระดับน้ำหนักรงใจจำแนกเป็นรายภาค							
	ตะวันออกเฉียงเหนือ		กรุงเทพมหานคร		เหนือ		ใต้	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
ค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใดเวลาใด ก็ได้ตามต้องการ	3.70	1.007	3.43	1.013	3.61	1.003	3.69	1.113
มีทางเลือกในการสื่อสารหลายทาง เช่น ค้นหาข่าวสาร	3.07	1.093	3.20	1.098	3.46	1.102	3.49	1.125
สามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศหรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ	3.42	1.095	3.31	1.046	3.65	1.137	3.77	1.071
มีข้อมูลหลากหลายค้นหาได้อย่างที่ต้องการรู้	3.28	1.034	3.34	.991	3.58	1.065	3.86	.929
รูปแบบมัลติมีเดีย ได้แก่ ภาพเคลื่อนไหว เสียง สีสัน สดสวย	3.42	1.100	3.37	1.050	3.62	1.102	3.67	1.128
การใช้สื่อใหม่ในการค้นหาข่าวสารเรื่องเพศทำให้รู้สึกมีความทันสมัย	2.87	1.177	3.02	.989	3.22	1.118	3.47	1.200
สามารถแสดงออกในการสื่อสารโต้ตอบ ไม่ว่าจะการพูดหรือเขียนได้อย่างเต็มที่	3.20	1.015	3.18	1.077	3.35	1.109	3.58	1.122
ไม่มีการแบ่งแยกอายุ ชนชั้นหรือสถานภาพใดๆ	3.36	1.022	3.24	1.058	3.52	1.045	3.63	1.165
ไม่มีใครเห็นรูปร่างหน้าตาและตัวตนที่แท้จริงของเรา	3.21	1.019	3.36	1.140	3.56	1.055	3.76	1.110
ช่วยเสริมสร้างจินตนาการทางเพศได้อย่างอิสระไร้ขอบเขต	2.88	1.212	3.03	.983	3.27	1.043	3.33	1.176

ส่วนที่ 4 : ความเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการใช้อินเทอร์เน็ตกับการสื่อสารเรื่องเพศ

- ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเนื่องมาจากการสื่อสารเรื่องเพศจากสื่อใหม่

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเนื่องจากสื่อใหม่ พบว่า สื่อใหม่ทำให้มีอิสระ และเสรีภาพในเรื่องเพศมากขึ้นกว่าเดิม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.51 ในระดับค่อนข้างมาก รองลงมา คือ การรับรู้ค่านิยมแบบตะวันตกจากสื่อใหม่ทำให้วัยรุ่นสมัยนี้ไม่สนใจเรื่องการรักษาความบริสุทธิ์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.50 สื่อใหม่ส่งผลให้วัยรุ่นมีเพศสัมพันธ์เร็วขึ้นกว่าเดิม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.45 สื่อใหม่ทำให้มีการแต่งกายตามแฟชั่น อย่างเปิดเผยส่วนสัดส่วนต่างๆ มากขึ้นกว่าเดิม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.37 สื่อใหม่สร้างค่านิยมการมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงาน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.36 สำหรับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านอื่นๆ ที่วัยรุ่นให้ความคิดเห็นว่าเปลี่ยนไปในระดับสูงกว่าปานกลาง เช่น สื่อใหม่ทำให้วัยรุ่นเปลี่ยนแฟน คู่รักบ่อยขึ้น หรือมีคู่รักมากขึ้นกว่าเดิม วัยรุ่นในปัจจุบันมักใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการหาคู่รัก ตัวอย่างที่เห็นในสื่อใหม่ทำให้พฤติกรรมการโอบกอดกันในที่สาธารณะกลายเป็นเรื่องไม่แปลก และสื่อใหม่ให้แบบอย่างการคบเพื่อนต่างเพศได้ง่ายและสะดวกใจมากขึ้น เป็นต้น ดังรายละเอียดในตารางที่ 19

ตารางที่ 19 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเนื่องจากสื่อใหม่

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	ไม่ เปลี่ยน แปลง	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด		
สื่อใหม่ทำให้มีอิสระ และเสรีภาพในเรื่องเพศมากขึ้นกว่าเดิม	20 [5.0]	7 [1.8]	26 [6.5]	112 [28.1]	162 [40.7]	71 [17.8]	4.51	1.204
การรับรู้ค่านิยมแบบตะวันตกจากสื่อใหม่ ทำให้วัยรุ่นสมัยนี้ไม่สนใจเรื่องการรักษาความบริสุทธิ์	20 [5.0]	13 [3.3]	41 [10.3]	99 [24.9]	123 [30.9]	102 [25.6]	4.50	1.331
สื่อใหม่ส่งผลให้วัยรุ่นมีเพศสัมพันธ์เร็วขึ้นกว่าเดิม	17 [4.3]	12 [3.0]	49 [12.4]	95 [24.0]	142 [35.9]	81 [20.5]	4.45	1.267
สื่อใหม่ทำให้มีการแต่งกายตามแฟชั่นอย่างเปิดเผยส่วนสัดส่วนต่างๆ มากขึ้นกว่าเดิม	31 [7.8]	14 [3.5]	39 [9.8]	88 [22.1]	144 [36.2]	82 [20.6]	4.37	1.412
สื่อใหม่สร้างค่านิยมการมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงาน	15 [3.8]	15 [3.8]	47 [11.8]	127 [32.0]	123 [31.0]	70 [17.6]	4.36	1.226

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	ไม่ เปลี่ยน แปลง	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด		
สื่อใหม่ทำให้วัยรุ่นเปลี่ยนแฟน/คูรักบ่อยขึ้น หรือมีคูรักมากขึ้นกว่าเดิม	30 [7.5]	19 [4.8]	36 [9.0]	100 [25.1]	131 [32.9]	82 [20.6]	4.33	1.418
วัยรุ่นในปัจจุบันมักใช้อินเตอร์เน็ตเป็นช่องทางในการหาคูรัก	23 [5.8]	19 [4.8]	32 [8.0]	119 [29.8]	150 [37.6]	56 [14.0]	4.31	1.279
สื่อใหม่กลายเป็นช่องทางสร้างความสัมพันธ์แบบคูรักที่ง่ายขึ้นกว่าในอดีต	23 [5.8]	17 [4.3]	45 [11.3]	104 [26.1]	165 [41.4]	45 [11.3]	4.27	1.264
ตัวอย่างที่เห็นในสื่อใหม่ทำให้พฤติกรรม การโอบกอดกันในที่สาธารณะ กลายเป็นเรื่องไม่แปลก	28 [7.0]	14 [3.5]	49 [12.3]	114 [28.6]	128 [32.2]	65 [16.3]	4.24	1.348
สื่อใหม่ช่วยให้วัยรุ่นสมัยใหม่ไม่มีความกดดันเรื่องเพศเหมือนคนรุ่นก่อน	20 [5.0]	17 [4.3]	46 [11.6]	136 [34.2]	124 [31.2]	55 [13.8]	4.24	1.245
สื่ออินเตอร์เน็ตเปลี่ยนเราให้เป็นคนกล้าแสดงออกทางเพศมากขึ้น	33 [8.3]	17 [4.3]	50 [12.6]	145 [36.6]	113 [28.5]	38 [9.6]	4.02	1.312
สื่อใหม่ให้แบบอย่างการคบเพื่อนต่างเพศได้ง่ายและสะดวกใจมากขึ้น	50 [12.5]	16 [4.0]	52 [13.0]	138 [34.6]	109 [27.3]	34 [8.5]	3.86	1.420

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเนื่องจากสื่อใหม่สามารถจำแนกเป็นรายภาค ตามภูมิลำเนา สามารถอธิบายได้ว่า

กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สื่อใหม่ทำให้การรับรู้ค่านิยมแบบตะวันตกจากสื่อใหม่ทำให้วัยรุ่นสมัยนี้ไม่สนใจเรื่องการรักษาความบริสุทธิ์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.80 รองลงมาคือ สื่อใหม่ส่งผลให้วัยรุ่นมีเพศสัมพันธ์เร็วขึ้นกว่าเดิม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.61

กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร คิดว่า สื่อใหม่ทำให้มีการแต่งกายตามแฟชั่นอย่างเปิดเผยส่วนสัดส่วนต่างๆ มากขึ้นกว่าเดิม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.40 รองลงมาคือ สื่อใหม่ทำให้มีอิสระ และเสรีภาพในเรื่องเพศมากขึ้นกว่าเดิม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.33

กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือ คิดว่า สื่อใหม่ทำให้มีอิสระและเสรีภาพในเรื่องเพศมากขึ้นกว่าเดิม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.55 รองลงมาคือ การรับรู้ค่านิยมแบบตะวันตกจากสื่อใหม่ทำให้วัยรุ่นสมัยนี้ไม่สนใจเรื่องการรักษาความบริสุทธิ์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.34

กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคใต้ สื่อใหม่ทำให้มีการแต่งกายตามแฟชั่น อย่างเปิดเผย ส่วนสัดส่วนต่างๆ มากขึ้นกว่าแต่ก่อน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.67 รองลงมาคือ สื่อใหม่ทำให้วัยรุ่นเปลี่ยนแฟน / คู่รักบ่อยขึ้น หรือมีคู่รักมากขึ้นกว่าแต่ก่อน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.65 ดังรายละเอียดในตารางที่ 20

ตารางที่ 20 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเนื่องจากสื่อใหม่ จำแนกเป็นรายภาค โดยแบ่งตามภูมิภาค โดยแบ่งตามภูมิภาคของตัวอย่าง

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นจำแนกเป็นรายภาค							
	ตะวันออกเฉียงเหนือ		กรุงเทพมหานคร		เหนือ		ใต้	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
สื่อใหม่ให้แบบอย่างการคบเพื่อนต่างเพศได้ง่ายและสะดวกใจมากขึ้น	3.85	1.591	3.80	1.231	3.68	1.396	4.00	1.439
วัยรุ่นในปัจจุบันมักใช้อินเตอร์เน็ตเป็นช่องทางในการหาคู่รัก	4.31	1.297	4.14	1.151	4.18	1.335	4.49	1.322
สื่อใหม่กลายเป็นช่องทางสร้างความสัมพันธ์แบบคู่รักที่ง่ายขึ้นกว่าในอดีต	4.21	1.321	4.27	1.034	4.21	1.235	4.34	1.387
สื่อใหม่ทำให้มีการแต่งกายตามแฟชั่นอย่างเปิดเผยส่วนสัดส่วนต่างๆ มากขึ้นกว่าแต่ก่อน	3.91	1.673	4.40	1.053	4.32	1.341	4.67	1.416
สื่อใหม่ทำให้มีอิสระ และเสรีภาพในเรื่องเพศมากขึ้นกว่าเดิม	4.60	1.246	4.33	1.106	4.55	1.020	4.56	1.332
ตัวอย่างที่เห็นในสื่อใหม่ทำให้พฤติกรรมการโอบกอดกันในที่สาธารณะกลายเป็นเรื่องไม่แปลก	3.97	1.467	4.09	1.217	4.32	1.202	4.47	1.401
สื่อใหม่สร้างค่านิยมการมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงาน	4.40	1.284	4.29	1.003	4.24	1.292	4.44	1.286
สื่อใหม่ช่วยให้วัยรุ่นสมัยใหม่ไม่มีความกดดันเรื่องเพศเหมือนคนรุ่นก่อน	4.27	1.491	4.08	1.088	4.21	1.148	4.34	1.233
สื่ออินเตอร์เน็ตเปลี่ยนเราให้เป็นคนกล้าแสดงออกทางเพศมากขึ้น	4.06	1.392	3.87	1.198	4.00	1.313	4.09	1.335

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นจำแนกเป็นรายภาค							
	ตะวันออกเฉียงเหนือ		กรุงเทพมหานคร		เหนือ		ใต้	
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD
สื่อใหม่ส่งผลให้วัยรุ่นมีเพศสัมพันธ์เร็วขึ้นกว่าแต่ก่อน	4.61	1.130	4.31	1.199	4.32	1.256	4.54	1.384
การรับรู้ค่านิยมแบบตะวันตกจากสื่อใหม่ทำให้วัยรุ่นสมัยนี้ไม่สนใจเรื่องการรักษาความบริสุทธิ์	4.80	1.225	4.30	1.225	4.34	1.279	4.55	1.461
สื่อใหม่ทำให้วัยรุ่นเปลี่ยนแฟน/คูรักบ่อยขึ้น หรือมีคูรักมากขึ้นกว่าแต่ก่อน	4.05	1.608	4.16	1.267	4.26	1.303	4.65	1.402

ส่วนที่ 5 : ทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 : วัยรุ่นที่มีลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลต่างกันจะมีการใช้ช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศต่างกัน

1.1 เพศ

จากการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลทางเพศที่แตกต่างกันกับการใช้ช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศ พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานส่วนใหญ่ กล่าวคือ เพศมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการใช้ช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศในสื่อวิทยุ วีดีโอ วีซีดี ดีวีดี เคเบิลทีวี และสื่อใหม่ทางอินเทอร์เน็ต เช่น กระดานข่าว เว็บไซต์เรื่องเพศ ห้องสนทนาตลอดจนบริการทางโทรศัพท์ออกดีไอเท็กซ์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ผลการทดสอบค่า T-test จากการใช้ช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น ที่มีเพศต่างกัน พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกันในการใช้ นิตยสาร เป็นช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเพศหญิงจะใช้นิตยสาร เป็นช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศมากกว่าเพศชาย และเพศหญิงใช้สื่อประเภทกระดานข่าวเป็นช่องทางน้อยกว่าเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนสื่อประเภท วีดีโอ วีซีดี ดีวีดี เคเบิลทีวี เว็บไซต์เรื่องเพศ เพศหญิงจะใช้เป็นช่องทางน้อยกว่าเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 และสื่อประเภท ห้องสนทนา และบริการออกดีไอเท็กซ์ เพศหญิงจะใช้เป็นช่องทางน้อยกว่าเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ส่วนสื่ออื่นๆ อันได้แก่

หนังสือพิมพ์ หนังสือเล่มหรือคู่มือต่างๆ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ เพื่อน ครู หรือผู้ปกครอง ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่พบว่าชายหญิงแตกต่างกัน จึงเป็นไปตามสมมติฐานเฉพาะสื่อ นิตยสาร กระดานข่าว วีดีโอ วีซีดี ดีวีดี เคเบิลทีวี เว็บไซต์เรื่องเพศ ห้องสนทนา บริการอดิโอเท็กซ์

ตารางที่ 21 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศกับสถานภาพทางเพศ

ช่องทางการสื่อสาร	เพศ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	T [T - test]	Sig. level
หนังสือพิมพ์	ชาย	168	2.84	1.134	1.806	.729
	หญิง	229	2.63	1.157		
นิตยสาร	ชาย	169	2.53	.907	-2.335	.004**
	หญิง	228	2.77	1.134		
หนังสือเล่ม หรือคู่มือต่างๆ	ชาย	169	2.19	.852	1.966	.960
	หญิง	227	2.01	.941		
วิทยุกระจายเสียง	ชาย	169	1.93	1.059	.414	.622
	หญิง	227	1.89	1.081		
โทรทัศน์	ชาย	168	3.04	1.254	.672	.083
	หญิง	229	2.96	1.133		
เพื่อน ครู หรือผู้ปกครอง	ชาย	168	2.80	1.202	-.465	.111
	หญิง	229	2.85	1.094		
วีดีโอ	ชาย	169	2.59	1.197	5.564	.004**
	หญิง	229	1.94	1.081		
วีซีดี / ดีวีดี	ชาย	168	3.33	1.197	9.716	.008**
	หญิง	228	2.19	1.094		
เคเบิลทีวี	ชาย	168	2.26	1.180	4.500	.002**
	หญิง	226	1.76	.988		
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (อีเมล)	ชาย	166	2.39	1.268	3.280	.129
	หญิง	227	1.97	1.224		
กระดานข่าวในอินเทอร์เน็ต	ชาย	168	2.46	1.208	3.833	.015*
	หญิง	227	2.00	1.129		
ห้องสนทนาในอินเทอร์เน็ต	ชาย	167	2.23	1.221	3.026	.000***
	หญิง	228	1.87	1.048		

ช่องทางการสื่อสาร	เพศ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	T [T - test]	Sig. level
เว็บไซต์เรื่องเพศ	ชาย	168	2.93	1.255	8.585	.006**
	หญิง	227	1.89	1.080		
บริการออดิโอเท็กซ์ จากโทรศัพท์	ชาย	167	1.57	1.014	2.040	.000***
	หญิง	228	1.38	.801		

* significant different at $p < .05$ ** $p < 0.01$ *** $p < 0.001$

1.2 อายุ

จากการทดสอบการใช้ช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับอายุต่างกัน พบว่า ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลในด้านอายุไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ ไม่ว่าจะวัยรุ่นจะมีอายุต่างกันหรือไม่ อย่างไร ก็ไม่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้ช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศแต่อย่างใด

ตารางที่ 22 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศกับระดับอายุ

ช่องทางการสื่อสาร	อายุ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level
หนังสือพิมพ์	น้อยกว่า 18 ปี	9	2.22	.972		
	18-22 ปี	373	2.72	1.157		
	มากกว่า 22 ปี	10	2.80	1.033		
	รวม	392	2.71	1.150		
นิตยสาร	น้อยกว่า 18 ปี	9	2.56	1.014		
	18-22 ปี	373	2.68	1.052		
	มากกว่า 22 ปี	10	2.50	.850		
	รวม	392	2.67	1.044		
หนังสือเล่ม หรือคู่มือต่างๆ	น้อยกว่า 18 ปี	9	1.89	1.054		
	18-22 ปี	372	2.08	.915		
	มากกว่า 22 ปี	10	2.20	.422		
	รวม	391	2.08	.908		

ช่องทางการสื่อสาร	อายุ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level
วิทยุกระจายเสียง	น้อยกว่า 18 ปี	9	1.78	.833		
	18-22 ปี	372	1.91	1.073		
	มากกว่า 22 ปี	10	2.10	1.370		
	รวม	391	1.92	1.074		
โทรทัศน์	น้อยกว่า 18 ปี	9	2.78	.972		
	18-22 ปี	373	2.98	1.184		
	มากกว่า 22 ปี	10	3.30	1.418		
	รวม	392	2.99	1.185		
เพื่อน ครู หรือ ผู้ปกครอง	น้อยกว่า 18 ปี	9	2.44	1.590		
	18-22 ปี	374	2.84	1.125		
	มากกว่า 22 ปี	9	2.56	1.130		
	รวม	392	2.83	1.136		
วีดีโอ	น้อยกว่า 18 ปี	9	1.89	.928		
	18-22 ปี	374	2.21	1.175		
	มากกว่า 22 ปี	10	2.00	.816		
	รวม	393	2.20	1.162		
วีซีดี / ดีวีดี	น้อยกว่า 18 ปี	9	2.11	.928		
	18-22 ปี	372	2.67	1.276		
	มากกว่า 22 ปี	10	2.90	1.197		
	รวม	391	2.66	1.268		
เคเบิลทีวี	น้อยกว่า 18 ปี	9	1.89	.601		
	18-22 ปี	370	1.96	1.103		
	มากกว่า 22 ปี	10	2.30	1.418		
	รวม	389	1.97	1.101		
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (อีเมล)	น้อยกว่า 18 ปี	9	1.78	.833		
	18-22 ปี	369	2.18	1.273		
	มากกว่า 22 ปี	10	1.70	1.059		
	รวม	388	2.16	1.261		
กระดานข่าวใน อินเทอร์เน็ต	น้อยกว่า 18 ปี	9	2.00	.866		
	18-22 ปี	371	2.21	1.199		
	มากกว่า 22 ปี	10	1.80	.789		
	รวม	390	2.20	1.185		

ช่องทางการสื่อสาร	อายุ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level
ห้องสนทนาในอินเทอร์เน็ต	น้อยกว่า 18 ปี	9	1.56	.882		
	18-22 ปี	371	2.04	1.149		
	มากกว่า 22 ปี	10	1.80	.919		
	รวม	390	2.02	1.139	.966	.382
เว็บไซต์เรื่องเพศ	น้อยกว่า 18 ปี	9	2.11	1.054		
	18-22 ปี	371	2.32	1.268		
	มากกว่า 22 ปี	10	2.30	1.160		
	รวม	390	2.32	1.259	.122	.885
บริการออดิโอเท็กซ์จากโทรศัพท์	น้อยกว่า 18 ปี	9	1.33	.707		
	18-22 ปี	371	1.48	.916		
	มากกว่า 22 ปี	10	1.20	.632		
	รวม	390	1.47	.906	.554	.575

1.3 ที่พักอาศัย

จากการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลด้านที่พักอาศัยที่แตกต่างกันกับการใช้ช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศ พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานส่วนใหญ่ กล่าวคือ ลักษณะที่พักอาศัยของกลุ่มวัยรุ่นมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับการใช้ช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศในบางสื่อ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วีดีโอ สื่อใหม่ประเภทห้องสนทนา และบริการออดิโอเท็กซ์จากโทรศัพท์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่า วัยรุ่นที่มีที่พักอาศัยที่แตกต่างกันจะเลือกใช้หนังสือพิมพ์ในการสื่อสารเรื่องเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ วัยรุ่นที่อาศัยอยู่ที่หอพักในมหาวิทยาลัย(2.91) และหอพักทั่วไป(2.92) ใช้หนังสือพิมพ์ในการเปิดรับข่าวสารมากกว่าวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ที่บ้านของตนเอง(2.54) และบ้านญาติ(2.54) ($\bar{x} = 2.91 \ 2.92 > 2.54$)

วัยรุ่นที่มีที่พักอาศัยที่แตกต่างกันจะเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ในการสื่อสารเรื่องเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ วัยรุ่นที่อาศัยอยู่ที่หอพักในมหาวิทยาลัย(3.04) หอพักทั่วไป(3.25) และบ้านญาติ(3.04) ใช้สื่อโทรทัศน์ในการเปิดรับข่าวสารมากกว่าวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ที่พักอาศัยลักษณะอื่นๆ (2.00) ($\bar{x} = 3.04 \ / \ 3.25 \ / \ 3.04 > 2.00$) และวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ที่หอพักทั่วไป(3.25)

ใช้สื่อโทรทัศน์ในการเปิดรับข่าวสารมากกว่าวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ที่บ้านของตนเอง (2.88) ($\bar{x} = 3.25 > 2.88$)

วัยรุ่นที่มีที่พักอาศัยที่แตกต่างกันจะเลือกใช้สื่อวิดีโอในการสื่อสารเรื่องเพศแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ วัยรุ่นที่อาศัยอยู่ที่หอพักทั่วไป(2.55) ใช้สื่อวิดีโอในการเปิดรับข่าวสารมากกว่าวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ที่บ้านของตนเอง(2.04) ($\bar{x} = 2.55 > 2.04$)

วัยรุ่นที่มีที่พักอาศัยที่แตกต่างกันจะเลือกใช้สื่อใหม่ประเภทห้องสนทนาในการสื่อสารเรื่องเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ วัยรุ่นที่อาศัยอยู่ที่หอพักในมหาวิทยาลัยหอพักทั่วไป (2.20) และบ้านญาติ(2.31) ใช้สื่อใหม่ประเภทห้องสนทนาในการเปิดรับข่าวสารมากกว่าวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ที่บ้านของตนเอง(1.82) ($\bar{x} = 2.20 \ 2.31 > 1.82$)

วัยรุ่นที่มีที่พักอาศัยที่แตกต่างกันจะเลือกใช้บริการออডিโอเท็กซ์จากโทรศัพท์ในการสื่อสารเรื่องเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ วัยรุ่นที่อาศัยอยู่ที่หอพักทั่วไป (1.70) ใช้บริการออডিโอเท็กซ์ใช้บริการออডিโอเท็กซ์จากโทรศัพท์ในการเปิดรับข่าวสารมากกว่าวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ที่บ้านของตนเอง(1.31) ($\bar{x} = 1.70 > 1.31$)

ส่วนการเลือกใช้ช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศอื่นๆ อันได้แก่ นิตยสาร หนังสือเล่ม หรือคู่มือต่างๆ วิทยุกระจายเสียง เพื่อน ครูหรือ ผู้ปกครอง วีซีดี/ดีวีดี เคเบิลทีวี ไปรษณีย์ อีเล็กทรอนิกส์ กระดานข่าว เว็บไซต์เรื่องเพศ ไม่พบว่ามีความแตกต่างกันกับลักษณะที่พักอาศัย จึงเป็นไปตามสมมติฐานเฉพาะการเลือกใช้ช่องทาง หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิดีโอ ห้องสนทนา บริการออডিโอเท็กซ์จากโทรศัพท์

ตารางที่ 23 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศกับลักษณะที่พักอาศัย

ช่องทางการสื่อสาร	ลักษณะที่พักอาศัย	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level	LSD
หนังสือพิมพ์	หอพักในมหาวิทยาลัย	108	2.91	1.212			1-3
	หอพักทั่วไป	84	2.92	1.078			2-3
	บ้านตนเอง	169	2.54	1.128			
	บ้านญาติ	26	2.54	1.140			
	อื่นๆ	7	2.43	.976			

ช่องทาง การสื่อสาร	ลักษณะ ที่พักอาศัย	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level	LSD
	รวม	394	2.72	1.149	2.636	.034*	
นิตยสาร	หอพักใน มหาวิทยาลัย	108	2.73	1.090			
	หอพักทั่วไป	84	2.82	1.020			
	บ้านตนเอง	169	2.59	1.032			
	บ้านญาติ	26	2.50	1.208			
	อื่นๆ	7	2.43	.535			
	รวม	394	2.67	1.052	1.023	.395	
หนังสือเล่ม หรือคู่มือ ต่างๆ	หอพักใน มหาวิทยาลัย	106	2.03	.845			
	หอพักทั่วไป	84	2.30	.941			
	บ้านตนเอง	170	2.05	.922			
	บ้านญาติ	26	1.92	.935			
	อื่นๆ	7	2.14	.690			
	รวม	393	2.09	.906	1.556	.185	
วิทยุกระจายเสียง	หอพักใน มหาวิทยาลัย	108	1.96	1.118			
	หอพักทั่วไป	84	2.08	1.100			
	บ้านตนเอง	168	1.82	1.042			
	บ้านญาติ	26	1.81	1.021			
	อื่นๆ	7	1.57	.787			
	รวม	393	1.91	1.072	1.177	.321	
โทรทัศน์	หอพักใน มหาวิทยาลัย	108	3.04	1.207			1-5
	หอพักทั่วไป	84	3.25	1.201			2-3
	บ้านตนเอง	169	2.88	1.145			2-5
	บ้านญาติ	26	3.04	1.113			4-5
	อื่นๆ	7	2.00	1.155			
	รวม	394	2.99	1.183	2.733	.029*	
เพื่อน ครูหรือ ผู้ปกครอง	หอพักใน มหาวิทยาลัย	108	2.97	1.156			
	หอพักทั่วไป	84	2.92	1.067			

ช่องทาง การสื่อสาร	ลักษณะ ที่พิกอาศัย	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level	LSD
	บ้านตนเอง	169	2.72	1.165			
	บ้านญาติ	26	2.69	1.123			
	อื่นๆ	7	2.29	1.113			
	รวม	394	2.82	1.141	1.415	.228	
วิดีโอ	หอพักใน มหาวิทยาลัย	108	2.26	1.210			2-3
	หอพักทั่วไป	84	2.55	1.274			
	บ้านตนเอง	170	2.04	1.093			
	บ้านญาติ	26	2.38	1.098			
	อื่นๆ	7	1.86	.900			
	รวม	395	2.23	1.176	3.063	.017*	
วีซีดี / ดีวีดี	หอพักใน มหาวิทยาลัย	108	2.64	1.256			
	หอพักทั่วไป	84	2.93	1.249			
	บ้านตนเอง	168	2.57	1.288			
	บ้านญาติ	26	2.69	1.158			
	อื่นๆ	7	2.86	1.574			
	รวม	393	2.68	1.269	1.178	.320	
เคเบิลทีวี	หอพักใน มหาวิทยาลัย	108	1.94	1.088			
	หอพักทั่วไป	82	2.09	1.135			
	บ้านตนเอง	168	1.92	1.067			
	บ้านญาติ	26	2.15	1.287			
	อื่นๆ	7	1.86	1.215			
	รวม	391	1.97	1.102	.524	.718	
ไปรษณีย์ อิเล็กทรอนิกส์(อีเมล)	หอพักใน มหาวิทยาลัย	108	2.07	1.243			
	หอพักทั่วไป	81	2.06	1.208			
	บ้านตนเอง	168	2.20	1.288			
	บ้านญาติ	26	2.31	1.350			
	อื่นๆ	7	2.14	1.345			
	รวม	390	2.14	1.260	.367	.832	

ช่องทาง การสื่อสาร	ลักษณะ ที่พักอาศัย	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level	LSD
กระดานข่าวใน อินเทอร์เน็ต	หอพักใน มหาวิทยาลัย	107	2.30	1.261			
	หอพักทั่วไป	83	2.28	1.162			
	บ้านตนเอง	169	2.07	1.126			
	บ้านญาติ	26	2.31	1.320			
	อื่นๆ	7	2.43	1.134			
	รวม	392	2.20	1.184	.894	.467	
ห้องสนทนาใน อินเทอร์เน็ต	หอพักใน มหาวิทยาลัย	107	2.14	1.209			1-3
	หอพักทั่วไป	83	2.20	1.207			2-3
	บ้านตนเอง	169	1.82	.998			3-4
	บ้านญาติ	26	2.31	1.320			
	อื่นๆ	7	2.14	1.215			
	รวม	392	2.03	1.140	2.667	.032*	
เว็บไซต์เรื่องเพศ	หอพักใน มหาวิทยาลัย	109	2.28	1.231			
	หอพักทั่วไป	81	2.60	1.375			
	บ้านตนเอง	169	2.26	1.226			
	บ้านญาติ	26	2.19	1.234			
	อื่นๆ	7	2.57	1.512			
	รวม	392	2.34	1.267	1.273	.280	
บริการรอดิโอเท็กซ์ จากโทรศัพท์	หอพักใน มหาวิทยาลัย	107	1.50	.915			2-3
	หอพักทั่วไป	83	1.70	1.068			
	บ้านตนเอง	169	1.31	.748			
	บ้านญาติ	26	1.54	.905			
	อื่นๆ	7	1.57	1.512			
	รวม	392	1.46	.904	2.839	.024*	

* significant different at $p < .05$

1.4 ภูมิสำเนา

จากการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับ ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลด้านภูมิสำเนาที่แตกต่างกันกับการใช้ช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่น พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ภูมิสำเนาที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศในบางสื่อ ได้แก่ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ วีดีโอ วีซีดี ดีวีดี และสื่อใหม่ทางอินเทอร์เน็ต เช่น ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ กระดานข่าว ห้องสนทนา เว็บไซต์ ตลอดจน บริการ ออดิโอเท็กซ์ทางโทรศัพท์

ผลการทดสอบการใช้ช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น ที่มีภูมิสำเนาต่างกัน พบว่า ภูมิสำเนาที่มีความแตกต่างกันจะใช้สื่อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในสื่อประเภทนิตยสาร และ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในสื่อใหม่ประเภท กระดานข่าว และ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ในสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ วีดีโอ วีซีดี ดีวีดี ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ กระดานข่าว ห้องสนทนา เว็บไซต์ บริการ ออดิโอเท็กซ์ จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานเพียงบางส่วน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การเลือกใช้ นิตยสาร ในการสื่อสารเรื่องเพศ พบว่า วัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 2.92) ใช้นิตยสารเป็นช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศน้อยกว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 2.46) ($\bar{x} = 2.92 < 2.46$)

การเลือกใช้ กระดานข่าว ในการสื่อสารเรื่องเพศ พบว่า วัยรุ่นที่มีภูมิสำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 2.59) ใช้กระดานข่าวเป็นช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศมากกว่าในกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 1.96) ภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 2.11) และภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 2.11) ($\bar{x} = 2.59 > 1.96 / 2.11 / 2.11$)

การเลือกใช้ หนังสือพิมพ์ ในการสื่อสารเรื่องเพศ พบว่า วัยรุ่นที่มีภูมิสำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 3.15) ใช้นิตยสารเป็นช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศมากกว่าในกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 2.25) ภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 2.68) และภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 2.78) ($\bar{x} = 3.15 > 2.25 / 2.68 / 2.78$) ส่วนในกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 2.25) ใช้นิตยสารเป็นช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศน้อยกว่าภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 2.68) และภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 2.78) ($\bar{x} = 2.25 < 2.68 / 2.78$)

การเลือกใช้ วิทยุกระจายเสียงในการสื่อสารเรื่องเพศ พบว่า วัยรุ่นที่มีภูมิสำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 2.49) ใช้วิทยุกระจายเสียงเป็นช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศ

มากกว่าในกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 1.69) ภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 1.67) และภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 1.83) ($\bar{x} = 2.49 > 1.69 / 1.67 / 1.83$)

การเลือกใช้ โทรทัศน์ในการสื่อสารเรื่องเพศ พบว่า วัยรุ่นที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 3.40) ใช้โทรทัศน์เป็นช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศน้อยกว่าในกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 2.76) ภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 2.73) และภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 3.06) ($\bar{x} = 3.40 < 2.76 / 2.73 / 3.06$) แต่ในภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 3.06) ใช้โทรทัศน์เป็นช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศมากกว่าภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 2.73) ($\bar{x} = 3.06 > 2.73$)

การเลือกใช้ วิดีโอในการสื่อสารเรื่องเพศ พบว่า วัยรุ่นที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 2.59) ใช้วิดีโอเป็นช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศมากกว่าในกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 1.87) และภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 2.19) ($\bar{x} = 2.59 > 1.87 / 2.19$) ส่วนกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 1.87) ใช้โทรทัศน์เป็นช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศน้อยกว่าภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 2.27) และภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 2.19) ($\bar{x} = 1.87 < 2.27 / 2.19$)

การเลือกใช้ วิชิตีและดีวีดี ในการสื่อสารเรื่องเพศ พบว่า วัยรุ่นที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 3.16) ใช้วิชิตีและดีวีดีเป็นช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศมากกว่าในกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 2.31) ภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 2.77) และภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 2.57) ($\bar{x} = 3.16 > 2.31 / 2.77 / 2.57$) แต่ในกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 2.31) ใช้วิชิตีและดีวีดี เป็นช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศน้อยกว่าภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 2.77) ($\bar{x} = 2.31 < 2.77$)

การเลือกใช้ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ในการสื่อสารเรื่องเพศ พบว่า วัยรุ่นที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 2.87) ใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศมากกว่ากรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 1.99) ภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 1.81) และภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 1.99) ($\bar{x} = 2.87 > 1.99 / 1.81 / 1.99$)

การเลือกใช้ ห้องสนทนา ในการสื่อสารเรื่องเพศ พบว่า วัยรุ่นที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 2.42) ใช้ห้องสนทนาเป็นช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศมากกว่าในกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 1.67) ภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 1.99) และภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 2.03) ($\bar{x} = 2.42 > 1.67 / 1.99 / 2.03$) ส่วนในกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 1.67) ใช้ห้องสนทนาเป็นช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศน้อยกว่าภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 2.03) ($\bar{x} = 1.67 < 2.03$)

การเลือกใช้ เว็บไซต์เรื่องเพศ ในการสื่อสารเรื่องเพศ พบว่า วัยรุ่นที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 2.95) ใช้เว็บไซต์เรื่องเพศเป็นช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศ

น้อยกว่าในกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 1.89) ภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 2.39) และภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 2.21) ($\bar{x} = 2.95 < 1.89 / 2.39 / 2.21$) ส่วนกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 1.89) ใช้เว็บไซต์เรื่องเพศเป็นช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศน้อยกว่าภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 2.39) ($\bar{x} = 1.89 < 2.39$)

การเลือกใช้ บริการออกดีโอเท็กซ์จากโทรศัพท์ ในการสื่อสารเรื่องเพศ พบว่า วัยรุ่นที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 1.91) ใช้บริการออกดีโอเท็กซ์จากโทรศัพท์เป็นช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศน้อยกว่าในกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 1.26) ภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 1.30) และภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 1.42) ($\bar{x} = 1.91 < 1.26 / 1.30 / 1.42$)

ส่วนช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศอื่นๆ ไม่พบว่า วัยรุ่นที่มีภูมิลำเนาต่างกันจะมีการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศต่างๆ จึงเป็นไปตามสมมติฐานเฉพาะสื่อ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ วีดิโอ วีซีดี ดีวีดี ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ กระดานข่าว ห้องสนทนา เว็บไซต์ บริการออกดีโอเท็กซ์

ตารางที่ 24 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนา กับช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศ

ช่องทางการสื่อสาร	ภูมิลำเนา	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level	LSD
หนังสือพิมพ์	ตะวันออกเฉียงเหนือ	85	3.15	1.180	9.760	.000***	1-2
	กรุงเทพมหานคร	91	2.25	.950			1-3
	เหนือ	82	2.68	1.064			1-4
	ใต้	139	2.78	1.198			2-3
	รวม	397	2.72	1.151			2-4
นิตยสาร	ตะวันออกเฉียงเหนือ	85	2.92	1.167	2.821	.039*	1-2
	กรุงเทพมหานคร	91	2.46	.970			
	เหนือ	82	2.66	.906			
	ใต้	139	2.66	1.080			
	รวม	397	2.67	1.049			
หนังสือเล่ม หรือคู่มือต่างๆ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	86	2.10	.946	.563	.640	
	กรุงเทพมหานคร	91	1.98	.931			
	เหนือ	81	2.12	.797			
	ใต้	138	2.12	.932			
	รวม	396	2.09	.907			

ช่องทางการศึกษา	ภูมิภาค	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level	LSD
วิทยุกระจายเสียง	ตะวันออกเฉียงเหนือ	86	2.49	1.253			1-2
	กรุงเทพมหานคร	91	1.69	.974			1-3
	เหนือ	81	1.67	.962			1-4
	ใต้	138	1.83	.940			
	รวม	396	1.91	1.071	12.209	.000***	
โทรทัศน์	ตะวันออกเฉียงเหนือ	86	3.40	1.230			1-2
	กรุงเทพมหานคร	91	2.76	1.089			1-3
	เหนือ	81	2.73	1.129			1-4
	ใต้	139	3.06	1.184			3-4
	รวม	397	2.99	1.185	6.216	.000***	
เพื่อน ครู หรือ ผู้ปกครอง	ตะวันออกเฉียงเหนือ	86	2.63	1.148			
	กรุงเทพมหานคร	91	2.85	1.064			
	เหนือ	82	2.79	1.141			
	ใต้	138	2.96	1.174			
	รวม	397	2.83	1.140	1.577	.194	
วีดีโอ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	86	2.59	1.341			1-2
	กรุงเทพมหานคร	91	1.87	.933			1-4
	เหนือ	82	2.27	1.166			2-3
	ใต้	139	2.19	1.152			2-4
	รวม	398	2.22	1.175	5.904	.001***	
วีซีดี / ดีวีดี	ตะวันออกเฉียงเหนือ	85	3.16	1.299			1-2
	กรุงเทพมหานคร	91	2.31	1.161			1-3
	เหนือ	81	2.77	1.175			1-4
	ใต้	139	2.57	1.286			2-3
	รวม	396	2.68	1.270	7.579	.000***	
เคเบิลทีวี	ตะวันออกเฉียงเหนือ	84	2.19	1.114			
	กรุงเทพมหานคร	90	1.84	1.048			
	เหนือ	82	2.02	1.088			
	ใต้	138	1.89	1.125			
	รวม	394	1.97	1.101	1.824	.142	

ช่องทางการสื่อสาร	ภูมิภาค	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level	LSD
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (อีเมล)	ตะวันออกเฉียงเหนือ	85	2.87	1.343			1-2
	กรุงเทพมหานคร	90	1.99	1.147			1-3
	เหนือ	80	1.81	1.080			1-4
	ใต้	138	1.99	1.211			
	รวม	393	2.15	1.258	13.616	.000***	
กระดานข่าวในอินเทอร์เน็ต	ตะวันออกเฉียงเหนือ	86	2.59	1.211			1-2
	กรุงเทพมหานคร	91	1.96	1.010			1-3
	เหนือ	80	2.11	1.158			1-4
	ใต้	138	2.15	1.238			
	รวม	395	2.19	1.184	4.803**	.003	
ห้องสนทนาในอินเทอร์เน็ต	ตะวันออกเฉียงเหนือ	86	2.42	1.222			1-2
	กรุงเทพมหานคร	91	1.67	.857			1-3
	เหนือ	81	1.99	1.101			1-4
	ใต้	137	2.03	1.194			2-4
	รวม	395	2.02	1.136	6.702	.000***	
เว็บไซต์เรื่องเพศ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	86	2.95	1.264			1-2
	กรุงเทพมหานคร	91	1.89	.994			1-3
	เหนือ	80	2.39	1.326			1-4
	ใต้	138	2.21	1.247			2-3
	รวม	395	2.33	1.264	12.043	.000***	
บริการอดิโอเท็กซ์จากโทรศัพท์	ตะวันออกเฉียงเหนือ	86	1.91	1.224			1-2
	กรุงเทพมหานคร	91	1.26	.630			1-3
	เหนือ	81	1.30	.679			1-4
	ใต้	137	1.42	.846			
	รวม	395	1.46	.902	10.142	.000***	

* significant different at $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

สมมติฐานที่ 2 : วัยรุ่นที่มีลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลต่างกันจะมีแรงจูงใจในการสื่อสารเรื่องเพศต่างกัน

2.1 แรงจูงใจทางสังคม

ผลการทดสอบสมมติฐานด้านแรงจูงใจทางสังคมต่อการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่มีลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลต่างกัน พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานบางส่วน กล่าวคือ แรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลบางประเภท ได้แก่ ด้านอายุ และด้านภูมิฐานะ ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยบางส่วน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- สถานภาพทางเพศไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศในทุกข้อ จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน
- ส่วนระดับอายุมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศในข้อที่นำไปใช้เป็นเรื่องพูดคุยกับเพื่อน ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานวิจัยนี้เพียงบางส่วน
- ลักษณะที่พหุอาศัยไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศในทุกข้อ จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน
- ภูมิลำเนามีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นในบางเหตุผล ได้แก่ เพื่อแลกเปลี่ยน แสวงหาแนวทาง และความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องเพศจากแหล่งต่างๆ เพื่อนำไปใช้เป็นเรื่องพูดคุยกับเพื่อน และเนื่องจากเพื่อนๆ แนะนำให้เปิดอ่านดู หรือฟัง จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานวิจัยนี้เพียงบางส่วน

2.1.1 เพศ

ผลการทดสอบค่า T- test พบว่า เพศที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับแรงจูงใจในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่น ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ ไม่ว่าวัยรุ่นจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิง ก็ไม่มีความเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจใดๆ ในการสื่อสารเรื่องเพศ

ตารางที่ 25 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้านแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศและสถานภาพทางเพศ

แรงจูงใจทางสังคม	เพศ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	T [T-test]	Sig. level
เนื่องจากเพื่อนๆ แนะนำให้เปิดอ่านคู่มือหรือฟัง	ชาย	166	3.77	1.334	5.578	.054
	หญิง	229	2.96	1.470		
เพื่อนำไปใช้เป็นเรื่องพูดคุยกับเพื่อน	ชาย	169	3.78	1.344	5.319	.084
	หญิง	229	3.02	1.434		
เพื่อหาคู่อที่มีใจตรงกัน หรือรสนิยมตรงกัน	ชาย	168	3.10	1.519	6.762	.194
	หญิง	228	2.11	1.383		
เพื่อเป็นช่องทางในการปรึกษาเรื่องเพศกับใครสักคน	ชาย	170	3.30	1.332	5.672	.167
	หญิง	227	2.52	1.374		
เพื่อแลกเปลี่ยน แสวงหาแนวทาง และความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องเพศจากแหล่งต่างๆ	ชาย	170	3.38	1.354	6.004	.053
	หญิง	229	2.53	1.425		

*** significant different at $p < .001$

2.1.2 อายุ

ผลการทดสอบสมมติฐานด้านแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับอายุต่างกัน พบว่า ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลในด้านอายุที่มีความแตกต่างกันมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศในการสื่อสารเรื่องเพศ เพื่อเป็นช่องทางในการปรึกษา เรื่องเพศกับใครสักคน กล่าวคือ วัยรุ่นที่มีอายุมากกว่า 22 ปี จะให้น้ำหนักกับแรงจูงใจนี้มากกว่าวัยรุ่นที่มีอายุ 18-22 ปี ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานเพียงส่วนเดียว ส่วนแรงจูงใจทางสังคมในด้านอื่นๆ ไม่พบที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 26 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้านแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศกับระดับอายุ

แรงจูงใจทางสังคม	อายุ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level	LSD
เนื่องจากเพื่อนๆ แนะนำให้เปิดอ่าน ดู หรือฟัง	น้อยกว่า 18 ปี	8	2.38	1.302			
	18-22 ปี	372	3.32	1.470			
	มากกว่า 22 ปี	10	3.60	1.174			
รวม		390	3.31	1.464	1.850	.159	
เพื่อนำไปใช้เป็นเรื่องพูดคุยกับเพื่อน	น้อยกว่า 18 ปี	8	2.75	1.581			
	18-22 ปี	376	3.35	1.438			
	มากกว่า 22 ปี	10	3.70	1.337			
รวม		394	3.34	1.438	.989	.373	
เพื่อเป็นช่องทางในการปรึกษาเรื่องเพศกับใครสักคน	น้อยกว่า 18 ปี	8	2.63	1.408			2-3
	18-22 ปี	374	2.82	1.408			
	มากกว่า 22 ปี	10	3.90	.738			
รวม		392	2.84	1.403	3.012	.050*	
เพื่อหาคู่อที่มีใจตรงกัน หรือรสนิยมตรงกัน	น้อยกว่า 18 ปี	8	2.25	1.282			
	18-22 ปี	373	2.51	1.509			
	มากกว่า 22 ปี	10	3.00	1.700			
รวม		391	2.51	1.509	.645	.525	
เพื่อแลกเปลี่ยน แสวงหาแนวทางและความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องเพศจากแหล่งต่างๆ	น้อยกว่า 18 ปี	8	2.50	1.069			
	18-22 ปี	376	2.88	1.462			
	มากกว่า 22 ปี	10	2.80	1.135			
รวม		394	2.87	1.447	.282	.755	

* significant different at $p < .05$

2.1.3 ที่พักอาศัย

ผลการทดสอบสมมติฐานด้านแรงจูงใจในการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่มีลักษณะที่พักอาศัยต่างกัน พบว่า ลักษณะที่พักอาศัยที่มีความแตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่น ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ ไม่ว่าจะวัยรุ่นจะมีลักษณะที่พักอาศัยอย่างไร ก็ไม่มีความเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจใดๆ ในการสื่อสารเรื่องเพศ

ตารางที่ 27 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้านแรงจูงใจทางสังคมและลักษณะที่พึงอาศัย

แรงจูงใจทางสังคม	ลักษณะที่พึงอาศัย	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level
เพื่อนำไปใช้เป็นเรื่องพูดคุยกับเพื่อน	หอพักในมหาวิทยาลัย	110	3.35	1.523		
	หอพักทั่วไป	83	3.46	1.391		
	บ้านตนเอง	169	3.27	1.463		
	บ้านญาติ	26	3.42	1.391		
	อื่นๆ	7	3.29	.951		
	รวม	395	3.34	1.449		
เพื่อเป็นช่องทางในการปรึกษาเรื่องเพศกับใครสักคน	หอพักในมหาวิทยาลัย	109	2.89	1.449		
	หอพักทั่วไป	83	2.96	1.329		
	บ้านตนเอง	169	2.80	1.424		
	บ้านญาติ	26	2.73	1.538		
	อื่นๆ	7	2.43	1.134		
	รวม	394	2.85	1.411		
เพื่อหาคู่ที่มีใจตรงกัน หรือ รสนิยมตรงกัน	หอพักในมหาวิทยาลัย	109	2.42	1.383		
	หอพักทั่วไป	82	2.79	1.600		
	บ้านตนเอง	169	2.53	1.574		
	บ้านญาติ	26	2.38	1.551		
	อื่นๆ	7	1.86	1.215		
	รวม	393	2.53	1.523		
เนื่องจากเพื่อนๆ แนะนำให้เปิดอ่านดู หรือฟัง	หอพักในมหาวิทยาลัย	110	3.36	1.584		
	หอพักทั่วไป	82	3.35	1.391		
	บ้านตนเอง	167	3.23	1.500		
	บ้านญาติ	26	3.31	1.158		
	อื่นๆ	7	3.14	1.215		
	รวม	392	3.30	1.472		
เพื่อแลกเปลี่ยน แสวงหาแนวทาง และความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องเพศจากแหล่งต่างๆ	หอพักในมหาวิทยาลัย	110	2.93	1.463		
	หอพักทั่วไป	84	3.14	1.424		
	บ้านตนเอง	169	2.76	1.477		
	บ้านญาติ	26	2.73	1.511		
	อื่นๆ	7	3.00	1.155		
	รวม	396	2.89	1.460		

2.1.4 ภูมิสำเนา

ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลด้านภูมิสำเนาที่แตกต่างกันกับแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่น พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานส่วนใหญ่ คือ ภูมิสำเนา มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นในบางเหตุผล ได้แก่ ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลด้านภูมิสำเนาแตกต่างกับแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในการใช้สื่อเพื่อแลกเปลี่ยนแสวงหาแนวทาง และความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องเพศจากแหล่งต่างๆ และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากการใช้สื่อเพื่อนำไปใช้เป็นเรื่องพูดคุยกับเพื่อน และเนื่องจากเพื่อน ๆ แนะนำให้เปิดอ่านดู หรือฟัง จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานเพียงบางส่วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

การใช้สื่อในการสื่อสารเรื่องเพศเพื่อแลกเปลี่ยน แสวงหาแนวทาง และความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องเพศจากแหล่งต่างๆ พบว่า วัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 2.51) ให้น้ำหนักกับแรงจูงใจเหล่านี้ น้อยกว่าภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 3.04) และภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 3.07) ($\bar{x} = 2.51 < 3.04 / 3.07$)

การใช้สื่อในการสื่อสารเรื่องเพศเพื่อนำไปใช้เป็นเรื่องพูดคุยกับเพื่อน พบว่า วัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 3.79) ให้น้ำหนักกับแรงจูงใจเหล่านี้มากกว่าวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 3.08) และ ภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 3.22) ($\bar{x} = 3.79 > 3.08 / 3.22$)

การใช้สื่อในการสื่อสารเรื่องเพศเนื่องจากเพื่อน ๆ แนะนำให้เปิดอ่านดู หรือฟัง พบว่า วัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 3.75) ให้น้ำหนักกับแรงจูงใจเหล่านี้มากกว่ากรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 3.01) ภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 3.25) และภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 3.24) ($\bar{x} = 3.75 > 3.01 / 3.25 / 3.24$)

ส่วนแรงจูงใจทางสังคมในด้านอื่น ไม่พบว่าวัยรุ่นที่มีภูมิสำเนาต่างกันจะส่งผลให้มีแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานเฉพาะ การใช้สื่อ เพื่อแลกเปลี่ยน แสวงหาแนวทาง และความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องเพศจากแหล่งต่างๆ เพื่อนำไปใช้เป็นเรื่องพูดคุยกับเพื่อน และเนื่องจากเพื่อน ๆ แนะนำให้เปิดอ่านดู หรือฟัง



ตารางที่ 28 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับแรงจูงใจทางสังคม

แรงจูงใจทางสังคม	ภูมิลำเนา	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level	LSD
เพื่อนำไปใช้เป็นเรื่อง พูดคุยกับเพื่อน	ตะวันออกเฉียงเหนือ	86	3.79	1.588			1-2
	กรุงเทพมหานคร	91	3.08	1.424			1-4
	เหนือ	81	3.37	1.209			
	ใต้	140	3.22	1.440			
	รวม	398	3.34	1.444			4.228
เพื่อเป็นช่องทางในการ ปรึกษาเรื่องเพศกับใคร สักคน	ตะวันออกเฉียงเหนือ	86	3.09	1.492			
	กรุงเทพมหานคร	90	2.53	1.351			
	เหนือ	82	2.84	1.281			
	ใต้	139	2.92	1.440			
	รวม	397	2.85	1.408			2.516
เพื่อหาคูที่มีใจตรงกัน หรือรสนิยมตรงกัน	ตะวันออกเฉียงเหนือ	85	2.62	1.551			
	กรุงเทพมหานคร	90	2.38	1.488			
	เหนือ	81	2.46	1.525			
	ใต้	140	2.61	1.529			
	รวม	396	2.53	1.522			.611
เนื่องจากเพื่อนๆ แนะนำ ให้เปิดอ่าน ดู หรือฟัง	ตะวันออกเฉียงเหนือ	84	3.75	1.551			1-2
	กรุงเทพมหานคร	90	3.01	1.418			1-3
	เหนือ	81	3.25	1.280			1-4
	ใต้	140	3.24	1.502			
	รวม	395	3.30	1.468			3.989
เพื่อแลกเปลี่ยน แสวงหา แนวทาง และความคิดเห็น เกี่ยวกับเรื่องเพศจาก แหล่งต่างๆ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	86	2.86	1.448			2-3
	กรุงเทพมหานคร	91	2.51	1.385			2-4
	เหนือ	82	3.04	1.427			
	ใต้	140	3.07	1.487			
	รวม	399	2.89	1.455			3.183

* significant different at $p < .05$ ** $p < .01$

2.2 แรงจูงใจทางจิตวิทยา

จากการทดสอบสมมติฐานด้านแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่มีลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลต่างกัน พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานบางส่วน กล่าวคือ แรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ

ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลบางประเภท ได้แก่ สถานภาพทางเพศ และภูมิลำเนา ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยบางส่วน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- สถานภาพทางเพศมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศ คือวัยรุ่นจะใช้สื่อเพื่อความเพลิดเพลิน คลายเครียด และเพื่อหาความรู้ความเข้าใจเรื่องเพศให้มากกว่าเดิม อยากหาคนเข้าใจและปรึกษาได้อย่างไม่เขินอายผ่านสื่อต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปปฏิบัติ แก้อาไรเรื่องเพศด้วยตนเอง และเพื่อคลายเหงา จึงเป็นไปตามสมมติฐานเพียงบางส่วน
- ส่วนระดับอายุไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการสื่อสารเรื่องเพศอย่างมีนัยสำคัญทางจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานวิจัยนี้
- ลักษณะที่พักอาศัยไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน
- ภูมิลำเนาไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่น พบว่าเป็นไปตามสมมติฐานเพียงประเด็นเดียว คือ แรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศเพื่อหาความรู้ความเข้าใจเรื่องเพศให้มากกว่าเดิม จึงเป็นไปตามสมมติฐานเพียงบางส่วน

2.2.1 เพศ

ผลการทดสอบค่า T- test พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จากแรงจูงใจในการใช้สื่อเพื่อความเพลิดเพลิน คลายเครียดและเพื่อหาความรู้ความเข้าใจเรื่องเพศให้มากกว่าเดิม ส่วนแรงจูงใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในการเลือกใช้สื่อเพราะอยากหาคนเข้าใจและปรึกษาได้อย่างไม่เขินอายผ่านสื่อต่างๆ และเพื่อเป็นแนวทางในการนำไปปฏิบัติ แก้อาไรเรื่องเพศด้วยตนเอง และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในการเลือกใช้สื่อเพื่อคลายเหงา โดยแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศแตกต่างกันดังกล่าวนี้ พบว่ากลุ่มเพศหญิงให้น้ำหนักกับแรงจูงใจเหล่านี้้น้อยกว่ากลุ่มเพศชาย จึงเป็นไปตามสมมติฐานส่วนใหญ่ ส่วนแรงจูงใจทางจิตวิทยาด้านอื่น ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ตารางที่ 29 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้านแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศและสถานภาพทางเพศ

แรงจูงใจทางจิตวิทยา	เพศ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	T [T-test]	Sig. level
เพื่อฆ่าเวลาให้ผ่านไป ยามว่าง	ชาย	168	3.57	1.378	7.358	.072
	หญิง	228	2.50	1.471		
เพื่อคลายเหงา	ชาย	168	3.23	1.334	6.157	.035*
	หญิง	228	2.36	1.449		
เพื่อความเพลิดเพลิน คลายเครียด	ชาย	168	3.81	1.318	7.105	.000***
	หญิง	228	2.81	1.477		
เพื่อหาความรู้ความเข้าใจเรื่องเพศให้มากกว่าเดิม	ชาย	170	3.92	1.112	4.101	.000***
	หญิง	229	3.42	1.311		
เพื่อเป็นช่องทางในการสร้างจินตนาการทางเพศด้วยตนเอง	ชาย	170	3.45	1.328	9.408	.587
	หญิง	228	2.18	1.349		
อยากหาคนเข้าใจและปรึกษาได้ อย่างไม่เขินอายผ่านสื่อต่างๆ	ชาย	170	3.34	1.345	5.668	.007**
	หญิง	228	2.52	1.506		
เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปปฏิบัติแก้ไขเรื่องเพศด้วยตนเอง	ชาย	166	3.57	1.281	7.308	.005**
	หญิง	228	2.57	1.408		

* significant different at $p < .05$

** $p < .01$

*** $p < .001$

2.2.2 อายุ

ผลการทดสอบเรื่องลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลในด้านอายุกับแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศ พบว่าอายุที่มีความแตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ ไม่ว่าจะวัยรุ่นจะมีอายุต่างกันหรือไม่ อย่างไร ก็ไม่มีความเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศแต่อย่างใด

ตารางที่ 30 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้านแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศกับระดับอายุ

แรงจูงใจทางจิตวิทยา	อายุ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level
เพื่อฆ่าเวลาให้ผ่านไป ยามว่าง	น้อยกว่า 18 ปี	8	2.50	1.195		
	18-22 ปี	373	2.96	1.531		
	มากกว่า 22 ปี	10	3.30	1.567		
	รวม	391	2.96	1.525	.612	.543
เพื่อคลายเหงา	น้อยกว่า 18 ปี	8	2.88	1.727		
	18-22 ปี	373	2.70	1.451		
	มากกว่า 22 ปี	10	3.10	1.287		
	รวม	391	2.71	1.450	.427	.653
เพื่อความเพลิดเพลิน คลายเครียด	น้อยกว่า 18 ปี	8	3.50	1.604		
	18-22 ปี	373	3.22	1.495		
	มากกว่า 22 ปี	10	3.30	1.337		
	รวม	391	3.23	1.490	.153	.858
เพื่อหาความรู้ความเข้าใจ เรื่องเพศให้มากกว่าเดิม	น้อยกว่า 18 ปี	8	3.00	1.069		
	18-22 ปี	376	3.63	1.254		
	มากกว่า 22 ปี	10	4.30	.675		
	รวม	394	3.64	1.245	2.486	.085
เพื่อเป็นช่องทางในการสร้างจินตนาการทางเพศด้วยตนเอง	น้อยกว่า 18 ปี	8	2.88	1.126		
	18-22 ปี	375	2.69	1.483		
	มากกว่า 22 ปี	10	3.50	1.509		
	รวม	393	2.71	1.480	1.519	.220
อยากหาคนเข้าใจและปรึกษาได้ อย่างไม่เงินอายผ่านสื่อต่างๆ	น้อยกว่า 18 ปี	8	2.88	1.458		
	18-22 ปี	375	2.83	1.498		
	มากกว่า 22 ปี	10	3.50	.527		
	รวม	393	2.84	1.482	1.006	.366
เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปปฏิบัติ แก่ไขเรื่องเพศด้วยตนเอง	น้อยกว่า 18 ปี	8	3.38	1.408		
	18-22 ปี	372	2.96	1.447		
	มากกว่า 22 ปี	9	3.22	1.093		
	รวม	389	2.97	1.437	.463	.630

2.2.3 ที่พักอาศัย

ผลการทดสอบเรื่องแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่มีลักษณะที่พักอาศัยต่างกัน พบว่า ลักษณะที่พักอาศัยที่มีความแตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ ไม่ว่าวัยรุ่นจะพักอาศัยอยู่ที่ใด ก็ไม่มีความเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศในการสื่อสารเรื่องเพศแต่อย่างใด

ตารางที่ 31 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้านแรงจูงใจทางจิตวิทยาและลักษณะที่พักอาศัย

แรงจูงใจทางจิตวิทยา	ลักษณะที่พักอาศัย	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level
เพื่อคลายเหงา	หอพักในมหาวิทยาลัย	110	2.84	1.493		
	หอพักทั่วไป	83	2.86	1.474		
	บ้านตนเอง	167	2.66	1.450		
	บ้านญาติ	26	2.65	1.384		
	อื่นๆ	7	1.57	1.134		
	รวม	393	2.73	1.463	1.504	.200
เพื่อความเพลิดเพลิน คลายเครียด	หอพักในมหาวิทยาลัย	110	3.45	1.512		
	หอพักทั่วไป	83	3.27	1.490		
	บ้านตนเอง	167	3.13	1.491		
	บ้านญาติ	26	3.12	1.336		
	อื่นๆ	7	2.29	1.604		
	รวม	393	3.23	1.493	1.511	.198
เพื่อหาความรู้ความเข้าใจ เรื่องเพศให้มากกว่าเดิม	หอพักในมหาวิทยาลัย	110	3.86	1.192		
	หอพักทั่วไป	84	3.52	1.275		
	บ้านตนเอง	169	3.54	1.305		
	บ้านญาติ	26	3.88	.952		
	อื่นๆ	7	3.00	1.155		
	รวม	396	3.64	1.252	2.063	.085
เพื่อเป็นช่องทางในการสร้าง จินตนาการทางเพศด้วย ตนเอง	หอพักในมหาวิทยาลัย	109	2.61	1.387		
	หอพักทั่วไป	84	3.04	1.476		
	บ้านตนเอง	169	2.66	1.550		
	บ้านญาติ	26	2.73	1.485		

แรงจูงใจทางจิตวิทยา	ลักษณะที่พิกอาศัย	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level
	อื่นๆ	7	2.14	.900		
	รวม	395	2.72	1.482	1.426	.225
อยากหาคนเข้าใจและปรึกษา ได้อย่างไม่เขินอายผ่านสื่อ ต่างๆ	หอพักในมหาวิทยาลัย	110	2.94	1.498		
	หอพักทั่วไป	84	2.98	1.481		
	บ้านตนเอง	168	2.77	1.476		
	บ้านญาติ	26	3.15	1.782		
	อื่นๆ	7	2.00	.816		
	รวม	395	2.87	1.498	1.180	.319
เพื่อเป็นแนวทางในการนำไป ปฏิบัติ แก้ไขเรื่องเพศด้วย ตนเอง	หอพักในมหาวิทยาลัย	110	3.09	1.456		
	หอพักทั่วไป	83	3.02	1.440		
	บ้านตนเอง	165	2.92	1.437		
	บ้านญาติ	26	3.00	1.549		
	อื่นๆ	7	2.43	.976		
	รวม	391	2.98	1.441	.520	.721
เพื่อฆ่าเวลาให้ผ่านไป ยามว่าง	หอพักในมหาวิทยาลัย	110	2.97	1.565		
	หอพักทั่วไป	83	3.13	1.583		
	บ้านตนเอง	167	2.90	1.502		
	บ้านญาติ	26	2.73	1.511		
	อื่นๆ	7	2.71	1.254		
	รวม	393	2.96	1.531	.509	.729

2.2.4 ภูมิลำเนา

ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลด้านภูมิลำเนาที่แตกต่างกันกับแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่น พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานเพียงประเด็นเดียว คือ แรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลด้านภูมิลำเนา ในการใช้สื่อเพื่อหาความรู้ความเข้าใจเรื่องเพศให้มากกว่าเดิม กล่าวคือ วัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 3.72) ให้น้ำหนักกับแรงจูงใจนี้มากกว่าวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 3.30) ($\bar{x} = 3.72 > 3.30$) ส่วนกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 3.30) ให้น้ำหนักกับแรงจูงใจเหล่านี้น้อยกว่า

ภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 3.80) และภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 3.69) ($\bar{x} = 3.30 > 3.80 / 3.69$) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานเพียงบางส่วน ในส่วนแรงจูงใจทางจิตวิทยาด้านอื่นๆ ไม่พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 32 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับแรงจูงใจทางจิตวิทยา

แรงจูงใจทางจิตวิทยา	ภูมิลำเนา	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level	LSD
เพื่อคลายเหงา	ตะวันออกเฉียงเหนือ	85	3.04	1.599			
	กรุงเทพมหานคร	90	2.50	1.408			
	เหนือ	81	2.81	1.493			
	ใต้	140	2.64	1.374			
	รวม	396	2.73	1.464	2.278	.079	
เพื่อความเพลิดเพลิน คลายเครียด	ตะวันออกเฉียงเหนือ	85	3.21	1.536			
	กรุงเทพมหานคร	90	3.11	1.495			
	เหนือ	81	3.62	1.393			
	ใต้	140	3.10	1.504			
	รวม	396	3.23	1.495	2.384	.069	
เพื่อหาความรู้ความ เข้าใจเรื่องเพศให้ มากกว่าเดิม	ตะวันออกเฉียงเหนือ	86	3.72	1.492			1-2
	กรุงเทพมหานคร	91	3.30	1.260			2-3
	เหนือ	82	3.80	1.071			2-4
	ใต้	140	3.69	1.156			
	รวม	399	3.63	1.253	2.991	.031*	
เพื่อเป็นช่องทางในการ สร้างจินตนาการทาง เพศด้วยตนเอง	ตะวันออกเฉียงเหนือ	86	2.93	1.714			
	กรุงเทพมหานคร	91	2.70	1.472			
	เหนือ	82	2.87	1.403			
	ใต้	139	2.52	1.359			
	รวม	398	2.72	1.480	1.719	.162	
อยากหาคณเข้าใจและ ปรึกษาได้อย่าง ไม่เหน็ดเหนื่อยผ่านสื่อต่างๆ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	85	3.09	1.623			
	กรุงเทพมหานคร	91	2.69	1.356			
	เหนือ	82	2.72	1.390			
	ใต้	140	2.94	1.546			
	รวม	398	2.87	1.493	1.441	.230	

แรงจูงใจทางจิตวิทยา	ภูมิสำเนา	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level	LSD
เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปปฏิบัติ แก่ไขเรื่องเพศด้วยตนเอง	ตะวันออกเฉียงเหนือ	84	3.05	1.464			
	กรุงเทพมหานคร	91	2.86	1.427			
	เหนือ	81	3.12	1.461			
	ใต้	138	2.96	1.432			
	รวม	394	2.99	1.441	.548	.650	
เพื่อฆ่าเวลาให้ผ่านไป ยามว่าง	ตะวันออกเฉียงเหนือ	86	3.24	1.447			
	กรุงเทพมหานคร	89	2.76	1.454			
	เหนือ	81	3.14	1.515			
	ใต้	140	2.79	1.598			
	รวม	396	2.95	1.525	2.428	.065	

* significant different at $p < .05$

2.3 แรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อ

ผลการทดสอบสมมติฐานด้านแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่มีลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลต่างกัน พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานบางส่วน กล่าวคือ แรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลบางประเภท ได้แก่ สถานภาพทางเพศ และภูมิสำเนา ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยบางส่วน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- สถานภาพทางเพศมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่น คือ วัยรุ่นจะใช้สื่อเนื่องจากการค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใดเวลาใดก็ได้ตามต้องการ สามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศ หรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ และไม่มีใครเห็นรูปร่างหน้าตาและตัวตนที่แท้จริงของเรา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานเพียงบางส่วน
- ส่วนระดับอายุไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการสื่อสารเรื่องเพศอย่างมีนัยสำคัญทาง จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานวิจัยนี้
- ลักษณะที่พหุภาคย์ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน

- ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่น พบว่าวัยรุ่นมักจะใช้สื่อเนื่องจาก มีทางเลือกในการสื่อสารหลายทาง เช่น ค้นหาข่าวสาร สามารถแสดงออกในการสื่อสาร ได้ตอบ ไม่ว่าจะการพูดหรือเขียนได้อย่างเต็มที่ ไม่มีการแบ่งแยกอายุ ชนชั้น หรือสถานภาพใดๆ ช่วยเสริมสร้างจินตนาการทางเพศได้อย่างอิสระไร้ขอบเขต สามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศ หรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ มีข้อมูลหลากหลายค้นหาได้อย่างที่ต้องการรู้ / การใช้สื่อใหม่ในการค้นหาข่าวสารเรื่องเพศทำให้รู้สึกมีความทันสมัย และไม่มีใครเห็นรูปร่างหน้าตาและตัวตนที่แท้จริงของเรา จึงเป็นไปตามสมมติฐานเป็นส่วนใหญ่

2.3.1 เพศ

ผลการทดสอบค่า T-test พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแรงจูงใจด้านการค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใด เวลาใดก็ได้ตามต้องการ สามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศหรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ และไม่มีใครเห็นรูปร่างหน้าตาและตัวตนที่แท้จริงของเรา พบว่า กลุ่มเพศหญิงให้น้ำหนักแรงจูงใจเหล่านี้ไปในทางลบมากกว่าเพศชาย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานเพียงบางส่วน ส่วนแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในด้านอื่น ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ตารางที่ 33 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้านแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศและสถานภาพทางเพศ

แรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อ	เพศ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	T [T-test]	Sig. level
ค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใด เวลาใดก็ได้ตามต้องการ	ชาย	170	3.58	.959	-.630	.049*
	หญิง	229	3.64	1.109		
มีทางเลือกในการสื่อสารหลายทาง เช่น ค้นหาข่าวสาร	ชาย	169	3.25	1.106	-1.199	.343
	หญิง	229	3.38	1.124		
สามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศ หรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ	ชาย	169	3.50	1.024	-1.099	.047*
	หญิง	225	3.62	1.148		

แรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อ	เพศ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	T [T-test]	Sig. level
มีข้อมูลหลากหลายค้นหาได้อย่างที่ต้องการรู้	ชาย	163	3.50	.939	-1.011	.157
	หญิง	229	3.60	1.074		
รูปแบบมีมิติมีเดีย ได้แก่ ภาพเคลื่อนไหว เสียง สีสัน สดสวย	ชาย	169	3.56	1.023	.288	.058
	หญิง	229	3.52	1.161		
การใช้สื่อใหม่ในการค้นหาข่าวสารเรื่องเพศทำให้รู้สึกมีความทันสมัย	ชาย	167	3.16	1.103	-.474	.285
	หญิง	227	3.21	1.190		
สามารถแสดงออกในการสื่อสารโต้ตอบไม่ว่าการพูดหรือเขียนได้อย่างเต็มที่	ชาย	169	3.30	1.040	-.889	.068
	หญิง	227	3.40	1.138		
ไม่มีการแบ่งแยกอายุ ชนชั้น หรือสถานภาพใดๆ	ชาย	170	3.44	1.026	-.425	.133
	หญิง	228	3.48	1.144		
ไม่มีใครเห็นรูปร่างหน้าตาและตัวตนที่แท้จริงของเรา	ชาย	170	3.45	1.027	-.925	.046*
	หญิง	229	3.55	1.160		
ช่วยเสริมสร้างจินตนาการทางเพศได้อย่างอิสระไร้ขอบเขต	ชาย	169	3.21	1.063	.819	.198
	หญิง	229	3.11	1.172		

* significant different at $p < .05$

2.3.2 อายุ

ผลการทดสอบเรื่องลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลในด้านอายุกับแรงจูงใจคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศ พบว่า อายุที่มีความแตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ ไม่ว่าวัยรุ่นจะมีอายุต่างกันหรือไม่ อย่างไร ก็ไม่มีความเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศแต่อย่างใด

ตารางที่ 34 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้านแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศกับระดับอายุ

แรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อ	อายุ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level
ค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใด เวลาใดก็ได้ตามต้องการ	น้อยกว่า 18 ปี	8	3.88	1.246		
	18-22 ปี	376	3.60	1.051		
	มากกว่า 22 ปี	10	3.60	.699		
	รวม	394	3.60	1.046	.273	.761
มีทางเลือกในการสื่อสาร หลายทาง เช่น ค้นหาข่าวสาร	น้อยกว่า 18 ปี	8	3.00	1.309		
	18-22 ปี	375	3.34	1.111		
	มากกว่า 22 ปี	10	3.30	1.252		
	รวม	393	3.33	1.117	.357	.700
สามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศ หรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ	น้อยกว่า 18 ปี	8	4.13	1.356		
	18-22 ปี	372	3.55	1.099		
	มากกว่า 22 ปี	10	3.50	.707		
	รวม	390	3.56	1.097	1.097	.335
มีข้อมูลหลากหลายค้นหาได้ อย่างที่ต้องการรู้	น้อยกว่า 18 ปี	8	3.75	1.389		
	18-22 ปี	369	3.56	1.025		
	มากกว่า 22 ปี	10	3.20	.632		
	รวม	387	3.56	1.025	.750	.473
รูปแบบมัลติมีเดีย ได้แก่ ภาพเคลื่อนไหว เสียง สีสัน สดสวย	น้อยกว่า 18 ปี	8	3.38	1.408		
	18-22 ปี	375	3.54	1.108		
	มากกว่า 22 ปี	10	3.30	.483		
	รวม	393	3.53	1.102	.300	.741
การใช้สื่อใหม่ในการค้นหา ข่าวสารเรื่องเพศทำให้รู้สึก มีความทันสมัย	น้อยกว่า 18 ปี	8	2.88	1.356		
	18-22 ปี	372	3.20	1.156		
	มากกว่า 22 ปี	10	3.00	.816		
	รวม	390	3.19	1.152	.453	.636
สามารถแสดงออกในการสื่อสาร ได้ตอบ ไม่ว่าจะการพูดหรือเขียนได้ อย่างเต็มที่	น้อยกว่า 18 ปี	8	3.38	1.302		
	18-22 ปี	373	3.37	1.096		
	มากกว่า 22 ปี	10	2.90	.994		
	รวม	391	3.36	1.097	.884	.414

แรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อ	อายุ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level
ไม่มีการแบ่งแยกอายุ ชนชั้น หรือสถานภาพใดๆ	น้อยกว่า 18 ปี	8	3.63	1.408		
	18-22 ปี	375	3.46	1.086		
	มากกว่า 22 ปี	10	3.30	.823		
	รวม	393	3.46	1.085	.201	.818
ไม่มีใครเห็นรูปร่างหน้าตาและ ตัวตนที่แท้จริงของเรา	น้อยกว่า 18 ปี	8	3.50	1.690		
	18-22 ปี	376	3.49	1.095		
	มากกว่า 22 ปี	10	3.80	.919		
	รวม	394	3.50	1.103	.378	.685
ช่วยเสริมสร้างจินตนาการทางเพศ ได้อย่างอิสระไร้ขอบเขต	น้อยกว่า 18 ปี	8	3.50	1.195		
	18-22 ปี	375	3.13	1.132		
	มากกว่า 22 ปี	10	3.60	.699		
	รวม	393	3.15	1.126	1.274	.281

2.3.3 ที่พักอาศัย

ผลการทดสอบเรื่องแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่มีลักษณะที่พักอาศัยต่างกัน พบว่า ลักษณะที่พักอาศัยที่มีความแตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน

ตารางที่ 35 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้านแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อและลักษณะที่พักอาศัย

แรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อ	ลักษณะที่พักอาศัย	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level
ค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใด เวลาใดก็ได้ตามต้องการ	หอพักในมหาวิทยาลัย	110	3.75	1.096		
	หอพักทั่วไป	84	3.58	.947		
	บ้านตนเอง	169	3.56	1.068		
	บ้านญาติ	26	3.77	.765		
	อื่นๆ	7	3.14	1.464		
	รวม	396	3.62	1.042	1.083	.364

แรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อ	ลักษณะที่พักอาศัย	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level
มีทางเลือกในการสื่อสารหลายทาง เช่น ค้นหาข่าวสาร	หอพักในมหาวิทยาลัย	110	3.46	1.171		
	หอพักทั่วไป	84	3.21	.995		
	บ้านตนเอง	168	3.27	1.130		
	บ้านญาติ	26	3.62	.983		
	อื่นๆ	7	2.86	1.464		
	รวม	395	3.33	1.114	1.477	.208
สามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศหรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ	หอพักในมหาวิทยาลัย	109	3.75	1.164		
	หอพักทั่วไป	82	3.51	1.045		
	บ้านตนเอง	167	3.49	1.040		
	บ้านญาติ	26	3.69	1.050		
	อื่นๆ	7	3.14	1.676		
	รวม	391	3.57	1.093	1.422	.226
มีข้อมูลหลากหลายค้นหาได้อย่างที่ต้องการรู้	หอพักในมหาวิทยาลัย	109	3.67	1.139		
	หอพักทั่วไป	83	3.54	1.016		
	บ้านตนเอง	164	3.48	.956		
	บ้านญาติ	26	3.65	.977		
	อื่นๆ	7	3.57	.976		
	รวม	389	3.56	1.023	.651	.626
รูปแบบมัลติมีเดีย ได้แก่ ภาพเคลื่อนไหว เสียง สีสัน สดสวย	หอพักในมหาวิทยาลัย	110	3.67	1.205		
	หอพักทั่วไป	84	3.57	.985		
	บ้านตนเอง	168	3.47	1.094		
	บ้านญาติ	26	3.58	.987		
	อื่นๆ	7	3.14	1.069		
	รวม	395	3.55	1.097	.818	.514
การใช้สื่อใหม่ในการค้นหาข่าวสารเรื่องเพศทำให้รู้สึกมีความทันสมัย	หอพักในมหาวิทยาลัย	109	3.46	1.295		
	หอพักทั่วไป	81	3.15	1.026		
	บ้านตนเอง	168	3.04	1.102		
	บ้านญาติ	26	3.19	1.021		
	อื่นๆ	7	3.14	1.574		
	รวม	391	3.19	1.155	2.223	.066

แรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อ	ลักษณะที่พิกอาศัย	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level
สามารถแสดงออกในการสื่อสารได้ตอบ ไม่ว่าจะการพูดหรือเขียนได้อย่างเต็มที่	หอพักในมหาวิทยาลัย	110	3.51	1.276		
	หอพักทั่วไป	82	3.23	.907		
	บ้านตนเอง	169	3.32	1.071		
	บ้านญาติ	25	3.48	.872		
	อื่นๆ	7	3.29	1.254		
	รวม	393	3.36	1.094	.932	.445
ไม่มีการแบ่งแยกอายุ ชั้นชั้นหรือสถานภาพใดๆ	หอพักในมหาวิทยาลัย	109	3.56	1.243		
	หอพักทั่วไป	84	3.45	.987		
	บ้านตนเอง	169	3.38	1.063		
	บ้านญาติ	26	3.62	.898		
	อื่นๆ	7	3.57	1.512		
	รวม	395	3.47	1.097	.568	.686
ไม่มีใครเห็นรูปร่างหน้าตาและตัวตนที่แท้จริงของเรา	หอพักในมหาวิทยาลัย	110	3.63	1.233		
	หอพักทั่วไป	84	3.37	1.003		
	บ้านตนเอง	169	3.52	1.064		
	บ้านญาติ	26	3.58	1.102		
	อื่นๆ	7	3.43	1.134		
	รวม	396	3.52	1.103	.680	.606
ช่วยเสริมสร้างจินตนาการทางเพศได้อย่างอิสระไร้ขอบเขต	หอพักในมหาวิทยาลัย	110	3.29	1.214		
	หอพักทั่วไป	84	3.13	1.106		
	บ้านตนเอง	168	3.09	1.060		
	บ้านญาติ	26	3.19	1.167		
	อื่นๆ	7	2.86	1.345		
	รวม	395	3.16	1.125	.682	.605

2.3.4 ภูมิลำเนา

ผลการทดสอบสมมติฐาน เกี่ยวกับ ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลด้านภูมิลำเนาที่แตกต่างกันกับแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่น พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานเป็นส่วนใหญ่ คือ ภูมิลำเนามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นในบางเหตุผล ได้แก่ ภูมิลำเนาที่ต่างกันของวัยรุ่นแตกต่างกันกับ

แรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในการใช้สื่อเนื่องจากมีทางเลือกในการสื่อสารหลายทาง เช่น ค้นหาข่าวสาร / สามารถแสดงออกในการสื่อสาร ได้ตอบ ไม่ว่าจะการพูดหรือเขียนได้อย่างเต็มที่ / ไม่มีการแบ่งแยกอายุ ชนชั้น หรือสถานภาพใดๆ / ช่วยเสริมสร้างจินตนาการทางเพศได้อย่างอิสระไร้ขอบเขต และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในการใช้สื่อเนื่องจากสามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศ หรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ในการใช้สื่อเนื่องจากมีข้อมูลหลากหลายค้นหาได้อย่างที่ต้องการรู้ / การใช้สื่อใหม่ในการค้นหาข่าวสารเรื่องเพศทำให้รู้สึกมีความทันสมัย / ไม่มีใครเห็นรูปร่างหน้าตาและตัวตนที่แท้จริงของเรา จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยเพียงบางส่วน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การใช้สื่อเนื่องจากมีทางเลือกในการสื่อสารหลายทาง เช่น ค้นหาข่าวสาร พบว่า วัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 3.07) ให้น้ำหนักกับแรงจูงใจเหล่านี้น้อยกว่าภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 3.46) และภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 3.49) ($\bar{x} = 3.07 < 3.46 / 3.49$)

การใช้สื่อเนื่องจากสามารถแสดงออกในการสื่อสาร ได้ตอบ ไม่ว่าจะการพูดหรือเขียนได้อย่างเต็มที่ พบว่า วัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 3.20) และกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 3.18) ให้น้ำหนักกับแรงจูงใจเหล่านี้น้อยกว่าภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 3.58) ($\bar{x} = 3.20 / 3.18 < 3.58$)

การใช้สื่อเนื่องจากไม่มีการแบ่งแยกอายุ ชนชั้น หรือสถานภาพใดๆ พบว่า วัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 3.24) ให้น้ำหนักกับแรงจูงใจเหล่านี้น้อยกว่าภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 3.63) ($\bar{x} = 3.24 < 3.63$)

การใช้สื่อเนื่องจากช่วยเสริมสร้างจินตนาการทางเพศได้อย่างอิสระไร้ขอบเขต พบว่า วัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 2.88) ให้น้ำหนักกับแรงจูงใจเหล่านี้น้อยกว่ากรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 3.03) ($\bar{x} = 2.88 < 3.03$) ส่วนภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 3.33) กรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 3.03) ให้น้ำหนักกับแรงจูงใจเหล่านี้น้อยกว่าภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 3.33) ($\bar{x} = 3.03 < 3.33$)

การใช้สื่อเนื่องจากสามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศหรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ พบว่า วัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 3.42) ให้น้ำหนักกับแรงจูงใจเหล่านี้น้อยกว่าภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 3.77) ($\bar{x} = 3.42 < 3.77$) ส่วนกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย

3.31) ให้น้ำหนักกับแรงจูงใจเหล่านี้น้อยกว่าภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 3.65) และภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 3.77) ($\bar{x} = 3.31 < 3.65 / 3.77$)

การใช้สื่อเนื่องจากมีข้อมูลหลากหลายค้นหาได้อย่างที่ต้องการรู้ พบว่า วิทยุรุ่นที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 3.28) กรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 3.34) และภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 3.58) ให้น้ำหนักกับแรงจูงใจเหล่านี้น้อยกว่าภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 3.86) ($\bar{x} = 3.28 / 3.34 / 3.58 < 3.86$)

การใช้สื่อเนื่องจากการใช้สื่อใหม่ในการค้นหาข่าวสารเรื่องเพศทำให้รู้สึกมีความทันสมัย พบว่า วิทยุรุ่นที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 2.87) ให้น้ำหนักกับแรงจูงใจเหล่านี้น้อยกว่าภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 3.22) และภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 3.47) ($\bar{x} = 2.87 < 3.22 / 3.47$) ส่วนกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 3.02) ให้น้ำหนักกับแรงจูงใจเหล่านี้น้อยกว่าภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 3.47) ($\bar{x} = 3.02 < 3.47$)

การใช้สื่อเนื่องจากไม่มีใครเห็นรูปร่างหน้าตาและตัวตนที่แท้จริงของเรา พบว่า วิทยุรุ่นที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 3.21) ให้น้ำหนักกับแรงจูงใจเหล่านี้น้อยกว่าภาคเหนือ (มีค่าเฉลี่ย 3.56) และภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 3.76) ($\bar{x} = 3.21 < 3.56 / 3.76$) และกรุงเทพมหานคร (มีค่าเฉลี่ย 3.36) ให้น้ำหนักกับแรงจูงใจเหล่านี้น้อยกว่าภาคใต้ (มีค่าเฉลี่ย 3.76) ($\bar{x} = 3.36 < 3.76$)

ส่วนแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในด้านอื่น ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานเฉพาะการเลือกใช้สื่อเนื่องจาก มีทางเลือกในการสื่อสารหลายทาง เช่น ค้นหาข่าวสาร สามารถแสดงออกในการสื่อสาร ได้ตอบ ไม่ว่าจะการพูดหรือเขียนได้อย่างเต็มที่ ไม่มีการแบ่งแยกอายุ ชนชั้น หรือสถานภาพใดๆ ช่วยเสริมสร้างจินตนาการทางเพศได้อย่างอิสระไร้ขอบเขต สามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศหรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ มีข้อมูลหลากหลายค้นหาได้อย่างที่ต้องการรู้ / การใช้สื่อใหม่ในการค้นหาข่าวสารเรื่องเพศทำให้รู้สึกมีความทันสมัย และไม่มีใครเห็นรูปร่างหน้าตาและตัวตนที่แท้จริงของเรา

ตารางที่ 36 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อ

แรงจูงใจจาก คุณลักษณะสื่อ	ภูมิลำเนา	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level	LSD
ค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใด เวลาใดก็ได้ตามต้องการ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	86	3.70	1.007			
	กรุงเทพฯ	91	3.43	1.013			
	เหนือ	82	3.61	1.003			
	ใต้	140	3.69	1.113			
	รวม	399	3.61	1.047			
มีทางเลือกในการสื่อสาร หลายทาง เช่น ค้นหา ข่าวสาร	ตะวันออกเฉียงเหนือ	86	3.07	1.093			1-3
	กรุงเทพฯ	91	3.20	1.098			1-4
	เหนือ	82	3.46	1.102			
	ใต้	139	3.49	1.125			
	รวม	398	3.33	1.117			3.369
สามารถค้นหาข้อมูล เรื่องเพศ หรือใช้สื่อสาร ได้อย่างเป็นอิสระ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	85	3.42	1.095			1-4
	กรุงเทพฯ	90	3.31	1.046			2-3
	เหนือ	82	3.65	1.137			2-4
	ใต้	137	3.77	1.071			
	รวม	394	3.57	1.097			3.971
มีข้อมูลหลากหลายค้นหา ได้อย่างที่ต้องการรู้	ตะวันออกเฉียงเหนือ	82	3.28	1.034			1-4
	กรุงเทพฯ	91	3.34	.991			2-4
	เหนือ	80	3.58	1.065			3-4
	ใต้	139	3.86	.929			
	รวม	392	3.56	1.020			7.750
รูปแบบมัลติมีเดีย ได้แก่ ภาพเคลื่อนไหว เสียง สีสัน สดสวย	ตะวันออกเฉียงเหนือ	86	3.42	1.100			
	กรุงเทพฯ	91	3.37	1.050			
	เหนือ	81	3.62	1.102			
	ใต้	140	3.67	1.128			
	รวม	398	3.54	1.103			
การใช้สื่อใหม่ในการค้นหา ข่าวสารเรื่องเพศทำให้รู้สึก มีความทันสมัย	ตะวันออกเฉียงเหนือ	83	2.87	1.177			1-3
	กรุงเทพฯ	91	3.02	.989			1-4
	เหนือ	81	3.22	1.118			2-4
	ใต้	139	3.47	1.200			
	รวม	394	3.04	1.144			

แรงจูงใจจาก คุณลักษณะสื่อ	ภูมิภาค	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	F [ANOVA]	Sig. level	LSD
	รวม	394	3.19	1.153	5.719	.001***	
สามารถแสดงออกในการ สื่อสาร ได้ตอบ ไม่ว่าจะการพูด หรือเขียน ได้อย่างเต็มที่	ตะวันออกเฉียงเหนือ	86	3.20	1.015			1-4
	กรุงเทพฯ	90	3.18	1.077			2-4
	เหนือ	81	3.35	1.109			
	ใต้	139	3.58	1.122			
	รวม	396	3.36	1.097	3.434	.017*	
ไม่มีการแบ่งแยกอายุ ชนชั้น หรือสถานภาพใดๆ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	85	3.36	1.022			2-4
	กรุงเทพฯ	91	3.24	1.058			
	เหนือ	82	3.52	1.045			
	ใต้	140	3.63	1.165			
	รวม	398	3.46	1.094	2.658	.048*	
ไม่มีใครเห็นรูปร่างหน้าตา และตัวตนที่แท้จริงของเรา	ตะวันออกเฉียงเหนือ	86	3.21	1.019			1-3
	กรุงเทพฯ	91	3.36	1.140			1-4
	เหนือ	82	3.56	1.055			2-4
	ใต้	140	3.76	1.110			
	รวม	399	3.51	1.105	5.365	.001***	
ช่วยเสริมสร้างจินตนาการ ทางเพศได้อย่างอิสระ ไร้ขอบเขต	ตะวันออกเฉียงเหนือ	86	2.88	1.212			1-3
	กรุงเทพฯ	91	3.03	.983			1-4
	เหนือ	82	3.27	1.043			2-4
	ใต้	139	3.33	1.176			
	รวม	398	3.15	1.126	3.490	.016*	

* significant different at $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

สมมติฐานที่ 3 : วัยรุ่นมีแนวโน้มที่จะประเมินสื่อใหม่ว่ามีข้อได้เปรียบในด้านแรงจูงใจต่อการสื่อสารเพื่อการแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ

ผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นประเมินสื่อใหม่ว่ามีข้อได้เปรียบในด้านแรงจูงใจต่อการสื่อสารเพื่อการแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศในทางบวกทุกๆ ประเด็นที่ได้ทำการสอบถาม เช่น ในด้านที่เกี่ยวกับการค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใดเวลาใดก็ได้ตามต้องการซึ่งวัยรุ่นเห็นด้วยในทางบวกมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.61 (จากนี้หนักค่าเฉลี่ยปานกลาง = 3.00) รองลงมา คือ สามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศ หรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.57 และมีข้อมูลหลากหลายค้นหาได้

อย่างที่ต้องการรู้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56 สำหรับการรับรู้ในประเด็นที่ว่า สื่อใหม่ช่วยเสริมสร้างจินตนาการทางเพศได้อย่างอิสระ ไร้ขอบเขต แม้จะมีค่าเฉลี่ยเห็นด้วยจากวัยรุ่นเพียง 3.15 แต่ก็ถือว่าอยู่ในระดับสูงกว่าปานกลางเล็กน้อย ซึ่งก็จัดว่าเป็นข้อได้เปรียบเช่นกันจึงเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้

ตารางที่ 37 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบในการสื่อสารเรื่องเพศ ของสื่อเทคโนโลยีใหม่ของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น

ความได้เปรียบของการใช้สื่อใหม่	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
ค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใด เวลาใดก็ได้ตามต้องการ	17 [4.3]	37 [9.3]	112 [28.1]	150 [37.6]	83 [20.8]	3.61	1.047
สามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศ หรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ	19 [4.8]	43 [10.9]	116 [29.4]	128 [32.5]	88 [22.3]	3.57	1.097
มีข้อมูลหลากหลายค้นหาได้อย่างที่ต้องการรู้	16 [4.1]	36 [9.2]	124 [31.6]	145 [37.0]	71 [18.1]	3.56	1.020
รูปแบบมัลติมีเดีย ได้แก่ ภาพเคลื่อนไหว เสียง สี สั้น สดสวย	22 [5.5]	39 [9.8]	127 [31.9]	123 [30.9]	87 [21.9]	3.54	1.103
ไม่มีใครเห็นรูปร่างหน้าตาและตัวตนที่แท้จริงของเรา	20 [5.0]	45 [11.3]	133 [33.3]	113 [28.3]	88 [22.1]	3.51	1.105
ไม่มีการแบ่งแยกอายุ ชนชั้น หรือสถานภาพใดๆ	27 [6.8]	36 [9.0]	132 [33.2]	132 [33.2]	71 [17.8]	3.46	1.094
สามารถแสดงออกในการสื่อสาร ได้ตอบไม่ว่าการพูดหรือเขียนได้อย่างเต็มที่	25 [6.3]	52 [13.1]	140 [35.4]	114 [28.8]	65 [16.4]	3.36	1.097
มีทางเลือกในการสื่อสารหลายทาง เช่น ค้นหาข่าวสาร	32 [8.0]	54 [13.6]	118 [29.6]	140 [35.2]	54 [13.6]	3.33	1.117
การใช้สื่อใหม่ในการค้นหาข่าวสารเรื่องเพศ ทำให้รู้สึกมีความทันสมัย	41 [10.4]	58 [14.7]	131 [33.2]	114 [28.9]	50 [12.7]	3.19	1.153
ช่วยเสริมสร้างจินตนาการทางเพศได้อย่างอิสระไร้ขอบเขต	47 [11.8]	45 [11.3]	146 [36.7]	120 [30.2]	40 [10.1]	3.15	1.126