

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง สิ่งจูงใจจากการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษา ในพื้นที่การศึกษานนทบุรี เขต 2 เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และการสัมภาษณ์ด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การเปิดรับสื่อในชีวิตประจำวันของนักเรียนมัธยมศึกษา 2) สิ่งจูงใจในสื่อที่มีผลต่อการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษา 3) สิ่งจูงใจนอกสื่อที่มีผลต่อการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษา 4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษา 5) ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจในสื่อกับการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษา 6) ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจนอกสื่อกับการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษา ซึ่งในบทนี้ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ด้วยวิธีการสนทนากลุ่มและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสำรวจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ด้วยวิธีการสนทนากลุ่มนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน โดยมีโครงสร้างประเด็นสนทนาประกอบด้วย ลักษณะทางชีวสังคม การเปิดรับสื่อในชีวิตประจำวัน สิ่งจูงใจในสื่อและนอกสื่อ และการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางชีวสังคม

ด้านเพศ ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นนักเรียนชาย (18) และนักเรียนหญิง (18) จำนวนเท่ากัน

ด้านอายุ พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีอายุ 14 ปีและ 16 ปี มากที่สุด (8) รองลงมาคือ อายุ 13 ปี (6) 15 ปี (5) 17 ปี มีจำนวนเท่ากับ 18 ปี (4) และอายุ 19 ปี (1) ตามลำดับ

ด้านการศึกษา ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 ชั้นละ 2 คน เท่ากัน รวมทั้งสิ้น 36 คน

ด้านครอบครัว พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่พักอยู่กับบิดามารดา (32) รองลงมาคือ ญาติ

ผู้ใหญ่และพี่น้อง (2) มีจำนวนเท่ากัน นักเรียนส่วนใหญ่มีพี่น้อง 2 คน (17) รองลงมาคือ เป็นลูกคนเดียว (13) มี 3 คน (4) และ 4 คนขึ้นไป (2) ตามลำดับ นักเรียนส่วนใหญ่มีหน้าที่รับผิดชอบทำความสะอาดบ้าน (18) รองลงมาคือ ซักผ้า (15) ทำทุกอย่าง (6) ทำกับข้าว มีจำนวนเท่ากับ ไม่ได้ทำอะไรเลย (2) และล้างจาน (1) ตามลำดับ ผู้ปกครองส่วนใหญ่จบปริญญาตรี มากที่สุด (19) รองลงมาคือ อนุปริญญา (10) มัธยมศึกษา (3) ปริญญาโท (2) ปวส.และประถมศึกษา มีจำนวนเท่ากัน (1) ตามลำดับ มีอาชีพรับราชการ มากที่สุด (14) รองลงมาคือ รับจ้าง (12) ธุรกิจส่วนตัว (5) พนักงานรัฐวิสาหกิจ (3) และนักศึกษา (2) ตามลำดับ มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มากที่สุด (12) รองลงมาคือ 40,001 บาทขึ้นไป (11) 20,001-30,000 บาท (7) 10,001-20,000 บาท (4) และต่ำกว่า 10,000 บาท (2) ตามลำดับ ส่วนใหญ่อยู่ด้วยกัน มากที่สุด (23) รองลงมาคือหย่าร้าง (5) แยกกันอยู่และโสด มีจำนวนเท่ากัน (4) ตามลำดับ

ด้านสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย พบว่า สถานบ้านที่อยู่ในชุมชนส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารคาราโอเกะมากที่สุด (18) รองลงมาคือ ศูนย์การค้า (10) และโรงแรม (7) ตามลำดับ

ด้านโรงเรียน พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่เดินทางไปโรงเรียนโดยรถประจำทางมากที่สุด (22) รองลงมาคือ รถส่วนตัว (8) ผู้ปกครองมาส่งแต่กลับเอง (5) และเดิน (1) ตามลำดับ ระยะทางจากบ้านไปโรงเรียน 3-5 กม. มากที่สุด (18) รองลงมาคือ เกิน 5 กม. (14) 1-2 กม.และ ไม่ถึง 1 กม. มีจำนวนเท่ากัน (2) ได้รับเงินค่าใช้จ่ายไปโรงเรียนวันละ 81-100 บาทมากที่สุด (16) รองลงมาคือ 60-80 บาท (11) มากกว่า 100 บาท (6) และน้อยกว่า 60 บาท (3) ตามลำดับ มีเพื่อนสนิทมากกว่า 5 คน (23) รองลงมาคือ 3-5 คน (10) และ 1-2 คน (3) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อในชีวิตประจำวัน

2.1 **สื่อบุคคล** พบว่า มีประเด็นเกี่ยวกับเพื่อนมากที่สุด (48) รองลงมาคือ สมาชิกในครอบครัว (36) ดาราหนังร้อง (20) และครู (9) ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1.1 **สื่อบุคคลประเภทเพื่อน** จากการศึกษาวิจัย พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่พูดถึงการโทรคุยกับเพื่อน วันจันทร์-ศุกร์ ช่วงเวลา 22.00-02.00 น.ส่วนใหญ่ใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมง ส่วนวันเสาร์-อาทิตย์ โทรเรื่อยๆ ทั้งวัน ตามโปรโมชัน ส่วนนักเรียนที่คุยกับเพื่อนผ่านอินเทอร์เน็ตหรือออนไลน์ วันจันทร์-วันศุกร์ ในช่วง 19.00-20.00 น. และ 20.00-24.00 น. ส่วนวันเสาร์-อาทิตย์ ใช้ทั้งวัน และมีนักเรียนบางส่วนต้องไปเรียนพิเศษในวันเสาร์-อาทิตย์

สำหรับประเด็นที่พูดเกี่ยวกับเพื่อน คือ โทรคุยกัน เล่นเกมออนไลน์ สลับกับคุยผ่านอินเทอร์เน็ตหรือออนไลน์ เรียนพิเศษ แต่งตัวตามเพื่อนมากกว่าสื่อเพราะอยู่กับเพื่อนมากกว่าสื่อ เพื่อนเป็นคนใกล้ชิด เตือนกันได้ คุยได้ทุกเรื่อง เวลาอยู่กับเพื่อนเหมือนอยู่กับครอบครัว

วัยใกล้เคียงกัน เล่นกีฬากับเพื่อนเพื่อสายสัมพันธ์ บางทีร้องเพลงดังไปทั้งห้องจนเพื่อนหันมามอง เล่นวอลเลย์บอลกับเพื่อนๆ พี่ๆ ที่บ้าน ในงานกีฬาสีได้เล่นกีฬากับเพื่อนๆ สนุกดี ได้รางวัลตอบแทนด้วย แต่นักเรียนบางคนไม่รู้จะออกกำลังกายตอนไหนเพราะวันๆ ก็จับกลุ่มคุยกัน บางทีเพื่อนจะบอกว่ามีโปรแกรมใหม่มาก็จะเข้าไปดาวนโหลด ดาวนโหลดภาพเขิกซี้ให้เพื่อนรุมดูทั้งห้อง ตอนนี้น้ำจิ้มมีถือเป็นรูปเพื่อนๆ วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ไปดูหนัง คาราโอเกะ เล่นโบว์ลิ่ง ถ่ายรูปสตูดิโอเกอร์กับเพื่อนๆ ช่วงสงกรานต์เล่นน้ำ ปะแป้งกับเพื่อน ช่วงวาเลนไทน์ ติดสตูดิโอเกอร์แฝงละ 5 บาทให้เพื่อน แจกลูกอม จัดปาร์ตี้ที่ห้องเรียน

2.1.2 สื่อบุคคลประเภทสมาชิกในครอบครัว พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่พูดคุยกับสมาชิกในครอบครัวเรื่องเรียน กิจกรรมในโรงเรียนและบันเทิง ในช่วงเช้าวันจันทร์-ศุกร์ แม่เปิดโทรทัศน์ดูตอนเช้าก็แต่งตัวไปด้วยดูทีวีไปด้วย ส่วนช่วงเย็นหลังเลิกเรียนคุยเกี่ยวกับโรงเรียนและเรื่องทั่วไป ช่วงเทศกาลไปเที่ยวกับครอบครัว ช่วงเทศกาลพ่อแม่ไม่ให้ไปข้างนอก อุบัติเหตุเยอะ โพลเรื่องวัยรุ่นเสียตัวเหมือนเป็นการเตือนพ่อแม่ พ่อแม่อยู่ต่างจังหวัด พ่อแม่เลิกงานค่ำ พ่อแม่บอกว่ารอโตก่อนค่อยไป บางครอบครัวก็กดดันให้เดินตามที่กำหนด ในหมู่บ้านแต่ละครอบครัวต่างคนต่างอยู่ คนแถวบ้านเวลาพ่อแม่ไม่อยู่ก็โทรให้ผู้ชายมาหา ผู้ปกครองหวง ไปกับคนอื่นไม่ได้ พ่อแม่สอนให้เกียรติผู้หญิงหรือเปล่า พ่อแม่เป็นครูเลยวางตัวดี คุณพ่อไม่สนับสนุนการเล่นเกมนทุกชนิด ห้ามเด็ดขาด เมื่อก่อนพอบทักมาพ่อจะเอามือปิดตาทุกที ติดข่าวกีฬาทั้งบ้าน เคยไปดูแฟนโชว์กับคุณแม่ ชอบคุยกับคุณปู่คุณย่า พี่สาวเป็นโปรแกรมเมอร์ อยู่กับพี่สาวเป็นนักศึกษา ไม่มีพี่น้องแต่แย่งเล่นอินเทอร์เน็ตกับอา

2.1.3 สื่อบุคคลประเภทดารานักร้อง พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่รับชมจากโทรทัศน์และยูทูบในช่วงค่ำ สำหรับประเด็นที่พูดถึงคือ ชอบดารานหลายคนแต่ไม่มีคนโปรด ชอบเจ้าชายยูลในละครเกาหลีเรื่องเจ้าหญิงวุ่นวายๆ พระเอกหน้าเหมือนการ์ตูนไม่หล่อ เจ้าหญิงเป็นนักร้องวงเบบี้ออกซ์ ไม่สนใจดาราต่างประเทศ ชอบดาราคนไทยอยู่ใกล้เหมือนจะคว้าได้ ดูดาราฟรีเซนต์ตัวเอง บางคนแต่งตัวเขิกซี้มากเกินไปโดนติฉินเป็นธรรมดา ดารายังใส่ได้ ทำไมเราจะใส่ไม่ได้ ถ้าเป็นทาตา ยิ่งก็จะดี เรนไม่หล่อ ถ้าเป็นกอล์ฟ ไมค์ก็ร้องเพลงน่ารักกันทั้งวัน ชอบวงเกิร์ลลี่เบอร์ลี่ชุดเรียลลิตี้ ไม่ชอบเกิร์ลลี่เบอร์ลี่ ทุกอย่างออกไปแนวเขิกซี้หมดเลย

2.1.4 สื่อบุคคลประเภทครู พบว่า นักเรียนที่คุยกับครูส่วนใหญ่เป็นหัวหน้าห้องปรึกษาเกี่ยวกับเพื่อนร่วมห้องมีปัญหา ในช่วงเทศกาลวาเลนไทน์มีดอกไม้มาขายหน้าโรงเรียนอาจารย์ก็เห็น นักเรียนให้ของให้ดอกไม้ในโรงเรียนอาจารย์ก็รู้ เวลาไปแข่งเดินแอโรบิคอาจารย์สั่งให้เดินก็เดิน และนักเรียนเห็นเพื่อนบางคนนั่งดักกันในห้องโดยไม่เห็นความสำคัญของอาจารย์

2.2 สื่อมวลชน พบว่า มีประเด็นเกี่ยวกับโทรทัศน์มากที่สุด (34) รองลงมาคือ นิตยสารวัยรุ่น (16) หนังสือการ์ตูน (11) วิทยุ (9) และภาพยนตร์ (7) สามารถแจกแจงรายละเอียดประเด็นของแต่ละสื่อได้ดังต่อไปนี้

2.2.1 สื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ พบว่า ชอบเพราะมีรายการหลากหลาย ดูละครหลังข่าวภาคค่ำทุกวัน สะดวก เปิดดูเมื่อไหร่ก็ได้ ทุกบ้านมีอยู่แล้ว ในส่วนของสถานที่รับชมคือ โทรทัศน์อยู่ในห้องครัว ดูไปด้วยกินข้าวไปด้วย ดูกับน้องที่ห้องนั่งเล่น ถ้าดูคนละช่องก็แยกกันดูที่ห้องส่วนตัว สำหรับช่วงเวลาและระยะเวลาเปิดรับสื่อเกี่ยวข้องกับช่วงเวลาเรียน หลังเลิกเรียน และรายการที่รับชมโดยมีประเด็นที่พูดถึงได้แก่ ในวันจันทร์-ศุกร์ คุณแม่เปิดดูทีวีช่วงแต่งตัวตอนเช้าก็ดูไปด้วย ช่วงค่ำๆ จะดูสารคดี ละครหลังข่าวภาคค่ำ วันศุกร์-เสาร์ ดูต๋ามังกรหยกต่อจากละครหลังข่าว เกมอัจฉริยะข้ามคืน ชอบการจำลองเหตุการณ์ให้ดู ไม่ต้องอ่านมันเข้าสมองมาเลย วันเสาร์-อาทิตย์ตื่นมาก็มีละครให้ดูแล้ว การ์ตูน ดูเกมโชว์ตอนกลางวัน รายการทีวีแชมป์เปี้ยน โหด มั่นฮา ทำให้หัวเราะสนุกสนาน ดิฉันก็พากันทั้งบ้าน ถ้าดูคนเดียวพ่อแม่ไม่ให้ดูนาน และดูซ้ำตามพ่อ สงสัยก็ถามพ่อ

2.2.2 สื่อมวลชนประเภทนิตยสารวัยรุ่น พบว่า ดูได้แต่ไม่ซื้อ ราคาแพงถ้าเล่มละบาทก็อาจจะซื้อ ถ้าจะซื้อจะเปิดดูข้างในก่อนว่าน่าสนใจหรือไม่ ถ้าสนิทกับกับเจ้าของร้านก็แกะอ่านได้ หนังสืออะเดย์ที่ออกแบบปกเป็นแนวอาร์ตอ่านได้ทุกวัย และหนังสือทั่วไปน่าจะเอาสิ่งที่น่าสนใจในเล่มมาขึ้นปกบ้างจะดูดีกว่าภาพผู้หญิงแต่งตัวเซ็กซี่คนเดียว

2.2.3 สื่อมวลชนประเภทหนังสือการ์ตูน พบว่า นักเรียนชอบอ่านการ์ตูนทุกแนว บางเรื่องมี 20 เล่มก็ต้องอ่านทั้งหมดจะได้เข้าใจลึกซึ้ง นักเรียนทั้งหมดที่ชอบอ่านการ์ตูนซื้อเอง บางคนซื้อตั้งแต่เล่มแรกๆ ชื่อเรื่อยๆ ก่อนหน้านี้จะเซาแต่มันเข้าไม่ถึงอรรถรส ถ้าเข้าไม่ใช้ของตัวเอง ถ้าเป็นของเราเองจะดูแลดี เวลานึกถึงก็ดึงมาอ่าน ย้อนดูได้ ชอบอ่านเองมากกว่าดูการ์ตูนในทีวี วันจันทร์ถึงศุกร์จะไม่อ่าน ไม่รบกวนเวลาเรียนแต่จะเอามาให้เพื่อนยืม อ่านช่วงค่ำๆ นอกเวลาเรียน แต่ถ้าการบ้านเยอะก็ไม่อ่าน และวันเสาร์-อาทิตย์อ่านได้ทั้งวัน

2.2.4 สื่อมวลชนประเภทวิทยุ พบว่า นักเรียนชอบฟังดีเจคุยทำให้ผ่อนคลาย ชอบฟังเพลง ฟังมาตั้งแต่เด็ก ฟังทุกวัน ฟังเพลงลูกทุ่งถึงสี่ทุ่ม ฟังตั้งแต่ 6 โมงเย็นจนกว่าจะหลับ

ฟังไปด้วยวาดรูปไปด้วยสร้างอารมณ์ ฟังไปด้วยอ่านหนังสือไปด้วยคลายเครียด ฟังเพลงเพื่อชีวิต ฟังคลื่น 95.5 เวอจินฮิตซ์ และคลื่น 95 ลูกทุ่งมหานคร

2.2.5 สื่อมวลชนประเภทภาพยนตร์ พบว่า นักเรียนนัดเพื่อนกลุ่มใหญ่ไปดูภาพยนตร์ นานๆ ไปที ปกติไม่ค่อยได้ออกจากบ้านแต่ถ้าได้ไปก็จะไปโรงหนังกับเพื่อน ดูหนังกับเพื่อนเหมือนได้ทำกิจกรรมร่วมกัน ถ้าดูในโรงจะเซ็นเซอร์ ชื่อซีดีมาดูที่บ้านไม่มีการปิดภาพ และโรงหนังอยู่ใกล้บ้านส่วนใหญ่ไปวันเสาร์ตอนบ่ายคุณแม่ซื้อตั๋วให้

2.3 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า มีประเด็นเกี่ยวกับการเปิดรับอินเทอร์เน็ตมากที่สุด (68) รองลงมาคือ เกมคอมพิวเตอร์ (21) โทรศัพท์เคลื่อนที่ (18) และวิดีโอ วีซีดี ดีวีดี (7) ตามลำดับ สามารถแจกแจงรายละเอียดของแต่ละสื่อได้ดังต่อไปนี้

2.3.1 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทอินเทอร์เน็ต พบว่า เล่นเกมสลับกับคุยกับเพื่อนหรือออนไลน์ หาข้อมูลทำรายงาน ใช้สะดวก ใช้ง่าย มีความหลากหลาย ฟังเพลง ดูรอบหนัง มีเน็ตบู๊ใช้ส่วนตัว ใช้สมัครสอบ เล่นที่ห้องนั่งเล่น ห้องส่วนตัว เล่นที่ร้านเน็ต บ้านเป็นร้านเน็ต ต้องดูแลลูกค้าด้วย เล่นที่โต๊ะทำงานในห้องนอนพ่อแม่ ที่บ้านติดไฮสปีด เอาโปรแกรมมาจากพี่ที่ทำงาน คอมพ์ ช่างทำคอมพ์แถวบ้านลงโปรแกรมให้ พี่สาวกลับดึก เลิกเรียนไม่มีอะไรทำก็เล่นเน็ตแก้เหงา ส่วนใหญ่ถ้าเป็นวันจันทร์-ศุกร์ ช่วง 18.00-22.00 น. ใช้เวลาประมาณ 1-2 ชั่วโมง สำหรับวันเสาร์-อาทิตย์ ใช้นานกว่า 5 ชั่วโมง ไปเรียนพิเศษกลับมาใช้ที่บ้านประมาณ 30 นาที

2.3.2 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทเกมคอมพิวเตอร์ พบว่า เล่นเกมสลับกับคุยผ่านอินเทอร์เน็ตหรือออนไลน์ ทำรายงานสลับกับเล่นเกม บ้างเกมถ้าวันไหนไม่ได้เล่นรู้สึกเหมือนไม่ได้ทำอะไรสักอย่าง เล่นเกมออนไลน์กับเพื่อน ใช้คอมพิวเตอร์ส่วนตัวที่บ้าน เล่นเกมธรรมดาไม่ได้คุยอินเทอร์เน็ต เล่นที่บ้านเป็นโต๊ะทำงานอยู่ในห้องคุณพ่อคุณแม่ ใช้เน็ตบู๊ที่บ้าน ถ้าเป็นวันจันทร์-ศุกร์ ช่วง 18.00-22.00 น. ประมาณ 2-3 ชั่วโมง วันเสาร์-อาทิตย์ ใช้นานกว่า 5 ชั่วโมง

2.3.3 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า คุยกับเพื่อนผ่านโทรศัพท์มือถือแต่ละครั้งถ้าคุยต่อเนื่องใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมง ถ้าโทรเรื่อยๆ ครั้งละประมาณ 30 นาที โทรตอนดึก ส่วนใหญ่โทรไปมันจะถูกตอนห้าทุ่มถึงห้าโมงเย็นและช่วงตีห้าถึงหกโมงเย็น ถ้าคุยกับแม่ 2-3 นาที นัดเวลากัน ถ้าเบื่อก็โทรทักก็โทรศัพท์ และชอบโทรคุยกับเพื่อนมากกว่าแม่

2.3.4 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทวิดีโอ วีซีดี ดีวีดี พบว่า ชอบดูดีวีดีซีรีส์เกาหลีเรื่องเจ้าหญิงวุ่นวายๆ ชอบดูหนังแนวผจญภัย ถ้าดูในโรงจะเซ็นเซอร์ ชื่อซีดีมาดูที่บ้านไม่มีการปิดภาพ ส่วนใหญ่จะดูช่วงค่ำๆ ถึงเที่ยงคืน เช้ามืดช่วงปิดเทอม ที่บ้านมีเครื่องเล่นแต่ไม่ค่อยได้ดู ถ้าอยากได้เรื่องไหนกับคุณแม่จะซื้อให้ และทำสำเนาหรือไรท์จากเพื่อนเพราะประหยัด

2.4 **สื่อกิจกรรม** การเปิดรับสื่อกิจกรรม พบว่า มีประเด็นเกี่ยวกับการเปิดรับเทศกาลสงกรานต์ มากที่สุด (45) รองลงมาคือ ศิลปะการแสดง (17) กีฬา (14) และทักษะศึกษา (12) สามารถแจกแจงรายละเอียดแต่ละสื่อได้ดังนี้

2.4.1 **สื่อกิจกรรมประเภทเทศกาลวาเลนไทน์** พบว่า ช่วงเทศกาลมีดอกไม้มาวางขายหน้าโรงเรียนหลายเจ้า จำได้เพราะอยู่ในช่วงสอบ เห็นปฏิบัติต่อกันมาตั้งแต่เด็ก ไม่มีในปฏิทินแต่วัยรุ่นจะรู้กันเอง อีก 4 วันจะถึงวันเกิดจำได้แม่น เดินไปทางไหนก็เห็นธุรกิจต้องการขายของ พูดักปากต่อปาก ชาวเข้าหามาเอง มีกิจกรรมแข่งขันร้องเพลงที่ห้างสรรพสินค้า ถึงสื่อไม่บอกก็รู้ วัยรุ่นทุกคนจำได้ ผลจากสื่อต่างชาติแต่ก็ไม่มีอะไรเสียหาย ชาวอาจเป็นตัวช่วย เห็นด้วยกับการทำโพลวัยรุ่น สื่อออกมาพ่อแม่จะได้รู้นัดเวลากลับบ้านถูก ไม่ค่อยให้ความสำคัญเท่าไรแต่ก็รับรู้จากสื่อ เฉยๆ เหมือนวันธรรมดาวันหนึ่ง ถ้าให้เป็นวันหยุดก็จะเห็นความสำคัญ

2.4.2 **สื่อกิจกรรมประเภทเทศกาลสงกรานต์** พบว่า ไปเที่ยวต่างจังหวัดกับครอบครัว กลับบ้านต่างจังหวัด ได้เคารพผู้ใหญ่ รวมกันที่บ้านญาติ เคยไปถนนข้าวสาร เคยเห็นถนนข้าวสารออกข่าวแล้วเคยขอแม่ไปแต่ไม่อนุญาต ไปกับเพื่อน ไปกับพี่ อาซับริดให้ เล่นแถวบ้านไม่ค่อยได้ไป อากาศร้อน ตรงกับปิดเทอมต้องไปซ้อมกีฬาที่ต่างประเทศ เล่นช่วงประถมถึง ม.2 เต็มที่แล้วตอนนี้แก่แล้วไม่ค่อยเล่น เรียนพิเศษเตรียมตัวเอ็นทรานซ์

2.4.3 **สื่อกิจกรรมประเภทศิลปะการแสดง** พบว่า ชอบร้องเพลง ชอบวาดรูปที่บ้านคนเดียว อยู่บ้านร้องเพลงไปด้วยเดินด้วยแต่ที่โรงเรียนแค่สายนิคหน่อย ร้องเพลงดังไปทั้งห้องจนเพื่อนหันมามอง ชอบการพรีเซ้นท์หน้าห้อง แข่งเต้นแอโรบิคในงานกีฬาสีของโรงเรียน

2.4.4 **สื่อกิจกรรมประเภทกีฬา** พบว่า เล่นที่โรงเรียนกับเพื่อนๆ หลายคน มีมากที่สุด รองลงมาคือ เล่นเทนนิสกับเพื่อนที่โรงเรียน เล่นทุกวันเพราะเป็นนักกีฬา เล่นในงานกีฬาสี ออกกำลังกายยามว่าง ส่วนมากเล่นฟุตบอลกับเพื่อนๆ เล่นกีฬาเกือบทุกอย่าง เล่นวอลเลย์บอลกับเพื่อนๆ ฟุตบอลที่บ้าน เล่นเปตองในกลุ่มเพื่อนๆ ที่โรงเรียน แอโรบิคแถวหมู่บ้านตอนเย็น เล่นเรื่อยๆ นานๆ เล่นที และไม่ค่อยสนใจกีฬา

2.4.5 **สื่อกิจกรรมประเภททักษะศึกษา** พบว่า ช่วงเทศกาลหยุดหลายวันไปเที่ยวต่างจังหวัดกับครอบครัว ไปเที่ยวตามป่าตามเขา ศึกษาสิ่งใหม่ ๆ นอกห้องเรียน ไปเข้าค่ายที่โรงเรียนจัด ไปใกล้ๆ ออกจากบ้านบ่อยมากไปกับเพื่อน เวลาไปแข่งกีฬาต่างจังหวัดในวันหยุดก็ไปเที่ยวด้วย และไม่ค่อยได้ไปไหน ส่วนมากอยู่กับบ้าน

ตอนที่ 3 สิ่งจูงใจ

3.1 สิ่งจูงใจในสื่อ ประเด็นความสนใจสิ่งจูงใจในสื่อ พบว่า มีประเด็นเกี่ยวกับภาพ çeki มากที่สุด (116) รองลงมาคือ ภาษาล้อแหลม (48) และเสียง çeki (24) สามารถแจกแจงรายละเอียดสิ่งจูงใจในสื่อแต่ละชนิดได้ดังต่อไปนี้

3.1.1 ภาพ çeki

1) ภาพ çeki ประเภทบทรัก พบว่า รู้สึกเฉยๆ เพราะมีทุกช่องทุกเรื่อง ชินแล้ว เห็นได้ทั่วไป เป็นความรักของคนปกติ แข่งกันขายอัลบั้ม ละครไทยน้ำเน่า หนังสือจะโชว์บทรักเยอะ หนังสือลิ้นห่านซึ่งจบจริง เป็นวัฒนธรรมของต่างชาติในการจับคงไม่ถือ มีบทรักบ้างไม่ให้เครียด ตอนเด็กไม่กล้าดูจะเปลี่ยนช่องทันที ถ้ามีเหตุจูงใจความรู้สึกก็จะอยู่ได้นาน ถ้าคนคิดเรื่อง çeki มาดูก็จะมีอารมณ์ เป็นสีสันของหนัง ตื่นเต้น และอยู่ที่คนแสดง

2) ภาพ çeki ประเภทแฟชั่นในนิตยสาร พบว่า สะดุดตาทุกคนแล้วแต่ว่าจะหยิบมาอ่านหรือเดินเลยไป ถ้ามองในแง่ดีก็น่ารักดี ดาราเกาหลีไม่ค่อยมีแต่งตัว çeki ถ้าเป็นทาทายัง ก็ดูดี ดารามีดีก็อยากโชว์ ชุดที่ใส่ก็แค่ใส่ถ่ายรูปในสตูดิโอ เป็นอาหารตา น่าจะเอาสิ่งที่น่าสนใจในเล่มมาขึ้นปกบ้าง ผู้หญิงแต่งตัว çeki คนเดียวทำให้หนังสือขายได้ ดูแล้ววาง ทำให้สนใจอ่านหน้าปกบริเวณรอบๆ ถ้าจะซื้อต้องดูในเล่มก่อน ถ้าสนิทกันกับเจ้าของร้านก็แกะอ่านได้ บางคนดูแล้วอาจเกิดอารมณ์ไประบายกับคนอื่นทำให้เกิดอาชญากรรมได้ ร่างกายคนเราคงไม่ต่างกันมาก ตอนนี้สังคมไทยเปิดรับกว้างขึ้น

3) ภาพ çeki ประเภทท่าเต้นเข้ายวนในมิวสิกวิดีโอ พบว่า ไม่ชอบเกิร์ลลี่ เบิร์ลลี่ทั้งท่าเต้น การแต่งตัวออกไปแนว çeki หมดเลย เกิร์ลลี่ เบิร์ลลี่ เรียบลึกลับดีแต่โดนแบน ชอบมิวสิกเพลง El Ninyo มีฉากเปียกน้ำดู çeki เพลง Dhoom Dhoom ด้วย มิวสิกเพลง Zoom ของทาทาสวย โคโยตี้ก็เต้น çeki นำราคาอุปโภคไปบิดมาดูธรรมดา บางทีไม่เข้ากับจังหวะเพลง ฟังเพลงมากกว่า

4) ภาพ çeki ประเภทแฟชั่นชุดว่ายน้ำ พบว่า เฉยๆ ปกติว่ายน้ำอยู่แล้ว ไม่รู้สึกอะไรเป็นผู้หญิงด้วยกัน จะขายนางแบบหรือขายเสื้อ เคยไปดูแฟชั่นกับคุณแม่แต่ไม่ชอบ ไปพัทยาของจริงเลยฝรั่งล้าโซว์ไม่อาย ที่พัทยาไม่สวย ต้องดูใน Chicchannel

5) ภาพ çeki ประเภทภาพในโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ภาพไม่สวย หลังบัตรเติมเงินเคยดูแล้วก็ไม่สนใจ และดาวน์โหลดให้เพื่อนรุมดูทั้งห้อง

3.1.2 **ภาษาล้อแหลม** พบว่า ถ้าเป็นโทรทัศน์ก็ดูต่อเรื่อยๆ ไม่คิดอะไรมาก ถ้าเป็นคอลัมน์ในนิตยสารก็อ่านต่อจนรู้เรื่อง คลายเครียด ถ้าเป็นวิทยุก็ฟังต่อ ไม่ค่อยสนใจ ไม่สมวัย ถ้าไม่ถึงกับสองแ่งสองงามก็ฟัง ผ่านไปไม่ดูไม่ชอบ ถ้าไม่อ่านเหมือนไม่รู้อะไรเลย อ่านเพื่อประดับความรู้ ถ้าไม่รู้เรื่องมันคาใจ ในการดูจะมีแพทเทิร์นหักมุม เชื่อบางส่วนเพราะไม่ได้มาจากความจริงล้วนๆ บรรณาธิการอาจจะคิดไปเอง บอกยังงี้ก็เข้าใจตามนั้น คิดได้ 2 แ่งแล้วเปรียบเทียบว่า อย่างไหนดีกว่ากันคือ ถ้าสื่อในทางไม่ดีก็ไม่น่าฟัง ถ้าดีก็ มาดูจะคิดยังไง หัวข้อมันขึ้นมาเองไม่ได้ ตั้งใจเข้าไปอ่าน เคยดูรายการซูรักซูสหลังรายการเป็นต่อ

3.1.3 **เสียงเช็กซี** พบว่า ฟังว่าต้องการจะสื่ออะไร ต้องฟังก่อนว่าเป็นโฆษณาอะไร เป็นแรงจูงใจที่ทำให้ลูกค้าสนใจสินค้า ถ้าเป็นทางวิทยุได้ยินแต่เสียงไม่เห็นภาพก็เฉยๆ คนพูดทำตามหน้าที่ เป็นกลยุทธ์การขายของแต่เวลาไปซื้อของก็ไม่ได้นึกถึงโฆษณาแต่จะดูราคาว่าอันไหนถูกกว่า เปลี่ยนช่องเลย ถ้าไม่เกี่ยวกับสินค้าก็ไม่ช่วยอะไร โฆษณาก็กวนน้ำดูตลก ชอบโฆษณา freedom life ชอบโฆษณาฮอลลีวูดที่ว่าชีวิตคืออะไร เสียงก็แค่ดึงดูดความสนใจ โฆษณาเกินจริงอยู่ แล้ว เสียงเป็นแค่องค์ประกอบโฆษณา สนใจที่ตลกมากกว่าอย่างโฆษณาแบงค์พันจ่ายค่าทิชชู และ ถ้าเจอโฆษณาก็ไปทำอย่างอื่นก่อนรอรายการ

3.2 สิ่งจูงใจนอกสื่อ

ประเด็นเกี่ยวกับสิ่งจูงใจนอกสื่อ พบว่า มีประเด็นเกี่ยวกับบรรยากาศในเทศกาลมากที่สุด (59) รองลงมาคือ บรรยากาศในกิจกรรม (34) และ บรรยากาศในสถานที่ (26) สามารถแจกแจงรายละเอียดแต่ละสื่อได้ดังนี้

3.1.2 เทศกาล

1) **เทศกาลวาเลนไทน์** พบว่า มีดอกไม้มาขายหน้าโรงเรียนหลายเจ้า เห็นให้ของให้ดอกไม้มาตั้งแต่เด็ก มีกิจกรรมแข่งขันร้องเพลงตามห้างสรรพสินค้า ถึงสื่อไม่บอกก็รู้ วัยรุ่นทุกคนจำได้ บางคนอาจจะไม่สนใจแต่พอมีข่าวอาจเป็นตัวช่วย โกล้ถึงเทศกาลชาวมันเข้ามาเอง การทำโพลเรื่องวัยรุ่นเสียตัวทำให้รู้ว่ามีแนวโน้มที่จะเกิดเหตุการณ์มากแค่ไหน เคยมีคนซื้อดอกไม้ให้ ถ้ามีคนให้ดอกไม้ก็รับแต่ไม่ได้ให้ใคร ตรงกับวันสอบ ทำให้มีความสุขก่อนสอบ ซื้อสติ๊กเกอร์ติดสื่อให้เพื่อน ให้ลูกอมเพื่อนๆ พอเป็นพิธี เฉยๆ ไม่ค่อยสนใจ เป็นแค่เทศกาลอย่างหนึ่ง ไม่ควรให้ความสำคัญมากเกินไป สื่อมีอิทธิพลต่อเด็กๆ อันตรายและล้อแหลม ถ้าให้เป็นวันหยุดก็จะเห็นความสำคัญ

2) **เทศกาลสงกรานต์** พบว่า ไปเที่ยวต่างจังหวัดกับครอบครัว กินเลี้ยงที่บ้าน เคยไปถนนข้าวสารเห็นวัยรุ่นใส่เสื้อสายเดี่ยว ชุดลูกเสือ ชุดนอนก็มี อาจจะร้อนก็เลยใส่เสื้อบางๆ

อยากไปร่วมสนุกกับชาวต่างชาติ คนต่างชาติเล่นน้ำมีวัฒนธรรมมากกว่าคนไทย มีदारมาร่วมงานด้วยเป็นการปลุกกระแส โดนปะแบ่งเป็นธรรมดาทุกคนโดนหมด ถ้าใครไม่โดนก็ต้องพิจารณาตัวเอง นิดเพื่อนมาเล่นน้ำแถวบ้าน ไปเล่นน้ำข้างนอกกับเพื่อน ได้เล่นน้ำแล้วผ่อนคลาย ไม่ชอบแดดร้อน เล่นน้ำตอนเด็กจนพอใจแล้ว ตอนนี้แก่แล้วไม่ค่อยเล่น เรียนพิเศษเตรียมตัวเอ็นทรานซ์

3.1.3 กิจกรรม

1) **กิจกรรมประเภทกีฬา** พบว่า ออกกำลังกายยามว่าง เล่นฟุตบอลกับเพื่อนๆ เป็นการสังสรรค์ เล่นเปตองในกลุ่มเพื่อนที่โรงเรียนเพื่อสายสัมพันธ์ แข่งเดินแอโรบิคในงานกีฬาสิ่ ตอนเย็นมีแอโรบิคแถวบ้าน เล่นวอลเลย์บอลกับเพื่อนๆ พี่ๆ ที่บ้าน เล่นเทนนิสทำให้ร่างกายแข็งแรง ผ่อนคลาย สนุก กีฬาสิ่ได้รางวัลตอบแทนด้วย ไม่ค่อยสนใจกีฬา ไม่รู้จะเล่นตอนไหน วันๆ ได้แต่จับกลุ่มคุยกับเพื่อน

2) **กิจกรรมประเภทศิลปะการแสดง** พบว่า ร้องเพลง วาดรูปอยู่ที่บ้านคนเดียว ชอบวาดรูปมาตั้งแต่เด็ก วันเสาร์-อาทิตย์รับจ้างวาดรูปทำป้ายตามสวนสาธารณะ ฟังเพลงลูกทุ่ง ชอบพรีเซ็นท์หน้าห้อง แข่งเดินแอโรบิคในงานกีฬาสิ่ ถ้าเป็นเพลงเร็วและไปประกวดอาจารย์สั่งให้เต้นก็เต้น และฝึกร้องเพลงเองที่บ้านไม่ขัดขวาง ไม่มีเวลาทำกิจกรรมต้องช่วยที่บ้านทำงาน

3) **กิจกรรมประเภททัศนศึกษา** พบว่า ไปต่างจังหวัดกับญาติช่วงวันหยุด ไปเที่ยวตามป่าตามเขากับครอบครัว ไปแข่งกีฬาต่างจังหวัดอยู่แล้ว ไปบริเวณใกล้ๆ กับเพื่อน ไปเฉพาะที่โรงเรียนจัด ชอบเรียนรู้สิ่งแปลกใหม่นอกห้องเรียน ไปศูนย์วิทยาศาสตร์กับพ่อเพื่อศึกษาเทคโนโลยีใหม่ๆ

3.1.4 สถานที่นัดพบในวันหยุด

1) **ห้างสรรพสินค้า** พบว่า มีความหลากหลายทั้งคาราโอเกะ โบว์ลิ่ง ถ่ายรูปสตูดิโอ อากาศเย็นสบาย สะดวกใกล้บ้าน เดินดูเสื้อผ้าไปคุยกันไปแต่ไม่ค่อยได้ซื้อ มีร้านอาหารให้เลือกเยอะ เดินทางสะดวกடுத்துไปจอดข้างห้างฯ ไปเรียนพิเศษ และเลือกเฉพาะห้างๆ ที่มีโรงหนัง

2) **บ้าน** พบว่า วันเสาร์-อาทิตย์นัดเพื่อนทำรายงานเพราะอยู่ได้นาน ชอบอยู่บ้านคนเดียว ถ้าไม่อยากจะออกไปข้างนอกก็นัดเพื่อนทำอาหารกินกันที่บ้านคุยกันไป นัดให้ผู้ใหญ่เห็นก่อนแล้วขออนุญาตไปที่อื่นต่อ แถวบ้านมีร้านเยอะ นัดเพื่อนกลุ่มใหญ่มาที่บ้านจนพ่อตกใจแต่ไม่ว่าอะไร

3) **โรงภาพยนตร์** พบว่า การไปดูหนังกับเพื่อนกลุ่มใหญ่เหมือนได้ทำกิจกรรมร่วมกัน อยากไปแต่ไม่ค่อยได้ไปพ่อแม่บอกว่ารอให้โตกว่านี้ นานๆ ไปทีก็นัดเพื่อนกลุ่มใหญ่

4) โรงเรียน พบว่า อยู่ใกล้บ้านให้พ่อ-แม่มาส่ง แล้วตกลงกับเพื่อนไปที่อื่นต่อ บ้านเพื่อนอยู่แถวโรงเรียนมาเจอกันก่อนแล้วไปทีอื่นต่อ

5) สถานที่อื่นๆ พบว่า สโมสรตำรวจไปซ้อมกีฬา ร้านอาหารเพราะในกลุ่มเพื่อนชอบทานอาหาร สวนสาธารณะเพราะอากาศดีมีต้นไม้ ใกล้บ้าน นัดที่มารับจ้างเขียนป้าย และขึ้นอยู่กับว่า นัดไปทำอะไรก็ไปที่นั่นเลย

ตอนที่ 4 การแสดงออกพฤติกรรมทางเพศ

4.1 การเลียนแบบ

ประเด็นเกี่ยวกับการคิดเลียนแบบสิ่งจูงใจในสื่อพบว่า ภาพเช็กซี่ มีมากที่สุด (108) รองลงมาได้แก่ เสียงเช็กซี่ (14) และภาษาล้อแหลม (9) สามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้

4.1.1 การเลียนแบบภาพเช็กซี่

1) บทรักในละครและภาพยนตร์ พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่รู้สึกเฉยๆ เห็นเป็นเรื่องปกติ ทุกเรื่องมีหมด เป็นความรักของคนปกติ แสดงให้เห็นถึงชีวิตประจำวันไม่ใช่ว่ามีแฟนแต่ไม่ทำอะไรเลย อยู่ที่คนแสดงด้วย เป็นการแสดงทำให้สมจริงแต่คนดูต้องมีวิจารณญาณ เคยเห็นพ่อแม่หอมแก้มกันพอมาเห็นในสื่อก็คิดว่าทำตามได้ ประเทศไทยปกปิดเรื่องเพศสัมพันธ์มากเกินไป แล้วหาว่าเด็กทำอะไรโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ทั้งที่ผู้ใหญ่ไม่สอน

2) ท่าเต้นเข้ายวณ พบว่า ชอบดูแต่ไม่คิดเลียนแบบ บางเพลงไม่สมควรเต้นก็เต้น เป็นจุดขายของเพลง คนที่ชอบเต้นจะเลียนแบบ เลือกท่าเต้นจากซีดีแล้วเอามาปรับให้เข้ากับเพลงที่ใช้แข่งเต้นแอโรบิคในงานกีฬา

3) แฟชั่นเช็กซี่ในนิตยสารวัยรุ่น พบว่า ดูความเหมาะสมกับตัวเอง ดารายังใส่ได้ ทำไมเราจะใส่ไม่ได้ สื่ออันไหนกำลังมาแรงก็ตามนั้น บางทีก็อยู่ที่เพื่อน ส่วนมากใส่เท่าที่มีอยู่ ติดตามแฟชั่นแต่ไม่ทำตาม ตอนนี้สังคมไทยเปิดรับกว้างขึ้นแล้ว

4) แฟชั่นชุดว่ายน้ำ พบว่า ชอบดูแต่ไม่คิดจะใส่ ชุดบิกินี ไม่รู้สึกอะไรเลย ปกติว่ายน้ำอยู่แล้ว นางแบบสวยดี ดูหุ่นนางแบบเป็นแรงจูงใจให้ออกกำลังกายและทานอาหารดี ๆ

5) การดาวนโหลดภาพเช็กซี่บนจอโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ไม่ทำเพราะสิ้นเปลือง ไม่เหมาะสมกับวัย ถ้าคนอื่นยืมไปใช้แล้วเห็นมันส์ว่าเราเป็นคนยังงี้ เป็นการส่งเสริมทางด้านเพศสัมพันธ์ ผู้ขายดูแล้วอาจจะเกิดอารมณ์ มือถือภาพไม่สวยไม่ดึงดูดใจ หลังบัตรเติมเงินเคยดูแล้วทิ้ง เคยเห็นเพื่อนโหลดให้เพื่อนรูมดูทั้งห้อง เป็นสิทธิ์ของแต่ละคน หน้าจอตอนนี้เป็นรูป

คาราที่ชอบแต่ไม่ใช่ภาพเช็กชี ส่วนใหญ่ใช้ศิลปะที่มีอยู่แล้ว และถ้ากลัวสิ่งแปลกก็เชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์เอารูปจากกล้องดิจิตอลมาลงก็ได้

4.1.2 การเลียนแบบภาษาล้อแหลม พบว่า ค่อนข้าง ๗ แนวตลก ไม่คิดอะไรมาก ไม่ชอบ และไม่สมวัย

4.1.3 การเลียนแบบเสียงเช็กชี พบว่า ถ้าเป็นทางวิทยุได้ยินแต่เสียงไม่เห็นภาพ ก็เฉยๆ ไม่คิดเลียนแบบ เสียงเป็นแค่องค์ประกอบโฆษณา สนใจที่ตลกมากกว่า

4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศของคู่รักวัยรุ่น พบว่า ประเด็นเกี่ยวกับการจับมือถือแขน มีมากที่สุด (21) รองลงมาคือ ป้อนอาหาร (16) โอบกอด (12) หอมแก้ม(8) รุม (4) ลูบคลำ (4) และล้วง (4) สามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้

4.2.1 จับมือถือแขน พบว่า เป็นเรื่องปกติธรรมดาของวัยรุ่น ใครมองก็รู้ว่าเป็นแฟนกัน บางคนก็แกล้งทำเพื่อให้คนอื่นดูว่าเราไม่เขย ไม่มีอะไรเสียหาย ไม่น่าเกลียด ทำกันทุกคู่ ดึกๆไปทำอย่างอื่น ปีนี้ 2007 แล้วต่างกับ 10 ปีที่แล้ว ชาย-หญิงเท่าเทียมกัน ถ้าจะทำมากกว่านั้น ก็ไปที่ลับตา ถ้าผู้ใหญ่มองแค่จับมือก็ไม่ดีแล้ว

4.2.2 ป้อนอาหาร สมัยนี้มีนันทรมตา ไม่โดนตัวกัน อยู่ทีบรยากาศด้วย อย่างเช่น ร้านไอศกรีมไปกันสองคนคนอื่นอาจจะมองแล้วคิดว่าป้อนอาหารแล้วเดี๋ยวต้องไปทำอะไรต่อหรือเปล่า ไม่ค่อยเห็นด้วยเกินเลยวัย ไม่เหมาะสม เกรงใจคนรอบข้าง

4.2.3 โอบกอด เป็นเรื่องปกติ เกิดขึ้นทุกที่ อย่างเช่น เดินข้ามถนนกลัวโดนรถชน ชกกันเวลาเดินหรือในโรงหนัง โอบเอวก็พอได้ คนรักกันจะไม่ให้แสดงออกเลยก็ไม่ได้ มากเกินไป ยังอยู่มัธยม และไม่ควรรำ

4.2.4 หอมแก้ม แสดงออกให้รู้ว่ารัก ควรไปในที่ลับตาคน ไม่ควรรำ

4.2.5 รุม ถ้าไปกินข้าวกันอากาศเย็นสบาย มีแสงเทียน อยากจะรุมกันก็แล้วแต่ ไม่ควรทำยังวัยรุ่นอยู่

4.2.6 ลูบคลำ ลูบแขนพอได้ ถ้าบรรยากาศอันวัยก็คลำ อยู่ที่ว่าคนเยอะหรือเปล่านั้น ไม่ทำในที่สาธารณะแต่ก็อยากแอบดู

4.2.7 ล้วง แคล่ล้วงก็พอ พุดเล่น ล้วงอะไรไม่เข้าใจ ล้วงเข้าไปในเสื้อใจ รุจุมก็ไม่ได้

4.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศของคู่รักดารา นักร้อง พบว่า ประเด็นเกี่ยวกับหอมแก้ม มีมากที่สุด (11) รองลงมาคือ จับมือถือแขน (6) และโอบกอด (2)

4.3.1 หอมแก้ม พบว่า น่ารักดี ไม่น่าเกลียด เป็นการแสดงความรัก ทำให้นักข่าวสนใจ ถ้าเป็นดาราเด็กหอมแก้มกันอาจจะดูไม่เหมาะสม แต่ถ้าเป็นดาราผู้ใหญ่ก็น่ารักดี ถ้ามากกว่านั้นก็ไม่ใช่เพราะออกสื่อเยอะมีคนเห็นมากกว่าคนทั่วไป

4.3.2 จับมือถือแขน พบว่า ถ้าเป็นดาราผู้ใหญ่จับมือกันกระหนุงกระหนิงก็เป็นสิทธิของเขา มากกว่านั้นไม่ควรเพราะมีคนจับตามองมากกว่าคนปกติทั่วไป เป็นตัวอย่างของเยาวชน ไม่ควรมากกว่านี้

4.3.3 โอบกอด พบว่า เปิดเผยไปเลยแต่ในเกณฑ์ที่สมควร เป็นคนของประชาชนทำอะไรประชาชนต้องรู้ ไม่ควรมากกว่านี้เพราะเป็นต้นแบบ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาอยู่ระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1-6 จำนวน 415 คน จาก 3 โรงเรียนคือ โรงเรียนปากเกร็ด โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย นนทบุรี และโรงเรียนนวมินทราชินูทิศ หอวัง นนทบุรี ดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 25 พฤษภาคม 2550 ถึงวันที่ 5 มิถุนายน 2550 ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพด้านชีวิตสังคม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสิ่งจูงใจ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศ

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากคำถามปลายเปิด

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพด้านชีวิตสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพด้านชีวิตสังคม

จำนวน (n) = 415		
สถานภาพด้านชีวิตสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	207	49.88
หญิง	208	50.12
รวม	415	100.00
อายุ		
12 ปี	44	10.60
13 ปี	107	25.78
14 ปี	53	12.77
15 ปี	65	15.66
16 ปี	73	17.59
17 ปี	71	17.11
18 ปี	2	0.48
รวม	415	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

สถานภาพด้านชีวิตสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาปีที่ 1	67	16.14
มัธยมศึกษาปีที่ 2	70	16.87
มัธยมศึกษาปีที่ 3	68	16.39
มัธยมศึกษาปีที่ 4	70	16.87
มัธยมศึกษาปีที่ 5	70	16.87
มัธยมศึกษาปีที่ 6	70	16.87
รวม	415	100.00
การพักอาศัย		
บิดา - มารดา	359	86.51
พี่น้อง	19	4.58
ญาติผู้ใหญ่	27	6.51
เพื่อน	4	0.96
อื่น ๆ อาทิ อยู่กับมารดา / อยู่คนเดียว	6	1.45
รวม	415	100.00
จำนวนพี่น้อง		
ลูกคนเดียว	107	25.78
2 คน	221	53.25
3 คน	60	14.46
4 คนขึ้นไป	27	6.51
รวม	415	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

สถานภาพด้านชีวิตสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
หน้าที่รับผิดชอบงานบ้าน		
ทำความสะอาดบ้าน	189	45.54
ซักผ้า	53	12.77
ล้างจาน	154	37.11
ทำกับข้าว	4	0.96
อื่น ๆ อาทิ ทำทุกอย่าง	15	3.61
รวม	415	100.00
ลักษณะสถานบันเทิงในชุมชนที่อยู่อาศัย		
ร้านอาหาร/คาราโอเกะ	139	33.49
ศูนย์การค้า	170	40.96
โรงภาพยนตร์	58	13.98
ผับ / บาร์	16	3.86
อื่น ๆ อาทิ ไม่มีที่ระบุนาในชุมชน	26	6.27
ไม่ระบุ	6	1.45
รวม	415	100.00
ระยะทางจากบ้านไปโรงเรียน		
ไม่เกิน 1 กม.	74	17.83
1 – 2 กม.	99	23.86
3 – 5 กม.	95	22.89
เกิน 5 กม.	141	33.98
อื่น ๆ โดยไม่ระบุ	6	1.45
รวม	415	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

สถานภาพด้านชีวิตสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
การเดินทางไปโรงเรียน		
รถส่วนตัว	159	38.31
รถโรงเรียน	35	8.43
รถประจำทาง	154	37.11
เดิน	52	12.53
อื่น ๆ โดยไม่ระบุ	15	3.61
รวม	415	100.00
ค่าใช้จ่ายไปโรงเรียนต่อวัน		
50 – 69 บาท	188	45.30
70 – 89 บาท	82	19.76
90 – 100 บาท	93	22.41
มากกว่า 100 บาท	50	12.05
อื่น ๆ โดยไม่ระบุ	2	0.48
รวม	415	100.00
จำนวนเพื่อนสนิท		
1 – 2 คน	27	6.51
3 – 4 คน	144	34.70
5 – 6 คน	43	10.36
เกิน 6 คน	201	48.43
รวม	415	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.12 และเพศชาย ร้อยละ 49.88 ในจำนวนนี้เป็นผู้ที่มีอายุ 13 ปี ร้อยละ 25.78 รองลงมา คือ อายุ 16 ปี ร้อยละ 17.59 และอายุ 18 ปี ร้อยละ 0.48 ศึกษาอยู่ระดับชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 2, 4, 5 และ 6 ร้อยละ 16.87 เท่ากัน มัธยมศึกษาปีที่ 3 ร้อยละ 16.39 และมัธยมศึกษาปีที่ 1 ร้อยละ 16.14 ส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่กับบิดา มารดา ร้อยละ 86.51 รองลงมา คือ อยู่กับญาติผู้ใหญ่ ร้อยละ 6.51 และอยู่

กับเพื่อน ร้อยละ 0.96 ส่วนใหญ่มีจำนวนพี่น้อง 2 คน ร้อยละ 53.25 รองลงมา คือ ลูกคนเดียว ร้อยละ 25.78 และ 3 คน ร้อยละ 14.46 ส่วนใหญ่มีหน้าที่รับผิดชอบงานบ้าน คือ ทำความสะอาดบ้าน ร้อยละ 45.54 รองลงมา คือ ล้างจาน ร้อยละ 37.11 และซักผ้า ร้อยละ 12.77 สถานบันเทิงในชุมชนที่อยู่อาศัย เป็นศูนย์การค้า ร้อยละ 40.96 รองลงมาคือ ร้านคาราโอเกะ ร้อยละ 33.49 และโรงภาพยนตร์ ร้อยละ 13.96 ส่วนใหญ่ระยะทางจากบ้านไปโรงเรียน เกิน 5 กม. ร้อยละ 33.98 รองลงมาคือ 1 – 2 กม. ร้อยละ 23.86 และ 3 – 5 กม. ร้อยละ 22.89 ส่วนใหญ่เดินทางไปโรงเรียนด้วยรถส่วนตัว ร้อยละ 38.31 รองลงมา คือ รถประจำทาง ร้อยละ 37.11 และเดิน ร้อยละ 12.53 ส่วนใหญ่ได้รับเงินค่าใช้จ่ายไปโรงเรียนต่อวัน 50 – 69 บาท ร้อยละ 45.30 รองลงมา คือ 90 – 100 บาท ร้อยละ 22.41 และ 70 – 89 บาท ร้อยละ 19.76 ส่วนใหญ่มีจำนวนเพื่อนสนิทเกิน 6 คน ร้อยละ 48.43 รองลงมา คือ 3 – 4 คน ร้อยละ 34.70 และ 5 – 6 คน ร้อยละ 10.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ปกครอง

จำนวน (n) = 415		
ข้อมูลทั่วไปของผู้ปกครอง	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	63	15.18
มัธยมศึกษา	81	19.52
ปวช.	36	8.67
ปวส. / ปวท.	29	6.99
อนุปริญญา	8	1.93
ปริญญาตรี	137	33.01
สูงกว่าปริญญาตรี	59	14.22
อื่น ๆ โดยไม่ระบุ	2	0.48
รวม	415	100.00
อาชีพของผู้ปกครอง		
นักเรียน / นักศึกษา	-	-
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	14	3.37
รับจ้าง	98	23.61
เกษตรกร	4	0.96
ธุรกิจส่วนตัว	91	21.93
พนักงานบริษัท	75	18.07
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	129	31.08
อื่น ๆ โดยไม่ระบุ	4	0.96
รวม	415	100.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ปกครอง	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ของของผู้ปกครองต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	96	23.13
10,000 – 20,000 บาท	86	20.72
20,001 – 30,000 บาท	42	10.12
30,001 – 40,000 บาท	40	9.64
40,001 – 50,000 บาท	42	10.12
มากกว่า 50,000 บาท	64	15.42
ไม่ทราบ	41	9.88
อื่น ๆ โดยไม่ระบุ	4	0.96
รวม	415	100.00
สถานภาพสมรสของผู้ปกครอง		
โสด	8	1.93
อยู่ด้วยกัน	347	83.61
แยกกันอยู่	23	5.54
หย่าร้าง	30	7.23
หม้าย	5	1.20
อื่น ๆ โดยไม่ระบุ	2	0.48
รวม	415	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 33.01 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 19.52 และประถมศึกษา ร้อยละ 15.18 ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 31.08 รองลงมาคือ รับจ้าง ร้อยละ 23.61 และธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 21.93 ส่วนใหญ่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 23.13 รองลงมา คือ 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 20.72 และมากกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 15.42 สถานภาพสมรสของผู้ปกครอง ส่วนใหญ่อยู่ด้วยกัน ร้อยละ 83.61 รองลงมา คือ หย่าร้าง ร้อยละ 7.23 และแยกกันอยู่ ร้อยละ 5.54

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อ

2.1 ระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อ

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ในการเปิดรับสื่อ

จำนวน (n) = 415

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของสื่อ	ระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลความ
สื่อบุคคล			
1. ชาวดารา นักร้อง	3.38	1.33	ปานกลาง
2. คุยกับเพื่อน	4.60	0.72	มากที่สุด
3. คุยกับครูที่ปรึกษา	3.61	1.02	มาก
4. คุยกับสมาชิกในครอบครัว	4.63	0.76	มากที่สุด
รวม	4.05	0.79	มาก
สื่อมวลชน			
1. อ่านหนังสือการ์ตูน	3.12	1.33	ปานกลาง
2. อ่านนิตยสารวัยรุ่น	2.36	1.44	น้อย
3. ดูภาพยนตร์	2.72	1.24	ปานกลาง
4. ดูโทรทัศน์	4.63	0.78	มากที่สุด
5. ฟังวิทยุ	4.12	1.20	มาก
รวม	3.39	0.91	ปานกลาง

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

จำนวน (n) = 415

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของสื่อ	ระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลความ
สื่ออิเล็กทรอนิกส์			
1. ดูวิดีโอ วีซีดี ดีวีดี	3.49	1.03	ปานกลาง
2. เล่นเกมคอมพิวเตอร์	3.35	1.21	ปานกลาง
3. เล่นอินเทอร์เน็ต	3.10	1.32	ปานกลาง
4. คุยโทรศัพท์เคลื่อนที่	3.66	1.44	มาก
รวม	3.40	1.16	ปานกลาง
สื่อกิจกรรม			
1. กีฬา	3.15	1.24	ปานกลาง
2. ทัศนศึกษา	2.04	1.21	น้อย
3. เข้าค่ายเยาวชน	1.48	1.43	น้อยที่สุด
4. เทศกาลวันวาเลนไทน์	1.78	1.43	น้อย
5. เทศกาลวันสงกรานต์	2.61	1.45	ปานกลาง
รวม	2.25	1.09	น้อย
รวมทุกสื่อ	3.28	0.71	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.3 ข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ในการเปิดรับสื่อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อในภาพรวม ระดับมาก ($\bar{X} = 3.28$, S.D. = 0.71) เมื่อพิจารณาในรายด้านและรายข้อคำถาม พบว่า ในรายข้อคำถามมีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อที่ระดับน้อยที่สุด - มากที่สุด ($\bar{X} = 1.46 - 4.72$, S.D. = 0.74 - 1.50) ทั้งนี้แต่ละด้านและแต่ละข้อคำถามมีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อ ดังนี้

สื่อบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อในด้านนี้ ระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.79) เมื่อพิจารณาในรายข้อคำถาม พบว่า ในรายข้อคำถามมีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อ ดังนี้

1. ข้าราชการ นักร้อง พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$, S.D. = 1.33)
2. คู่กับเพื่อน พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.72)
3. คู่กับครูที่ปรึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 1.02)
4. คู่กับสมาชิกในครอบครัว พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.76)

สื่อมวลชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อในด้านนี้ ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 0.91) เมื่อพิจารณาในรายข้อคำถาม พบว่า ในรายข้อคำถามมีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อ ดังนี้

1. อ่านหนังสือการ์ตูน พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.12$, S.D. = 1.33)
2. อ่านนิตยสารวัยรุ่น พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อระดับน้อย ($\bar{X} = 2.36$, S.D. = 1.44)
3. ดูภาพยนตร์ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.72$, S.D. = 1.24)
4. ดูโทรทัศน์ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.78)
5. ฟังวิทยุ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 1.20)

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อในด้านนี้ ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$, S.D. = 1.16) เมื่อพิจารณาในรายข้อคำถาม พบว่า ในรายข้อคำถามมีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อ ดังนี้

1. ดูวิดีโอ วีซีดี ดีวีดี พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 1.03)

2. เล่นเกมคอมพิวเตอร์ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 1.21)

3. เล่นอินเทอร์เน็ต พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.10$, S.D. = 1.32)

4. คุยโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 1.44)

สื่อกิจกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อในด้านนี้ระดับน้อย ($\bar{X} = 2.25$, S.D. = 1.09) เมื่อพิจารณาในรายข้อคำถาม พบว่า ในรายข้อคำถามมีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อ ดังนี้

1. กีฬา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.15$, S.D. = 1.24)

2. ทักษะศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อระดับน้อย ($\bar{X} = 2.04$, S.D. = 1.21)

3. เข้าค่ายเยาวชน พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อระดับน้อยที่สุด ($\bar{X} = 1.48$, S.D. = 1.43)

4. เทศกาลวันวาเลนไทน์ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อระดับน้อย ($\bar{X} = 1.78$, S.D. = 1.43)

5. เทศกาลวันสงกรานต์ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.61$, S.D. = 1.45)

2.2 ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวน (n) = 415

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของสื่อ	ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อมากที่สุด							ไม่ระบุ
	เช้า	กลางวัน	บ่าย	เย็น	ค่ำ	ดึก	ไม่ใช้เลย	
	04.01 – 08.00	08.01- 12.00	12.01- 16.00	16.01- 20.00	20.01- 24.00	00.01- 04.00		
สื่อบุคคล								
1. ชาวดารานักร้อง	6 (1.45)	36 (8.67)	43 (10.36)	108 (26.02)	150 (36.14)	6 (1.45)	50 (12.05)	16 (3.86)
2. คู่กับเพื่อน	47 (11.33)	157 (37.83)	99 (23.86)	48 (11.57)	42 (10.12)	18 (4.34)	4 (0.96)	-
3. คู่กับครูที่ปรึกษา	95 (22.89)	195 (46.99)	28 (6.75)	56 (13.49)	12 (2.89)	-	29 (6.99)	-
4. คู่กับสมาชิกในครอบครัว	87 (20.96)	54 (13.01)	23 (5.54)	193 (46.51)	52 (12.53)	2 (0.48)	4 (0.96)	-
สื่อมวลชน								
1. อ่านหนังสือการ์ตูน	20 (15.90)	39 (9.40)	41 (9.88)	190 (45.78)	56 (13.49)	3 (0.72)	66 (15.90)	-
2. อ่านนิตยสารวัยรุ่น	17 (4.10)	54 (13.01)	78 (18.80)	141 (33.98)	17 (4.10)	10 (2.41)	98 (23.61)	-
3. ดูภาพยนตร์	24 (5.78)	28 (6.75)	79 (19.04)	145 (34.94)	72 (17.35)	11 (2.65)	56 (13.49)	-
4. ดูโทรทัศน์	21 (5.06)	21 (5.06)	28 (6.75)	156 (37.59)	169 (40.72)	8 (1.93)	12 (2.89)	-
5. ฟังวิทยุ	53 (12.77)	22 (5.30)	20 (4.82)	143 (34.46)	118 (28.43)	42 (10.12)	17 (4.10)	-

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

จำนวน (n) = 415

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของสื่อ	ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อมากที่สุด							ไม่ใช้เลย	ไม่ระบุ
	เช้า	กลางวัน	บ่าย	เย็น	ค่ำ	ดึก			
	04.01 – 08.00	08.01- 12.00	12.01- 16.00	16.01- 20.00	20.01- 24.00	00.01- 04.00			
สื่ออิเล็กทรอนิกส์									
1. ทีวีดีไอ วีซีดี ดีวีดี	4 (0.96)	48 (11.57)	50 (12.05)	153 (36.87)	120 (28.92)	14 (3.37)	24 (5.78)	2 (0.48)	
2. เล่นเกมคอมพิวเตอร์	11 (2.65)	36 (8.67)	61 (14.70)	169 (40.72)	94 (22.65)	2 (0.48)	42 (10.12)	-	
3. เล่นอินเทอร์เน็ต	10 (2.41)	37 (8.92)	70 (16.87)	149 (35.90)	87 (20.96)	20 (4.82)	42 (10.12)	-	
4. คุยโทรศัพท์เคลื่อนที่	40 (9.64)	55 (13.25)	50 (12.05)	123 (29.64)	79 (19.04)	20 (4.82)	48 (11.57)	-	
สื่อกิจกรรม									
1. กีฬา	58 (13.98)	42 (10.12)	89 (21.45)	165 (39.76)	11 (2.65)	4 (0.96)	46 (11.08)	-	
2. ทักษะศึกษา	47 (11.33)	53 (12.77)	77 (18.55)	68 (16.38)	9 (2.17)	4 (0.96)	157 (37.83)	-	
3. เข้าค่ายเยาวชน	49 (11.81)	50 (12.05)	38 (9.16)	39 (9.40)	17 (4.10)	2 (0.48)	220 (53.01)	-	
4. เทศกาลวาเลนไทน์	78 (18.80)	31 (7.47)	59 (14.22)	72 (17.35)	8 (19.3)	12 (2.89)	155 (37.35)	-	
5. เทศกาลสงกรานต์	78 (18.80)	67 (16.14)	96 (23.13)	55 (13.25)	10 (2.41)	6 (1.45)	103 (24.82)	-	

จากตารางที่ 4.4 พบว่า มีช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อรายด้านและรายชื่อคำถามดังนี้
สื่อบุคคล

1. ชาวดารา นักร้อง พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อนี้ในช่วงค่ำ เวลา 20.01 – 24.00 ร้อยละ 36.14
2. คู่กับเพื่อน พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อนี้ในช่วงกลางวัน เวลา 08.01 – 12.00 ร้อยละ 37.83
3. คู่กับครูที่ปรึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อนี้ในช่วงกลางวัน เวลา 08.01 – 12.00 ร้อยละ 46.99
4. คู่กับสมาชิกในครอบครัว พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อนี้ในช่วงเย็น เวลา 16.01 – 20.00 ร้อยละ 46.51

สื่อมวลชน

1. อ่านหนังสือการ์ตูน พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อนี้ในช่วงเย็น เวลา 16.01 – 20.00 ร้อยละ 45.78
2. อ่านนิตยสารวัยรุ่น พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อนี้ในช่วงเย็น เวลา 16.01 – 20.00 ร้อยละ 33.98
3. ดูภาพยนตร์ พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อนี้ในช่วงเย็น เวลา 16.01 – 20.00 ร้อยละ 46.99
4. ดูโทรทัศน์ พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อนี้ในช่วงเย็น เวลา 16.01 – 20.00 ร้อยละ 37.59
5. ฟังวิทยุ พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อนี้ในช่วงเย็น เวลา 16.01 – 20.00 ร้อยละ 34.46

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

1. ดูวิดีโอ วีซีดี ดีวีดี พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อนี้ในช่วงเย็น เวลา 16.01 – 20.00 ร้อยละ 36.87
2. เล่นเกมคอมพิวเตอร์ พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อนี้ในช่วงเย็น เวลา 16.01 – 20.00 ร้อยละ 40.72
3. เล่นอินเทอร์เน็ต พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อนี้ในช่วงเย็น เวลา 16.01 – 20.00 ร้อยละ 35.90
4. ดูโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อนี้ในช่วงเย็น เวลา 16.01 – 20.00 ร้อยละ 29.64

สื่อกิจกรรม

1. กีฬา พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อนี้ในช่วงเย็น เวลา 16.01 – 20.00 ร้อยละ 39.76
2. ทักษะศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับสื่อนี้ ร้อยละ 37.83
3. เทศกาลวาเลนไทน์ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับสื่อนี้หรือรับปีละครั้ง ร้อยละ 37.35
4. เทศกาลสงกรานต์ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับสื่อนี้หรือรับปีละครั้ง ร้อยละ 24.82

2.3 ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระยะเวลาการเปิดรับสื่อ

จำนวน (n) = 415

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของสื่อ	ระยะเวลาในการรับสื่อ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลความ
สื่อบุคคล			
1. ชาวตารา นักร้อง	1.67	1.12	น้อย
2. คุยกับเพื่อน	3.78	1.12	มาก
3. คุยกับครูที่ปรึกษา	1.74	0.90	น้อย
4. คุยกับสมาชิกในครอบครัว	3.66	1.14	มาก
รวม	2.71	0.69	มาก
สื่อมวลชน			
1. อ่านหนังสือการ์ตูน	2.01	1.26	น้อย
2. อ่านนิตยสารวัยรุ่น	1.55	1.10	น้อย
3. ดูภาพยนตร์	2.71	1.04	ปานกลาง
4. ดูโทรทัศน์	3.50	0.96	มาก
5. ฟังวิทยุ	2.63	1.26	ปานกลาง
รวม	2.48	0.83	น้อย

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

จำนวน (n) = 415

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของสื่อ	ระยะเวลาในการรับสื่อ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลความ
สื่ออิเล็กทรอนิกส์			
1. ดูวิดีโอ วีซีดี ดีวีดี	2.59	1.02	ปานกลาง
2. เล่นเกมคอมพิวเตอร์	2.32	1.23	น้อย
3. เล่นอินเทอร์เน็ต	2.61	1.19	ปานกลาง
4. โทรศัพท์เคลื่อนที่	2.21	1.26	น้อย
รวม	2.43	0.99	น้อย
สื่อกิจกรรม			
1. กีฬา	2.00	1.06	น้อย
2. ทัศนศึกษา	2.00	1.56	น้อย
3. เข้าค่ายเยาวชน	1.40	1.48	น้อยที่สุด
4. เทศกาลวันวาเลนไทน์	1.68	1.47	น้อย
5. เทศกาลวันสงกรานต์	2.64	1.58	ปานกลาง
รวม	1.94	1.22	น้อย
รวมทุกสื่อ	2.39	0.62	น้อย

จากตารางที่ 4.5 ข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระยะเวลาในการเปิดรับสื่อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อในภาพรวม ระดับน้อย ($\bar{X} = 2.39$, S.D. = 0.62) เมื่อพิจารณาในรายด้านและรายข้อคำถาม พบว่า ในรายข้อคำถามมีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อที่ระดับน้อยที่สุด - มาก ($\bar{X} = 1.05 - 3.84$, S.D. = 0.90 - 1.63) ทั้งนี้แต่ละด้านและแต่ละข้อคำถามมีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อ ดังนี้

สื่อบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อในด้านนี้ระดับมาก ($\bar{X} = 2.71$, S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาในรายข้อคำถาม พบว่า ในรายข้อคำถามมีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ ดังนี้

1. ชาวดารา นักร้อง พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อระดับน้อย ($\bar{X} = 1.67$, S.D. = 1.12)
2. คู่กับเพื่อน พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 1.12)
3. คู่กับครูที่ปรึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อระดับน้อย ($\bar{X} = 1.74$, S.D. = 0.90)
4. คู่กับสมาชิกในครอบครัว พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 1.14)

สื่อมวลชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อในด้านนี้ระดับน้อย ($\bar{X} = 2.48$, S.D. = 0.83) เมื่อพิจารณาในรายข้อคำถาม พบว่า ในรายข้อคำถามมีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ ดังนี้

1. อ่านหนังสือการ์ตูน พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อระดับน้อย ($\bar{X} = 2.01$, S.D. = 1.26)
2. อ่านนิตยสารวัยรุ่น พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อระดับน้อย ($\bar{X} = 1.55$, S.D. = 1.10)
3. ดูภาพยนตร์ พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.71$, S.D. = 1.04)
4. ดูโทรทัศน์ พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.96)
5. ฟังวิทยุ พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.63$, S.D. = 1.26)

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อในด้านนี้ ระดับน้อย ($\bar{X} = 2.43$, S.D. = 0.99) เมื่อพิจารณาในรายข้อคำถาม พบว่า ในรายข้อคำถามมีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ ดังนี้

1. ดูวิดีโอ วีซีดี ดีวีดี พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.59$, S.D. = 1.02)
2. เล่นเกมคอมพิวเตอร์ พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อระดับน้อย ($\bar{X} = 2.32$, S.D. = 1.23)
3. เล่นอินเทอร์เน็ต พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.61$, S.D. = 1.19)
4. คุยโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อระดับน้อย ($\bar{X} = 2.21$, S.D. = 1.26)

สื่อกิจกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อในด้านนี้ ระดับน้อย ($\bar{X} = 2.00$, S.D. = 1.06) เมื่อพิจารณาในรายข้อคำถาม พบว่า ในรายข้อคำถามมีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ ดังนี้

1. กีฬา พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อระดับน้อย ($\bar{X} = 2.00$, S.D. = 1.06)
2. ทักษะศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อระดับน้อย ($\bar{X} = 2.00$, S.D. = 1.56)
3. เข้าค่ายเยาวชน พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อระดับน้อยที่สุด ($\bar{X} = 1.40$, S.D. = 1.48)
4. เทศกาลวันวาเลนไทน์ พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อระดับน้อย ($\bar{X} = 1.68$, S.D. = 1.47)
5. เทศกาลวันสงกรานต์ พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.64$, S.D. = 1.58)

ตอนที่ 3 สิ่งจูงใจ

3.1 สิ่งจูงใจในสื่อ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการดึงดูดความสนใจสิ่งจูงใจในสื่อ

จำนวน (n) = 415

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของสิ่งจูงใจในสื่อ	ระดับการดึงดูดความสนใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลความ
สื่อบุคคล			
1. ข่าวความรักของดารา นักร้อง	2.65	1.23	ปานกลาง
2. การแสดงความรักของเพื่อนกับแฟน	2.89	1.10	ปานกลาง
3. สีนน้ำ ทำทางของครู	2.69	1.08	ปานกลาง
4. การแสดงความรักของสมาชิกในครอบครัว	3.69	1.41	มาก
5. การใช้เครื่องสำอาง	1.89	1.14	น้อย
6. การยักคิ้ว หลับตา ส่งจูบ	2.24	1.35	น้อย
7. การเดินสายสะโพก	1.75	1.21	น้อย
รวม	2.54	0.75	ปานกลาง
สื่อมวลชน			
1. ภาพวาดเข็กรู้ในหนังสือการ์ตูน	2.10	1.43	ปานกลาง
2. แฟชั่นเข็กรู้ในนิตยสารวัยรุ่น	2.34	1.48	น้อย
3. บทรักในภาพยนตร์	2.74	1.38	ปานกลาง
4. บทรักในละครโทรทัศน์	2.76	1.35	ปานกลาง
5. ภาพและเสียงเข็กรู้ในโฆษณา	2.27	1.28	น้อย
6. ภาษาล้อแหลมในรายการวิทยุ/คอลัมน์ในนิตยสาร	1.99	1.28	น้อย
รวม	2.36	1.14	น้อย

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ประเภทของสิ่งรบกวนใจในสื่อ	ระดับการดึงดูดความสนใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลความ
สื่ออิเล็กทรอนิกส์			
1. ท่าเต้นที่เข้ายวนในมิวสิกวิดีโอ	2.40	1.56	น้อย
2. การแต่งกายเซ็กซี่ของการ์ตูนในเกมคอมพิวเตอร์	2.16	1.28	น้อย
3. ภาพเซ็กซี่ในอินเทอร์เน็ต	2.18	1.47	น้อย
4. ภาพเซ็กซี่ในจอโทรศัพท์เคลื่อนที่	2.08	1.40	น้อย
รวม	2.20	1.33	น้อย

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจสิ่งรบกวนใจในสื่อในภาพรวม ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.56$, S.D. = 0.86) เมื่อพิจารณาในรายด้านและรายข้อคำถาม พบว่า ในรายข้อคำถามมีระดับความดึงดูดความสนใจสิ่งรบกวนใจในสื่อที่ระดับน้อย - มาก ($\bar{X} = 1.74 - 3.78$, S.D. = 1.00 - 1.56) ทั้งนี้แต่ละด้านและแต่ละข้อคำถามมีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อ ดังนี้

สื่อบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการดึงดูดความสนใจสิ่งรบกวนใจในสื่อด้านนี้ ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.54$, S.D. = 0.75) เมื่อพิจารณาในรายข้อคำถาม พบว่า มีระดับการดึงดูดความสนใจ ดังนี้

1. ขาวความรักของดารา นักร้อง พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.65$, S.D. = 1.23)
2. การแสดงความรักของเพื่อนกับแฟน พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.89$, S.D. = 1.10)
3. สีน้า ท่าทางของครู พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.69$, S.D. = 1.08)
4. การแสดงความรักของสมาชิกในครอบครัว พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 1.41)

5. การใช้เครื่องสำอาง พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อระดับน้อย ($\bar{X} = 1.89$, S.D. = 1.14)

6. การยักคิ้ว หลับตา ส่งจูบ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อระดับน้อย ($\bar{X} = 2.24$, S.D. = 1.35)

7. การเดินสายสะโพก พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อระดับน้อย ($\bar{X} = 1.75$, S.D. = 1.21)

สื่อมวลชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจสูงในสื่อด้านนี้ ระดับน้อย ($\bar{X} = 2.06$, S.D. = 1.05) เมื่อพิจารณาในรายข้อคำถาม พบว่า ในรายข้อคำถามมีระดับการดึงดูดความสนใจ ดังนี้

1. ภาพวาดเข็มนาฬิกาในหนังสือการ์ตูน พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.10$, S.D. = 1.43)

2. แฟชั่นเข็มนาฬิกาในนิตยสารวัยรุ่น พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อระดับน้อย ($\bar{X} = 2.34$, S.D. = 1.48)

3. บทรักในภาพยนตร์ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.74$, S.D. = 1.38)

4. บทรักในละครโทรทัศน์ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.76$, S.D. = 1.35)

5. ภาพและเสียงเข็มนาฬิกาในโฆษณา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อระดับน้อย ($\bar{X} = 2.27$, S.D. = 1.28)

6. ภาษาล้อแหลมในรายการวิทยุ/คอลัมน์ในนิตยสาร พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อระดับน้อย ($\bar{X} = 1.99$, S.D. = 1.28)

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการดึงดูดความสนใจสูงในสื่อด้านนี้ ระดับน้อย ($\bar{X} = 2.20$, S.D. = 1.33) เมื่อพิจารณาในรายข้อคำถาม พบว่า ในรายข้อคำถามมีระดับความดึงดูดความสนใจ ดังนี้

1. ท่าเต้นที่เข้ายวณในมิวสิกวิดีโอ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อระดับน้อย ($\bar{X} = 2.40$, S.D. = 1.56)

2. การแต่งกายเข็มนาฬิกาของการ์ตูนในเกมคอมพิวเตอร์ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อระดับน้อย ($\bar{X} = 2.16$, S.D. = 1.28)

3. ภาพเข็มนาฬิกาในอินเทอร์เน็ต พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อระดับน้อย ($\bar{X} = 2.18$, S.D. = 1.47)

4. ภาพเช็กซีในจอโทรทัศน์เคลื่อนที่พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจใน
สัณฐานน้อย ($\bar{X} = 2.08$, S.D. = 1.40)

3.2 สิ่งจูงใจนอกสื่อ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการดึงดูดความสนใจสิ่งจูงใจนอกสื่อ
จำแนกตามบรรยากาศ

จำนวน (n) = 415

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของสิ่งจูงใจนอกสื่อ	ระดับการดึงดูดความสนใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลความ
1. บรรยากาศงานกีฬา	3.52	1.28	มาก
2. บรรยากาศการทัศนศึกษา	3.23	1.34	ปานกลาง
3. บรรยากาศการเข้าค่ายเยาวชน	2.63	1.39	ปานกลาง
4. บรรยากาศเทศกาลวาเลนไทน์	3.00	1.42	ปานกลาง
5. บรรยากาศเทศกาลสงกรานต์	3.39	1.49	ปานกลาง
รวม	3.16	0.99	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการดึงดูดความสนใจสิ่งจูงใจนอกสื่อจำแนกตามบรรยากาศ ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.16$, S.D. = 0.99) เมื่อพิจารณาในรายด้านและรายข้อคำถาม พบว่า มีระดับการดึงดูดความสนใจ ดังนี้

1. บรรยากาศงานกีฬา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 1.28)

2. บรรยากาศการทัศนศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 1.34)

3. บรรยากาศการเข้าค่ายเยาวชน พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.63$, S.D. = 1.39)

4. บรรยากาศเทศกาลวาเลนไทน์ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.00$, S.D. = 1.42)

5. บรรยากาศเทศกาลสงกรานต์ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความดึงดูดความสนใจในสื่อระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 1.49)

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านสิ่งจูงใจนอกสื่อ จำแนกตามสถานที่
 จูงใจให้มีการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษา

จำนวน (n) = 415

ประเภทของสถานที่	จำนวน	ร้อยละ
- ห้างสรรพสินค้า	88	10.72
- ร้านอาหาร	57	6.94
- โรงภาพยนตร์	218	26.55
- โรงเรียน	89	10.84
- ร้านอินเทอร์เน็ต	96	11.69
- ร้านเกม	27	3.29
- ฟิตเนส	31	3.78
- สวนสาธารณะ	75	9.14
- บ้าน	126	15.35
- อื่น ๆ อาทิ ผับ บาร์	14	1.71
รวม	821	100.00

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระบุโรงภาพยนตร์ ร้อยละ 26.55 รองลงมา คือ ที่บ้าน ร้อยละ 15.35 ร้านอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 11.69 โรงเรียน ร้อยละ 10.84 สวนสาธารณะ ร้อยละ 9.14 ร้านอาหาร ร้อยละ 6.94 ฟิตเนส ร้อยละ 3.78 ร้านเกม ร้อยละ 3.29 และน้อยที่สุด คือ อื่น ๆ อาทิ ผับ บาร์ ร้อยละ 1.71

ตอนที่ 4 การแสดงออกพฤติกรรมทางเพศ

4.1 การเลียนแบบ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเลียนแบบสิ่งงูใจในสื่อ

จำนวน (n) = 415

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของสิ่งงูใจในสื่อ	ระดับการเลียนแบบ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลความ
สื่อบุคคล			
1. การแสดงความรักของดารา นักร้อง	2.34	1.19	น้อย
2. การแสดงความรักของเพื่อนกับแฟน	2.61	1.24	ปานกลาง
3. สีหน้า ท่าทางของครู	2.22	1.15	น้อย
4. การแสดงความรักของสมาชิกในครอบครัว	3.25	1.48	ปานกลาง
5. การใช้เครื่องสำอาง	2.01	1.18	น้อย
6. การยั่วยุ หลอกล่อ ส่งจูบ	2.19	1.40	น้อย
7. การเดินสายสะโพก	1.64	1.26	น้อย
รวม	2.32	0.90	น้อย
สื่อมวลชน			
1. ภาพวาดเขี้ยวในหนังสือการ์ตูน	1.64	1.26	น้อย
2. แฟชั่นเขี้ยวในนิตยสารวัยรุ่น	2.25	1.27	น้อย
3. บทรักในภาพยนตร์	2.23	1.20	น้อย
4. บทรักในละครโทรทัศน์	1.99	1.15	น้อย
5. ภาพและเสียงเขี้ยวในโฆษณา	2.01	1.16	น้อย
6. ภาษาส่อแหลมในรายการวิทยุ/คอลัมน์ในนิตยสาร	1.81	1.16	น้อย
รวม	2.06	1.05	น้อย

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

จำนวน (n) = 415

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของสิ่งจูงใจในสื่อ	ระดับการเลียนแบบ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลความ
สื่ออิเล็กทรอนิกส์			
1. ทำเต็มที่เข้ายวณในมัลติมีเดีย	1.98	1.33	น้อย
2. การแต่งกายเชิ่กซ์ของการ์ตูนในเกมคอมพิวเตอร์	1.85	1.19	น้อย
3. ภาพเชิ่กซ์ในอินเทอร์เน็ต	1.82	1.25	น้อย
4. ภาพเชิ่กซ์ในจอโทรศัพท์เคลื่อนที่	1.70	1.22	น้อย
รวม	1.96	1.13	น้อย

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดเห็นต่อระดับการเลียนแบบสิ่งจูงใจในสื่อในภาพรวม ระดับน้อย ($\bar{X} = 2.30$, S.D. = 0.87) เมื่อพิจารณาในรายด้านและรายข้อคำถาม พบว่า ในรายข้อคำถามมีระดับการเลียนแบบที่ระดับน้อย - ปานกลาง ($\bar{X} = 1.61 - 3.38$, S.D. = 1.03 - 1.56) ทั้งนี้แต่ละด้านและแต่ละข้อคำถามมีระดับการเลียนแบบ ดังนี้

สื่อบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเลียนแบบสิ่งจูงใจในสื่อนี้ระดับน้อย ($\bar{X} = 2.32$, S.D. = 0.90) เมื่อพิจารณาในรายข้อคำถาม พบว่า ในรายข้อคำถามมีระดับการเลียนแบบสิ่งจูงใจในสื่อนี้ ดังนี้

1. ขาวความรักของดารา นักร้อง พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการเลียนแบบสิ่งจูงใจในสื่อนี้ระดับน้อย ($\bar{X} = 2.34$, S.D. = 1.19)

2. การแสดงความรักของเพื่อนกับแฟน พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการเลียนแบบสิ่งจูงใจในสื่อนี้ ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.61$, S.D. = 1.24)

3. สีน้า ทำทางของครู พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการเลียนแบบสิ่งจูงใจในสื่อนี้ ระดับน้อย ($\bar{X} = 2.22$, S.D. = 1.15)

4. การแสดงความรักของสมาชิกในครอบครัว พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการเลียนแบบสิ่งจูงใจในสื่อนี้ ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 1.48)

5. การใช้เครื่องสำอาง พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการเลียนแบบสิ่งงูใจในสื่อนี้ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.01$, S.D. = 1.18)

6. การยักคิ้ว หลีวตา ส่งจูบ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการเลียนแบบสิ่งงูใจในสื่อนี้ ระดับน้อย ($\bar{X} = 2.19$, S.D. = 1.40)

7. การเดินสายสะโพก พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการเลียนแบบสิ่งงูใจในสื่อนี้ ระดับน้อย ($\bar{X} = 1.64$, S.D. = 1.26)

สื่อมวลชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเลียนแบบสิ่งงูใจในสื่อนี้ระดับน้อย ($\bar{X} = 2.06$, S.D. = 1.05) เมื่อพิจารณาในรายข้อคำถาม พบว่า ในรายข้อคำถามมีระดับการเลียนแบบสิ่งงูใจในสื่อนี้ ดังนี้

1. ภาพวาดเข็กรู้ในหนังสือการ์ตูน นักร้อง พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการเลียนแบบสิ่งงูใจในสื่อนี้ ระดับน้อย ($\bar{X} = 1.64$, S.D. = 1.26)

2. แฟชั่นเข็กรู้ในนิตยสารวัยรุ่น พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการเลียนแบบสิ่งงูใจในสื่อนี้ ระดับน้อย ($\bar{X} = 2.25$, S.D. = 1.27)

3. บทรักในภาพยนตร์ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการเลียนแบบสิ่งงูใจในสื่อนี้ระดับน้อย ($\bar{X} = 2.23$, S.D. = 1.20)

4. บทรักในละครโทรทัศน์ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการเลียนแบบสิ่งงูใจในสื่อนี้ระดับน้อย ($\bar{X} = 1.99$, S.D. = 1.15)

5. ภาพและเสียงเข็กรู้ในโฆษณา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการเลียนแบบสิ่งงูใจในสื่อนี้ระดับน้อย ($\bar{X} = 2.01$, S.D. = 1.16)

6. ภาษาส่อแหลมในรายการวิทยุ/คอลัมน์ในนิตยสารพบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการเลียนแบบสิ่งงูใจในสื่อนี้ ระดับน้อย ($\bar{X} = 1.81$, S.D. = 1.16)

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเลียนแบบสิ่งงูใจในสื่อนี้ระดับน้อย ($\bar{X} = 1.96$, S.D. = 1.13) เมื่อพิจารณาในรายข้อคำถาม พบว่า ในรายข้อคำถามมีระดับการเลียนแบบสิ่งงูใจในสื่อนี้ ดังนี้

1. ท่าเต้นที่เข้ยวอนในมิวสิกวิดีโอ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการเลียนแบบสิ่งงูใจในสื่อนี้ระดับน้อย ($\bar{X} = 1.98$, S.D. = 1.33)

2. การแต่งกายเข็กรู้ของการ์ตูนในเกมคอมพิวเตอร์ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการเลียนแบบสิ่งงูใจในสื่อนี้ระดับน้อย ($\bar{X} = 1.85$, S.D. = 1.19)

3. ภาพเร็กซ์ในอินเทอร์เน็ต พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการเลียนแบบสิ่งจูงใจในสื่อ นี้นี้ระดับน้อย ($\bar{x} = 1.82$, S.D. = 1.25)

4. ภาพเร็กซ์ในจอโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการเลียนแบบสิ่งจูงใจในสื่อ นี้นี้ระดับน้อย ($\bar{x} = 1.70$, S.D. = 1.22)

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่มีต่อลักษณะการแสดงออกของพฤติกรรมทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษา

จำนวน (n) = 415

หน่วย : ร้อยละ

ลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศ	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลความ
1. จับมือถือแขน	2.45	1.23	น้อย
2. ป้อนอาหาร	1.93	1.05	น้อย
3. โอบไหล่	1.82	1.07	น้อย
4. กอดเอว	1.68	1.02	น้อย
5. นั่งตัก	1.44	0.90	น้อยที่สุด
6. นอนหนุนตัก	1.63	0.97	น้อย
7. หอมแก้ม	1.63	1.07	น้อย
8. จูบ	1.34	0.93	น้อยที่สุด
9. ลูบขา	1.21	0.89	น้อยที่สุด
10. ล้วง	1.18	0.99	น้อยที่สุด
รวม	1.76	0.78	น้อย

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อลักษณะการแสดงออกของพฤติกรรมทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษาในภาพรวม ระดับน้อย ($\bar{X} = 1.76$, S.D. = 0.78) ทั้งนี้แต่ละด้านและแต่ละข้อคำถามมีระดับความคิดเห็นต่อลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษา ดังนี้

1. จับมือถือแขน พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศ ระดับน้อย ($\bar{X} = 2.45$, S.D. = 1.23)
2. ป้อนอาหาร พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศ ระดับน้อย ($\bar{X} = 1.93$, S.D. = 1.05)
3. โอบไหล่ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศ ระดับน้อย ($\bar{X} = 1.82$, S.D. = 1.07)

4. กอดเชว พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศ ระดับน้อย ($\bar{X} = 1.68$, S.D. = 1.02)

5. นิ่งดัก พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการแสดงออกของพฤติกรรมทางเพศในที่สาธารณะ ระดับน้อยที่สุด ($\bar{X} = 1.44$, S.D. = 0.90)

6. นอนหนุนดัก พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศ ระดับน้อย ($\bar{X} = 1.63$, S.D. = 0.97)

7. หอมแก้ม พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศ ระดับน้อย ($\bar{X} = 1.63$, S.D. = 1.07)

8. จวบ พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศ ระดับน้อยที่สุด ($\bar{X} = 1.34$, S.D. = 0.93)

9. จูบขา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศ ระดับน้อยที่สุด ($\bar{X} = 1.21$, S.D. = 0.89)

10. ล้วง พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศ ระดับน้อยที่สุด ($\bar{X} = 1.18$, S.D. = 0.99)

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติอ้างอิง

สมมติฐานข้อที่ 1 สิ่งจูงใจในสื่อมีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบพฤติกรรม การแสดงออกทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษา

ตารางที่ 4.11 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจในสื่อกับการเลียนแบบพฤติกรรม การแสดงออกทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษา

จำนวน (n) = 415

ประเภทของสิ่งจูงใจในสื่อ	พฤติกรรม การเลียนแบบ	
	R	Sig (2-tailed)
สื่อบุคคล	0.706	0.000*
ข่าวความรักของดารา นักร้อง	0.379	0.000*
การแสดงความรักของเพื่อนกับแฟน	0.504	0.000*
การใช้เครื่องสำอาง	0.507	0.000*
การแสดงออกทางสีหน้า ท่าทางของครู	0.313	0.341
การแสดงความรักของสมาชิกในครอบครัว	0.184	0.000*
การยักคิ้ว หลับตา ส่งจูบ	0.684	0.000*
การเดินสายสะโพก	0.498	0.000*
สื่อมวลชน	0.611	0.000*
การแสดงความรักในหนังสือการ์ตูน	0.485	0.000*
การแสดงความรักในหนัง และละคร	0.593	0.000*
การแต่งกายเช็กซีในนิตยสารวัยรุ่น	0.585	0.000*
การแต่งกายและท่าทางเช็กซีในโฆษณา	0.473	0.000*
ภาษาล่อแหลมในรายการวิทยุ/คอลัมน์ในนิตยสาร	0.379	0.000*
สื่ออิเล็กทรอนิกส์	0.563	0.000*
ท่าเต้นเย้ายวนในมิวสิกวิดีโอ	0.540	0.000*
การแต่งกายเช็กซีของการ์ตูนในเกมคอมพิวเตอร์	0.496	0.000*
การแต่งกายเช็กซีในอินเทอร์เน็ต	0.511	0.000*
การโหลดภาพเช็กซีบนจอโทรศัพท์เคลื่อนที่	0.542	0.000*
รวม	0.616	0.000*

* Sig (2 – tailed) < 0.05 มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 พบว่า สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบพฤติกรรมการแสดงออกทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า (Sig (2 – tailed) < 0.05) โดยมีความสัมพันธ์ ร้อยละ 61.6 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.616$)) สัมพันธ์กันปานกลาง ทั้งนี้สรุปความสัมพันธ์รายชื่อได้ดังนี้

สื่อบุคคล

สิ่งจูงใจในสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบพฤติกรรมการแสดงออกทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า (Sig (2 – tailed) < 0.05) เมื่อพิจารณาสื่อบุคคลเป็นรายประเด็น พบว่า การยั่วยุ หลอตา ส่งจูบ การใช้เครื่องสำอาง การแสดงความรักของเพื่อนกับแฟน การเดินสายสะโพก ขำขมความรักของดารา นักร้อง และการแสดงความรักของสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบพฤติกรรมการแสดงออกทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า (Sig (2 – tailed) < 0.05) และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้านักเรียนมัธยมศึกษาให้ความสนใจสิ่งจูงใจในสื่อดังกล่าวมากขึ้น จะทำให้การเลียนแบบพฤติกรรมการแสดงออกทางเพศของนักเรียนสูงขึ้นด้วยเช่นกัน

สำหรับการแสดงออกทางสีหน้า ท่าทางของครู ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบพฤติกรรมการแสดงออกทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษา

ทั้งนี้ สามารถเรียงลำดับประเภทสิ่งจูงใจในสื่อบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบพฤติกรรมแสดงออกทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษาจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

การยั่วยุ หลอตา ส่งจูบ มีความสัมพันธ์ ร้อยละ 68.4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.684$)) สัมพันธ์กันปานกลาง การใช้เครื่องสำอาง สัมพันธ์กัน ร้อยละ 50.7 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.507$)) สัมพันธ์กันปานกลาง การแสดงความรักของเพื่อนกับแฟน สัมพันธ์กัน ร้อยละ 50.4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.504$)) สัมพันธ์กันปานกลาง การเดินสายสะโพก สัมพันธ์กัน ร้อยละ 49.8 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.498$)) สัมพันธ์กันน้อย ขำขมความรักของดารา นักร้อง สัมพันธ์กัน ร้อยละ 37.9 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.379$)) สัมพันธ์กันน้อย และการแสดงความรักของสมาชิกในครอบครัว สัมพันธ์ ร้อยละ 18.4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.184$)) สัมพันธ์กันน้อย

สื่อมวลชน

สิ่งจูงใจในสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบพฤติกรรมการแสดงออกทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า (Sig (2 - tailed) < 0.05) และมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้านักเรียนมัศึกษามีความสนใจสิ่งจูงใจในสื่อดังกล่าวมากขึ้น จะทำให้การเลียนแบบพฤติกรรมการแสดงออกทางเพศของนักเรียนสูงขึ้นด้วยเช่นกัน โดยสามารถเรียงลำดับประเภทสิ่งจูงใจในสื่อมวลชนที่มีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบพฤติกรรมการแสดงออกทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษาจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

การแสดงความรักในหนัง และละคร มีความสัมพันธ์ ร้อยละ 59.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.593$) สัมพันธ์กันปานกลาง การแต่งกายเช็กซีในนิตยสารวัยรุ่น สัมพันธ์กัน ร้อยละ 58.5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.585$) สัมพันธ์กันปานกลาง การแสดงความรักในหนังสือการ์ตูน สัมพันธ์กัน ร้อยละ 48.5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.485$) สัมพันธ์กันน้อย การแต่งกายและทำเสียงเช็กซีในโฆษณา สัมพันธ์กัน ร้อยละ 47.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.473$) สัมพันธ์กันน้อย และภาษาล่อแหลมในรายการวิทยุ/คอลัมน์ในนิตยสาร สัมพันธ์กัน ร้อยละ 37.9 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.379$) สัมพันธ์กันน้อย

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

สิ่งจูงใจในสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบพฤติกรรมการแสดงออกทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า (Sig (2 - tailed) < 0.05) และมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้านักเรียนมัศึกษามีความสนใจสิ่งจูงใจในสื่อดังกล่าวมากขึ้น จะทำให้การเลียนแบบพฤติกรรมการแสดงออกทางเพศของนักเรียนสูงขึ้นด้วยเช่นกัน โดยสามารถเรียงลำดับประเภทสิ่งจูงใจในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบพฤติกรรมการแสดงออกทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษาจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ทำเด้นเข้ายวนในมิวสิควีดีโอ มีความสัมพันธ์ ร้อยละ 54.0 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.540$) สัมพันธ์กันปานกลาง การโหลดภาพเช็กซีบนจอโทรศัพท์มือถือ สัมพันธ์กัน ร้อยละ 54.0 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.540$) สัมพันธ์กันปานกลาง การแต่งกายเช็กซี

ในอินเทอร์เน็ต สัมพันธ์กัน ร้อยละ 51.1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.511$) สัมพันธ์กันปานกลาง และการแต่งกายเชิ้ตของการ์ตูนใน เกมคอมพิวเตอร์ สัมพันธ์กัน ร้อยละ 49.6 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.496$) สัมพันธ์กันน้อย

**สมมติฐานข้อที่ 2 สิ่งจูงใจในสื่อมีความสัมพันธ์กับลักษณะการแสดงออก
พฤติกรรมทางเพศตามความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษา**

ตารางที่ 4.12 ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจในสื่อกับลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศ
ตามความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษา

จำนวน (n) = 415		
ประเภทของสิ่งจูงใจในสื่อ	ลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศ	
	r	Sig (2-tailed)
สื่อบุคคล	0.364	0.000*
ข่าวความรักของดารา นักร้อง	0.305	0.000*
การแสดงความรักของเพื่อนกับแฟน	0.294	0.000*
การใช้เครื่องสำอาง	0.347	0.000*
การแสดงออกทางสีหน้า ท่าทางของครู	0.047	0.341
การแสดงความรักของสมาชิกในครอบครัว	0.178	0.000*
การยั่วยุ หลอกลวง ส่งจูบ	0.302	0.000*
การเดินสายสะโพก	0.333	0.000*
สื่อมวลชน	0.450	0.000*
การแสดงความรักในหนังสือการ์ตูน	0.276	0.000*
การแสดงความรักในหนัง และละคร	0.375	0.000*
การแต่งกายเซ็กซี่ในนิตยสารวัยรุ่น	0.386	0.000*
การแต่งกายและท่าทางเซ็กซี่ในโฆษณา	0.455	0.000*
ภาษาล่อแหลมในรายการวิทยุ/คอลัมน์ในนิตยสาร	0.510	0.000*
สื่ออิเล็กทรอนิกส์	0.467	0.000*
ทำเดินเข้ายวนในมิวสิกวิดีโอ	0.470	0.000*
การแต่งกายเซ็กซี่ของการ์ตูนในเกมคอมพิวเตอร์	0.403	0.000*
การแต่งกายเซ็กซี่ในอินเทอร์เน็ต	0.385	0.000*
การโหลดภาพเซ็กซี่บนจอโทรศัพท์เคลื่อนที่	0.393	0.000*
รวม	0.472	0.000*

* Sig (2 – tailed) < 0.05 มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า สิ่งสูงใจในสื่อมีความสัมพันธ์กับลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศตามความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษา ร้อยละ 47.2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.472$) สัมพันธ์กันปานกลาง ทั้งนี้สรุปความสัมพันธ์รายชื่อได้ดังนี้

สื่อบุคคล

การเปิดรับสิ่งสูงใจในสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศตามความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า (Sig (2 - tailed) < 0.05) เมื่อพิจารณาสื่อบุคคลเป็นรายประเด็น พบว่า ชาวความรักของดารานักร้อง การแสดงความรักของเพื่อนกับแฟน การใช้เครื่องสำอาง การแสดงความรักของสมาชิกในครอบครัว การยกยัก หลับตา ส่งจูบ และการเดินสายสะโพก มีความสัมพันธ์กับลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศตามความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า (Sig (2 - tailed) < 0.05) และมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้านักเรียนมัธยมศึกษามีการรับสื่อดังกล่าวมากขึ้น จะทำให้ลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศของนักเรียนสูงขึ้นด้วยเช่นกัน

โดยสามารถเรียงลำดับประเภทสิ่งสูงใจในสื่อประเภทบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศตามความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษาจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ การใช้เครื่องสำอาง มีความสัมพันธ์กับลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศตามความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษา ร้อยละ 34.7 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.347$) สัมพันธ์กันน้อย การเดินสายสะโพก สัมพันธ์กัน ร้อยละ 33.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.333$) สัมพันธ์กันน้อย ชาวดารานักร้อง สัมพันธ์กัน ร้อยละ 30.5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.305$) สัมพันธ์กันน้อย การยกยัก หลับตา ส่งจูบ สัมพันธ์กัน ร้อยละ 30.2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.302$) สัมพันธ์กันน้อย การแสดงความรักของเพื่อนกับแฟน สัมพันธ์กัน ร้อยละ 29.4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.294$) สัมพันธ์กันน้อย และการแสดงความรักของสมาชิกในครอบครัว สัมพันธ์กัน ร้อยละ 17.8 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.178$) สัมพันธ์กันน้อย

สื่อมวลชน

สิ่งจูงใจในสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศตามความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า (Sig (2 – tailed) < 0.05) และมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้านักเรียนมัธยมศึกษา มีความสนใจในสิ่งจูงใจดังกล่าวมากขึ้น จะทำให้ลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศของนักเรียนสูงขึ้นด้วยเช่นกัน โดยสามารถเรียงลำดับสิ่งจูงใจในสื่อมวลชนที่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศตามความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษาจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ภาษาสื่อแหลมในรายการวิทยุ/คอลัมน์ในนิตยสาร มีความสัมพันธ์กับลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศตามความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษา ร้อยละ 51.0 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.510$) สัมพันธ์กันปานกลาง การแต่งกายและเสียงเซ็กซี่ในโฆษณา สัมพันธ์กัน ร้อยละ 45.5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.455$) สัมพันธ์กันปานกลาง การแต่งกายเซ็กซี่ในนิตยสารวัยรุ่น สัมพันธ์กัน ร้อยละ 38.6 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.386$) สัมพันธ์กันน้อย การแสดงความรักในหนังและละคร สัมพันธ์กัน ร้อยละ 37.5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.375$) สัมพันธ์กันน้อย และการแสดงความรักในหนังสือการ์ตูน สัมพันธ์กัน ร้อยละ 27.6 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.276$) สัมพันธ์กันน้อย

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

สิ่งจูงใจในสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศตามความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า (Sig (2 – tailed) < 0.05) เมื่อพิจารณาสิ่งจูงใจในสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นรายประเด็น พบว่า ทำเด่นเข้ายวนในมิวสิควีดีโอ การแต่งกายเซ็กซี่ของการ์ตูนในเกมคอมพิวเตอร์ การแต่งกายเซ็กซี่ในอินเทอร์เน็ต การโหลดภาพเซ็กซี่บนจอโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีความสัมพันธ์กับลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศตามความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า (Sig (2 – tailed) < 0.05) และมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้านักเรียนมัธยมศึกษา มีความสนใจในสิ่งจูงใจดังกล่าวมากขึ้น จะทำให้ลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศของนักเรียนสูงขึ้นด้วยเช่นกัน โดยสามารถเรียงลำดับประเภทสิ่งจูงใจในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศตามความคิดเห็นของ

นักเรียนมัธยมศึกษาจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ทำเต็มย้ายวนในมิลลิควีดีโอมีความสัมพันธ์กับ
 ลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศของนักเรียน ร้อยละ 47.0 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ
 เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.470$) สัมพันธ์กันปานกลาง การแต่งกายเช็ก
 ที่ของการตูนในเกมคอมพิวเตอร์ สัมพันธ์กัน ร้อยละ 40.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน
 (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.403$) สัมพันธ์กันน้อย การโหลดภาพเช็กชีบนจอ
 โทรศัพท์เคลื่อนที่ สัมพันธ์กัน ร้อยละ 39.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's
 Correlation Coefficient ($r = 0.393$) สัมพันธ์กันน้อย และการแต่งกายเช็กชีบนจอ
 โทรศัพท์เคลื่อนที่ สัมพันธ์กัน ร้อยละ 38.5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's
 Correlation Coefficient ($r = 0.385$) สัมพันธ์กันน้อย

**สมมติฐานข้อที่ 3 สิ่งจูงใจนอกสื่อมีความสัมพันธ์กับลักษณะการแสดงออก
พฤติกรรมทางเพศตามความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษา**
ตารางที่ 4.13 ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจนอกสื่อประเภทบรรยากาศในกิจกรรมกับลักษณะการ
แสดงออกพฤติกรรมทางเพศตามความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษา

จำนวน (n) = 415

ประเภทของสิ่งจูงใจนอกสื่อ	ลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศ	
	r	Sig (2-tailed)
สื่อกิจกรรม		
- บรรยากาศกีฬาในโรงเรียน	0.030	0.544
- บรรยากาศการทัศนศึกษา	0.161	0.001*
- บรรยากาศการเข้าค่ายเยาวชน	0.266	0.000*
- บรรยากาศเทศกาลวาเลนไทน์	0.357	0.000*
- บรรยากาศเทศกาลสงกรานต์	0.025	0.612
รวม	0.230	0.000*

* Sig (2 – tailed) < 0.05 มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 พบว่า สิ่งจูงใจนอกสื่อประเภทบรรยากาศในกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศตามความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษา ร้อยละ 23.0 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.230$)) สัมพันธ์กันน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า (Sig (2 – tailed) < 0.05) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า บรรยากาศการทัศนศึกษา บรรยากาศเข้าค่ายเยาวชน และบรรยากาศในเทศกาลวาเลนไทน์ มีความสัมพันธ์กับลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศตามความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า (Sig (2 – tailed) < 0.05) และมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ บรรยากาศในเทศกาลวันวาเลนไทน์มีความสัมพันธ์กับลักษณะการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศของนักเรียน ร้อยละ 35.7 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.357$)) สัมพันธ์กันน้อย บรรยากาศการเข้าค่ายเยาวชน สัมพันธ์กัน ร้อยละ 26.6 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r =$

0.266) สัมพันธ์กันน้อย และบรรยายภาคการทัศนศึกษา สัมพันธ์กัน ร้อยละ 16.1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient ($r = 0.161$) สัมพันธ์กันน้อย

ตอนที่ 6 คำถามปลายเปิด

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อและสิ่งจูงใจที่มีผลต่อการ
แสดงออกพฤติกรรมทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษา

รายการความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ด้านการเปิดรับสื่อในชีวิตประจำวัน	367	100
ประเด็นเกี่ยวกับมีผล		
- สื่อเป็นต้นแบบที่ทำให้คนอื่นเลียนแบบ	159	43.32
- สื่อสมัยนี้มีภาพแสดงออกพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม	115	31.34
รวม	274	74.66
ประเด็นเกี่ยวกับไม่มีผล		
- ไม่คิดจะทำตาม	44	11.99
- โตแล้วสามารถรู้ว่าอะไรผิดอะไรถูก	32	8.72
- ไม่ได้สนใจกับเรื่องนี้	17	4.63
รวม	93	25.34
ด้านสิ่งจูงใจในสื่อ	336	100
ประเด็นเกี่ยวกับมีผล		
- มีภาพที่ไม่เหมาะสม	208	61.91
- ทำให้เกิดปัญหาโรคเอดส์ หรือปัญหาทำแท้งได้	36	10.71
รวม	244	72.62
ประเด็นเกี่ยวกับไม่มีผล		
- ไม่ได้สนใจกับเรื่องนี้	47	13.99
- สามารถควบคุมตนเองได้	45	13.39
รวม	92	27.38

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

รายการความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ด้านสิ่งจูงใจนอกสื่อ	371	100
ประเด็นเกี่ยวกับมีผล		
- บรรยากาศพาไป	160	43.13
- วิทยุรุ่มก้อาศัยเทศกาลในการแสดงออก	94	25.34
- ทำให้เยาวชนหลงไปกับสิ่งล่อตาล่อใจ	46	12.39
รวม	300	80.86
ประเด็นเกี่ยวกับไม่มีผล		
- ไม่ได้สนใจกับเรื่องนี้	32	8.63
- สามารถควบคุมตนเองได้	23	6.20
- ไม่ค่อยได้ออกไปร่วมกิจกรรมในช่วงเทศกาล	16	4.31
ส่วนใหญ่อยู่กับครอบครัว		
รวม	71	19.14
ด้านการอบรมเลี้ยงดู	329	100
ประเด็นเกี่ยวกับมีผล		
- สิ่งแวดล้อมไม่ดี มีผลต่อการแสดงออกพฤติกรรมที่ไม่ดี	40	12.16
- ถ้าพ่อแม่ไม่เอาใจใส่ลูกอาจเดินทางผิดได้	26	7.90
รวม	66	20.06
ประเด็นเกี่ยวกับไม่มีผล		
- ไม่เกี่ยวกับการเลี้ยงดู เกี่ยวกับตัวเรามากกว่า ขึ้นอยู่กับจิตสำนึกของแต่ละคน	138	41.95
- พ่อแม่เลี้ยงดูเอาใจใส่ดี	77	23.40
- ไม่ได้คิดมากและไม่สนใจในเรื่องเพศ	48	14.59
รวม	263	79.94
สรุปรายการความคิดเห็น		
- ประเด็นที่เกี่ยวกับมีผล	884	63.01
- ประเด็นที่เกี่ยวกับไม่มีผล	519	36.99
รวมทั้งสิ้น	1,403	100.00

จากตารางที่ 4.14 พบว่า โดยภาพรวมการเปิดรับสื่อ สิ่งจูงใจในสื่อ สิ่งจูงใจนอกสื่อ และการอบรมเลี้ยงดู มีผลต่อการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษา (ร้อยละ 63.01) มากกว่าไม่มีผล (ร้อยละ 36.99)

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า การเปิดรับสื่อ สิ่งจูงใจในสื่อและสิ่งจูงใจนอกสื่อมีผลต่อการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษา

สำหรับการอบรมเลี้ยงดู พบว่า ไม่มีผลต่อการแสดงออกพฤติกรรมทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษา (ร้อยละ 79.94) มากกว่ามีผล (ร้อยละ 20.06) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเด็นที่เกี่ยวกับมีผล พบว่า สิ่งจูงใจนอกสื่อมีมากที่สุด (300) รองลงมาคือ การเปิดรับสื่อในชีวิตประจำวัน (274) สิ่งจูงใจในสื่อ (244) และการอบรมเลี้ยงดูสมาชิกในครอบครัว (66)

สิ่งจูงใจนอกสื่อในชีวิตประจำวัน คือ บรรยายกาศพาไป (160) วิทยุผ่านวิทยุเทศกาลในการแสดงออก (94) และเยาวชนหลงไปกับสิ่งล่อตาล่อใจ (46)

การเปิดรับสื่อในชีวิตประจำวัน คือ สื่อเป็นต้นแบบทำให้คนอื่นเลียนแบบ (159) สื่อสมัยนี้มีภาพและการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม (115)

ประเด็นเกี่ยวกับการอบรมเลี้ยงดูคือ ถ้าอยู่ในสิ่งแวดล้อมไม่ดีย่อมมีผลต่อการแสดงออกของพฤติกรรมต่างๆ ที่ไม่ดี (40) และพ่อแม่ไม่เอาใจใส่ ลูกอาจเดินทางผิดได้ (26)

ประเด็นที่เกี่ยวกับไม่มีผล พบว่า การอบรมเลี้ยงดู มีมากที่สุด (253) รองลงมาคือ สื่อในชีวิตประจำวัน (93) สิ่งจูงใจในสื่อ (92) และสิ่งจูงใจนอกสื่อ (75)

ประเด็นเกี่ยวกับการอบรมเลี้ยงดู คือ ไม่เกี่ยวกับการเลี้ยงดู เกี่ยวกับตัวเรามากกว่าขึ้นอยู่กับจิตสำนึกของแต่ละคน (138) พ่อแม่เลี้ยงดูเอาใจใส่ดี (77) ไม่ได้คิดมากและไม่สนใจในเรื่องเพศ (38)

ประเด็นเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อในชีวิตประจำวันคือ ไม่คิดจะทำตาม (44) โตแล้วสามารถรู้ว่าจะไรผิดอะไรถูก (32) ไม่ได้สนใจเรื่องนี้ (17) ประเด็นเกี่ยวกับสิ่งจูงใจในสื่อ คือ ไม่ได้สนใจกับเรื่องนี้ (47) โตแล้วสามารถรู้ว่าจะไรผิดอะไรถูก (27) สามารถควบคุมตัวเองได้ (18)

ประเด็นเกี่ยวกับสิ่งจูงใจนอกสื่อ คือ ไม่ได้สนใจกับเรื่องนี้ (32) โตแล้วสามารถรู้ว่าจะไรผิดอะไรถูก (23) ไม่ค่อยได้ออกไปร่วมกิจกรรมในช่วงเทศกาลมากนัก ส่วนใหญ่อยู่กับครอบครัว (10)