

บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศของนักเรียนนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์” ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรประมาณการขนาดตัวอย่างของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างขนาด 380 ตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบจัดลำดับชั้นภูมิและทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม – เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2561 โดยผลการวิจัยได้นำเสนอตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสังคม

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเรื่องเพศจากสื่อสังคม

ตอนที่ 4 ระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศ

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นเรียน ผลการเรียน รายได้ ลักษณะการพักอาศัย และสถานภาพของครอบครัว โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามตารางที่ 4.1 มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อที่	ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (n = 380)	ร้อยละ
1	เพศ		
	ชาย	135	35.5
	หญิง	245	64.5
รวม		380	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อที่	ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (n = 380)	ร้อยละ
2	อายุ		
	ต่ำกว่า 13 ปี	3	0.8
	13-15 ปี	190	50.0
	16-18 ปี	180	47.4
	มากกว่า 18 ปี	7	1.8
	รวม	380	100.0
3	ระดับชั้นเรียน		
	มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1-ม.3)	167	43.9
	ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-ม.6)	167	43.9
	ระดับอาชีวศึกษา (ปวช,ปวส.)	46	12.2
	รวม	380	100.0
4	รายได้ต่อเดือน		
	น้อยกว่า 1,000 บาท	49	12.9
	1,000-2,000 บาท	64	16.8
	2,001-3,000 บาท	149	39.2
	มากกว่า 3,000 บาท	118	31.1
	รวม	380	100
5	ผลการเรียน (GPA.)		
	น้อยกว่า 2.50	17	4.5
	2.50-3.00	106	27.9
	3.01-3.50	167	43.9
	ตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป	90	23.7
	รวม	380	100
6	ลักษณะการพักอาศัย		
	อยู่บ้านกับพ่อแม่	201	52.9
	อาศัยอยู่กับญาติ	56	14.7
	อยู่หอพักตามลำพัง/คนเดียว	62	16.3
	อยู่หอพักกับเพื่อน	30	7.9
	อยู่หอพักในวิทยาลัยฯ	31	8.2
	รวม	380	100

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อที่	ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (n = 380)	ร้อยละ
7	สถานภาพของครอบครัว		
	บิดามารดาอยู่ด้วยกัน	252	66.3
	บิดามารดาหย่าร้าง/แยกกันอยู่	106	27.9
	บิดาหรือมารดาเสียชีวิต	19	5.0
	อื่น ๆ	3	0.8
	รวม	380	100

จากตารางที่ 4.1 การวิเคราะห์จำนวนและร้อยละของลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง สามารถแสดงผลได้ ดังนี้

1. เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.5 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 35.5
2. อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุระหว่าง 13-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 16-18 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.4
3. ระดับชั้นเรียน พบว่า กลุ่มตัวอย่างศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (สายสามัญ ม.1-ม.3) และมัธยมศึกษาตอนปลาย (สายสามัญ ม.4-ม.6) มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 43.9 และศึกษาในระดับอาชีวศึกษา (สายอาชีพ ปวช.,ปวส.) คิดเป็นร้อยละ 12.1
4. รายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้หรือค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครอง ต่อเดือน อยู่ในช่วง 2,001 – 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.9 รองลงมาคือ มากกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.1 และ 1,000 – 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.8
5. ผลการเรียน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลการเรียนหรือเกรดเฉลี่ยสะสม 3.01-3.50 คิดเป็นร้อยละ 43.9 รองลงมามีคือ 2.50-3.00 คิดเป็นร้อยละ 27.9 และ ตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 23.7
6. ลักษณะการพักอาศัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งพักอาศัยอยู่บ้านกับพ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมาคือ อยู่หอพักตามลำพังหรืออยู่หอพักคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 16.3 และ พักอาศัยอยู่กับญาติ คิดเป็นร้อยละ 14.7
7. สถานภาพของครอบครัว พบว่า ส่วนใหญ่บิดามารดาอยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 66.3 รองลงมาคือ บิดามารดาหย่าร้าง/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 27.9 และบิดาหรือมารดาเสียชีวิต คิดเป็นร้อยละ 5.0

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสังคม

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสังคม

ข้อที่	พฤติกรรมการสื่อสารทั่วไป	จำนวน (n=380)	ร้อยละ
1	การเปิดรับข่าวสารต่อสัปดาห์		
	น้อยกว่า 1 วัน	14	3.68
	1-2 วัน	38	10.00
	3-4 วัน	29	7.63
	5-6 วัน	47	12.37
	ทุกวัน	252	66.32
	รวม	380	100.00
2	ประเภทของสื่อสังคม		
	เฟซบุ๊ก (Facebook)	350	29.74
	ทวิตเตอร์ (Twitter)	111	9.43
	ยูทูบ (YouTube)	232	19.71
	อินสตาแกรม (Instagram)	236	20.05
	ไลน์ (Line)	248	21.07
	*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ		
3	ระยะเวลาการเข้าถึงสื่อสังคมต่อวัน		
	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	28	7.37
	1-2 ชั่วโมง	71	18.68
	3-4 ชั่วโมง	82	21.58
	5-6 ชั่วโมง	119	31.32
	7 ชั่วโมงขึ้นไป	79	20.79
	รวม	380	100
4	ประเภทของเนื้อหาในสื่อสังคม*		
	ข่าวหรือเหตุการณ์ประจำวัน	365	20.40
	สาระความรู้	358	20.01
	ข้อมูลสินค้า-บริการ	350	19.56
	เกม	353	19.73
	ภาพยนตร์/เพลง	355	19.83
	*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ		

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อที่	พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมทั่วไป	จำนวน (n=380)	ร้อยละ
5	รูปแบบของการใช้งานในสื่อสังคม *		
	สนทนากับเพื่อน (chat)	350	10.42
	ดูหนัง	361	10.74
	ฟังเพลง	353	10.51
	การโพสต์ (update status)	329	9.79
	การส่งต่อข้อมูลข่าวสาร (share)	325	9.67
	เล่นเกม	275	8.18
	การแสดงความคิดเห็น (comment)	348	10.36
	ดาวน์โหลด-อัปโหลดรูปภาพ/คลิปวิดีโอ	338	10.06
	แสดงความนิยม-ชื่นชอบ (click like, retweet)	331	9.85
	ติดตามข้อมูลข่าวสารของเพื่อนหรือบุคคลที่สนใจ	337	10.03
	*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ		
6	เหตุผลในการใช้สื่อสังคม*		
	ใช้ยามว่าง	370	22.81
	ใช้เพื่อความบันเทิง	329	20.28
	ใช้เพื่อสร้างสังคม หาเพื่อนใหม่	306	18.87
	ใช้เพื่อนำเสนอตัวตน (ภาพ ข้อมูล ผลงานส่วนตัว)	300	18.50
	ติดตามข้อมูลข่าวสาร	302	18.62
	*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ		

จากตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์จำนวนและร้อยละการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมต่อสัปดาห์

1. การเปิดรับข่าวสาร ต่อสัปดาห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 66.32 รองลงมา คือ เปิดรับ 5-6 วัน ต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 12.37 และเปิดรับ 1-2 วัน ต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 10.00

2. ประเภทของสื่อสังคมที่ใช้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.74 รองลงมา คือ ไลน์ คิดเป็นร้อยละ 21.07 และอินสตาแกรม คิดเป็นร้อยละ 20.05 ส่วน ทวิตเตอร์ มีผู้น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.43

3. ระยะเวลาการเข้าถึงสื่อสังคมต่อวัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาเข้าถึงสื่อสังคม 5-6 ชั่วโมง ต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 31.32 รองลงมา คือ 3-4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 21.58 และ 7 ชั่วโมงขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.8

4. การเปิดรับเนื้อหาบนสื่อสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับเนื้อหาประเภทข่าวหรือเหตุการณ์ประจำวัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.40 รองลงมา คือ สารความรู้ คิดเป็นร้อยละ 20.01 ส่วนภาพยนตร์/เพลง และเกม มีการเปิดรับใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 19.84 และร้อยละ 19.73 ตามลำดับ

5. รูปแบบการใช้งาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้งานสื่อสังคมเพื่อดูหนัง ฟังเพลง คิดเป็นร้อยละ 10.74 และ ร้อยละ 10.51 รองลงมา คือ สนทนากับเพื่อน (chat) แสดงความคิดเห็น (comment) คาว์ตูน-อ์พ-โหดรูปภาพ/คลิปวิดีโอ คิดเป็นร้อยละ 10.42 ร้อยละ 10.36 และติดตามข้อมูลข่าวสารของเพื่อนหรือบุคคลที่สนใจ คิดเป็นร้อยละ 10.06

6. เหตุผลในการใช้สื่อสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมในยามว่าง คิดเป็นร้อยละ 22.81 รองลงมา คือ ใช้เพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 20.28 และใช้เพื่อสร้างสังคมหาเพื่อนใหม่ คิดเป็นร้อยละ 18.87

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเรื่องเพศจากสื่อสังคม

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาทางเพศจากสื่อสังคม

ข้อที่	พฤติกรรมเปิดรับเนื้อหาเรื่องเพศ	จำนวน	ร้อยละ
1	จำนวนครั้งของการเปิดรับเนื้อหาทางเพศต่อสัปดาห์		
	1 ครั้ง	159	41.84
	2 ครั้ง	109	28.68
	3 ครั้ง	69	18.16
	4 ครั้ง	22	5.79
	5 ครั้ง ขึ้นไป	21	5.53
	รวม	380	100

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ข้อที่	พฤติกรรมเปิดรับเนื้อหาเรื่องเพศ	จำนวน	ร้อยละ
2	ระยะเวลาการเปิดรับเนื้อหาเรื่องเพศต่อครั้ง		
	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	210	55.26
	1-2 ชั่วโมง	106	27.89
	3-4 ชั่วโมง	56	14.74
	5-6 ชั่วโมง	17	4.47
	7 ชั่วโมง ขึ้นไป	7	1.84
	รวม	380	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับเนื้อหาทางเพศ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 41.84 รองลงมา คือ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.68 และเปิดรับ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.16

การเปิดรับเนื้อหาทางเพศจากสื่อสังคมต่อครั้ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลา น้อยกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 55.26 รองลงมาคือ ใช้เวลาครั้งละ 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 27.89 และ ใช้เวลา 3-4 ชั่วโมงต่อ คิดเป็นร้อยละ 14.74

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรม การเปิดรับเนื้อหาเรื่องเพศจากสื่อสังคม

ข้อที่	พฤติกรรมการเปิดรับ	$\bar{X}$	(S.D.)	การแปลผล
1	รูปภาพโป๊เปลือยหรือภาพลามกอนาจาร	2.65	1.32	ปานกลาง
2	คลิปโป๊หรือหนังโป๊	2.56	1.28	น้อย
3	ดาวน์โหลดรูปภาพโป๊เปลือยหรือภาพลามกอนาจาร	2.19	1.3	น้อย
4	ดาวน์โหลดคลิปโป๊หรือหนังโป๊	2.11	1.24	น้อย
5	ส่งต่อรูปภาพหรือคลิปวิดีโอลามกอนาจาร	2.14	1.26	น้อย
6	สนทนาออนไลน์ โดยใช้โปรแกรมสนทนา เช่น ไลน์ ในการพูดคุยเรื่องเพศ กับเพื่อน/ผู้รักหรือแฟน	2.59	1.53	น้อย
7	อ่านการ์ตูนลามก, เรื่องเล่าทางเพศ หรือเรื่องราวประสบการณ์ทางเพศบนสื่อสังคม	2.29	1.43	น้อย

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ข้อที่	พฤติกรรมการเปิดรับ	$\bar{X}$	(S.D.)	การแปลผล
8	ใช้เฟซบุ๊ก, ไลน์ เพื่อหาเพื่อนหรือหาคู่(แฟน)	2.48	1.51	น้อย
9	การถ่ายทอดสดในลักษณะที่มีพฤติกรรมแสดงออกไปในทางลามกอนาจารผ่านสื่อสังคม	1.87	1.29	น้อย
10	เล่นเกมลามกออนไลน์บนสื่อสังคม	2.03	1.42	น้อย
ภาพรวม		2.026	1.358	น้อย

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาทางเพศจากสื่อสังคม ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด คือ รูปภาพโป๊หรือภาพลามกอนาจารมีค่าเฉลี่ย 2.65 รองลงมา คือ สนทนาออนไลน์ โดยใช้โปรแกรมสนทนา เช่น ไลน์ ในการพูดคุย เรื่องเพศกับเพื่อน/คู่รักหรือแฟน มีค่าเฉลี่ย 2.59 และเปิดรับคลิปโป๊หรือหนังโป๊ มีค่าเฉลี่ย 2.48 การเปิดรับน้อยที่สุด คือ การถ่ายทอดสดในลักษณะที่มีพฤติกรรมแสดงออกไปในทางลามกอนาจารผ่านสื่อสังคม มีค่าเฉลี่ย 1.87

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของการเปิดรับเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคม

การเปิดรับเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคม	มากกว่า 8 ครั้ง/สัปดาห์	7-8 ครั้ง/สัปดาห์	5-6 ครั้ง/สัปดาห์	3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1-2 ครั้ง/สัปดาห์	รวม เปิดรับ	ไม่เคย เปิดรับ	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1. รูปภาพโป๊เปลือยหรือภาพลามกอนาจาร	9 (2.4)	16 (4.2)	89 (23.4)	82 (21.6)	86 (22.6)	282 (74.2)	98 (25.8)	380 (100)
2. คลิปโป๊หรือหนังโป๊	9 (2.4)	9 (2.4)	84 (22.1)	82 (21.6)	96 (25.3)	280 (73.7)	100 (26.3)	380 (100)
3. คาวน้ำไหลครูปภาพโป๊เปลือยหรือภาพลามกอนาจาร	8 (2.1)	1 (0.3)	70 (18.4)	70 (18.4)	60 (15.8)	209 (55.0)	171 (45.0)	380 (100)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

การเปิดรับเนื้อหาทางเพศ บนสื่อสังคม	มากกว่า 8 ครั้ง/ สัปดาห์	7-8 ครั้ง/ สัปดาห์	5-6 ครั้ง/ สัปดาห์	3-4 ครั้ง/ สัปดาห์	1-2 ครั้ง/ สัปดาห์	รวม เปิดรับ	ไม่เคย เปิดรับ	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
4. ดาวน์โหลดคลิปโป๊หรือ หนังโป๊	4 (1.1)	8 (2.1)	62 (16.3)	58 (15.3)	78 (20.5)	210 (55.3)	170 (44.7)	380 (100)
5. ส่งต่อรูปภาพหรือคลิป วิดีโอลามกอนาจาร	26 (6.8)	21 (5.5)	61 (16.1)	54 (14.2)	101 (26.6)	210 (55.3)	117 (30.8)	380 (100)
6. สนทนาออนไลน์ โดยใช้ ไลน์ ในการพูดคุยเรื่อง เพศกับเพื่อน/คู่รักหรือ แฟน	18 (4.74)	12 (3.2)	55 (14.5)	43 (11.3)	103 (27.1)	263 (69.2)	149 (39.2)	380 (100)
7. อ่านการ์ตูนลามก,เรื่องเล่า ทางเพศ หรือเรื่องราว ประสบการณ์ทางเพศ	24 (6.3)	18 (4.7)	60 (15.8)	41 (10.8)	110 (28.9)	231 (60.8)	127 (33.4)	380 (100)
8. ใช้สื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊ก, ไลน์ เพื่อหาเพื่อน หรือหา คู่(แฟน)	9 (2.4)	4 (1.1)	51 (13.4)	27 (7.1)	63 (16.6)	253 (66.6)	226 (59.5)	380 (100)
9. รับชมการถ่ายทอดสด ในลักษณะที่มีพฤติกรรม แสดงออกไปในทางลามก อนาจาร	9 (2.4)	4 (1.1)	51 (13.4)	27 (7.1)	63 (16.6)	154 (40.5)	226 (59.5)	380 (100)
10. เล่นเกมลามกออนไลน์	17 (4.5)	8 (2.1)	46 (12.1)	31 (8.2)	76 (20.0)	178 (46.8)	202 (53.2)	380 (100)

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับรูปภาพโป๊เปลือยหรือภาพลามกอนาจาร มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.2 รองลงมา คือ คลิปโป๊หรือหนังโป๊ คิดเป็นร้อยละ 73.7 และสนทนาออนไลน์ โดยใช้โปรแกรมสนทนา เช่น ไลน์ ในการพูดคุยเรื่องเพศกับเพื่อน/คู่รัก

หรือแฟน คิดเป็นร้อยละ 69.2 โดยการเปิดรับเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 10 รูปแบบ สามารถแสดงผลได้ดังต่อไปนี้

1. รูปภาพโป๊เปลือยหรือภาพลามกอนาจาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับ “5-6 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 23.4 รองลงมา คือ “1-2 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 22.6 และ “3-4 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 21.6

2. คลิปโป๊หรือหนังโป๊ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับ “1-2 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมา คือ “5-6 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 22.1 และ “3-4 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 21.6

3. คาวนั้โหลดรูปภาพโป๊เปลือยหรือภาพลามกอนาจาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับ “3-4 ครั้งต่อสัปดาห์” และ “5-6 ครั้งต่อสัปดาห์” เป็นจำนวนเท่ากัน คือ คิดเป็นร้อยละ 18.4 รองลงมาคือ เปิดรับ “1-2 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 15.8

4. คาวนั้โหลดคลิปโป๊หรือหนังโป๊ พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับ “1-2 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็น ร้อยละ 20.5 รองลงมา คือ “5-6 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 16.3 และ “3-4 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 15.3

5. ส่งต่อรูปภาพหรือคลิปวิดีโอลามกอนาจาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เปิดรับ “1-2 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 26.6 รองลงมา คือ “5-6 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 16.1 และ “3-4 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 14.2

6. สนทนาออนไลน์ โดยใช้โปรแกรมสนทนา เช่น ไลน์ ในการพูดคุยเรื่องเพศกับเพื่อน/คู่รักหรือแฟน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เปิดรับ “1-2 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 27.1 รองลงมา คือ “5-6 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 14.5 และ “3-4 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 11.3

7. การ์ตูนลามก,เรื่องเล่าทางเพศหรือเรื่องราวประสบการณ์ทางเพศบนสื่อสังคม พบว่า ส่วนใหญ่ เปิดรับ “1-2 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 28.9 รองลงมา คือ “5-6 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 15.8 และ “3-4 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 10.8

8. ใช้สื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊ก, ไลน์ เพื่อหาเพื่อนหรือหาคู่รัก(แฟน) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับ “1-2 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 16.6 รองลงมาคือ “5-6 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 13.4 และ “3-4 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 7.1

9. รับชมการถ่ายทอดสดในลักษณะที่มีพฤติกรรมแสดงออกไปในทางลามกอนาจารผ่านสื่อสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับ “1-2 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 16.6 รองลงมา คือ “5-6 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 13.4 และ “3-4 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 7.1

10. เกมลามกออนไลน์บนสื่อสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับ “1-2 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 20 รองลงมา คือ “5-6 ครั้งต่อสัปดาห์” คิดเป็นร้อยละ 12.1 และ “3-4 ครั้งต่อสัปดาห์”คิดเป็นร้อยละ 8.2

สรุปภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับเนื้อหาเรื่องเพศใน 2 ระดับ คือ เปิดรับเฉลี่ย 3 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์ และ เปิดรับเฉลี่ย 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ ดังนี้

1. เปิดรับเฉลี่ย 3 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้สื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊ก, ไลน์ เพื่อหาเพื่อนหรือหาคู่(แฟน) มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.48 รองลงมา คือ อ่านการ์ตูนลามก, เรื่องเล่าทางเพศ หรือเรื่องราวประสบการณ์ทางเพศบนสื่อสังคม มีค่าเฉลี่ย 2.29 เล่นเกมลามกออนไลน์บนสื่อสังคม มีค่าเฉลี่ย 2.03 ดาวน์โหลดรูปภาพโป๊เปลือยหรือภาพลามกอนาจาร มีค่าเฉลี่ย 2.11 การดาวน์โหลดคลิปโป๊หรือหนังโป๊ มีค่าเฉลี่ย 2.19 ส่งต่อรูปภาพหรือคลิปวิดีโอลามกอนาจาร มีค่าเฉลี่ย 2.14 ส่วนการดาวน์โหลดคลิปโป๊หรือหนังโป๊ มีค่าเฉลี่ย 2.11 และรับชมการถ่ายทอดสดในลักษณะที่มีพฤติกรรมแสดงออกไปในทางลามกอนาจารผ่านสื่อสังคม มีค่าเฉลี่ย 1.87

2. เปิดรับเฉลี่ย 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เปิดรับรูปภาพโป๊เปลือย หรือภาพลามกอนาจาร มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.65 สนทนาออนไลน์ โดยใช้โปรแกรมสนทนา เช่น ไลน์ ในการพูดคุยเรื่องเพศ กับเพื่อน/คู่รักหรือแฟน มีค่าเฉลี่ย 2.59 และ ดูคลิปโป๊หรือหนังโป๊ มีค่าเฉลี่ย 2.56 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อการรู้ทันสื่อสังคมเรื่องเพศ

การรู้เท่าทันสื่อสังคม	$\bar{X}$	(S.D.)	การแปลผล
1. การเข้าถึงสื่อสังคมเรื่องเพศ	3.06	0.94	ปานกลาง
2. การวิเคราะห์สื่อสังคมเรื่องเพศ	3.41	0.92	มาก
3. การประเมินสื่อสังคมเรื่องเพศ	3.57	0.95	มาก
4. การสร้างสรรค์สื่อสังคมเรื่องเพศ	3.59	0.94	มาก
ภาพรวม	3.41	0.94	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 ระดับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อ การรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศ พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.41 เมื่อแยกรายด้าน กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศ ดังนี้

- 1) มากที่สุด คือ การสร้างสรรค์สื่อสังคมเรื่องเพศ มีค่าเฉลี่ย 3.59 อยู่ในระดับมาก
- 2) รองลงมาคือ การวิเคราะห์สื่อสังคมเรื่องเพศ มีค่าเฉลี่ย 3.57 อยู่ในระดับมาก
- 3) ด้านการประเมินสื่อสังคมเรื่องเพศ มีค่าเฉลี่ย 3.41 อยู่ในระดับมาก
- 4) ด้านการเข้าถึงสื่อสังคมเรื่องเพศ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ 3.06 อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อการรู้ทันสื่อสังคมเรื่องเพศ

การรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศ		$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ด้านการเข้าถึงสื่อสังคมเรื่องเพศ		3.06	0.94	ปานกลาง
1	สามารถเลือกใช้สื่อสังคมประเภท เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูบ อินสตาแกรม และไลน์ เพื่อเข้าถึงเนื้อหาทางเพศได้	3.02	1.08	ปานกลาง
2	สามารถรับรู้และทำความเข้าใจเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมได้	3.03	1.09	ปานกลาง
3	สามารถแสวงหาเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมได้	3.20	1.03	ปานกลาง
4	สามารถเก็บรวบรวมเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมที่เป็นประโยชน์ได้	3.03	1.08	ปานกลาง
5	สามารถสังเกต จดจำ เข้าใจและสามารถบอกหรืออธิบายความหมายของคำศัพท์สัญลักษณ์เกี่ยวกับเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.00	1.08	ปานกลาง
ด้านการวิเคราะห์สื่อสังคมเรื่องเพศ		3.41	0.92	มาก
6	สามารถแยกแยะข้อเท็จจริงและความคิดเห็นออกจากเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมได้	3.14	1.10	ปานกลาง
7	สามารถทบทวนถึงผลกระทบในด้านดีและด้านเสียจากเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมได้อย่างเหมาะสม	3.58	1.02	มาก
8	สามารถบอกหรืออธิบายเกี่ยวกับวัตถุประสงค์หลักและวัตถุประสงค์ที่แอบแฝงมากับเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมได้อย่างถูกต้องครอบคลุมและครบถ้วน	3.68	1.06	มาก
9	สามารถให้เหตุผลเพื่อสนับสนุนผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมได้อย่างสมเหตุสมผล	3.34	1.11	ปานกลาง

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

	การรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
10	สามารถคิดวิเคราะห์และไตร่ตรองอย่างรอบด้านก่อนที่จะโพสต์ แสดงความคิดเห็นให้ข้อเสนอแนะหรือวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับ เนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคม	3.33	1.10	ปานกลาง
ด้านการประเมินสื่อสังคมเรื่องเพศ		3.57	0.94	มาก
11	สามารถตัดสินใจเชื่อหรือไม่เชื่อในเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมได้ อย่างมีวิจารณญาณหรือมีเหตุผล	3.59	1.04	มาก
12	เลือกรับเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมที่มีประโยชน์ต่อตนเองและ ผู้อื่นและสามารถปฏิเสธหรือปิดกั้นเนื้อหาทางเพศที่ไร้ประโยชน์ หรือไม่สร้างสรรค์ได้	3.58	1.07	มาก
13	รับรู้และเข้าใจเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมที่แอบแฝงมาใน ลักษณะต่าง ๆ ได้	3.55	1.08	มาก
14	สามารถตัดสินใจถูกต้อง ความเหมาะสมและคุณภาพของ เนื้อหาทางเพศได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.55	1.06	มาก
15	สามารถตัดสินใจคุณค่าของเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมได้	3.59	1.05	มาก
16	สามารถใช้ประสบการณ์ในการตัดสินใจถูกต้องเหมาะสมของ เนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมได้	3.52	1.04	มาก
ด้านการสร้างสรรค์สื่อสังคมเรื่องเพศ		3.59	0.94	มาก
17	สามารถเรียนรู้เนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมและนำมาใช้ประโยชน์ กับตนเองได้	3.46	1.08	มาก
18	สามารถใช้สื่อสังคมให้คำแนะนำเพื่อนเกี่ยวกับเรื่องเพศได้อย่าง เหมาะสม เช่น การสร้างความตระหนักในเรื่องพฤติกรรมเสี่ยง ทางเพศ และการป้องกันตนเองจากการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอัน ควร เป็นต้น	3.53	1.05	มาก
19	สามารถนำเสนอเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคม บนพื้นฐานของ ความรับผิดชอบและจริยธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.76	1.06	มาก
20	สามารถใช้สื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ ผลิตเนื้อหาทางเพศ บนสื่อสังคมตามรูปแบบหรือเทคโนโลยีของสื่อได้อย่างเหมาะสม	3.61	1.04	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อความรู้ทันสื่อสังคมเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่าง มีรายละเอียด ดังนี้

ด้านการเข้าถึงสื่อสังคมเรื่องเพศ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.06 เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถแสวงหาเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมได้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.20 รองลงมาคือ สามารถรับรู้และทำความเข้าใจเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมได้และสามารถเก็บรวบรวมเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมที่เป็นประโยชน์ได้ มีค่าเท่ากัน คือ 3.03 และสามารถเลือกใช้สื่อสังคมประเภท เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูบ อินสตาแกรม และไลน์ เพื่อเข้าถึงเนื้อหาทางเพศได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02

ด้านการวิเคราะห์สื่อสังคมเรื่องเพศ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.41 เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถบอกหรืออธิบายเกี่ยวกับวัตถุประสงค์หลักและวัตถุประสงค์ที่แอบแฝงมากับเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมได้อย่างถูกต้องครอบคลุมและครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.68 รองลงมา คือ สามารถทบทวนถึงผลกระทบในด้านดีและด้านเสียจากเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมได้อย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.58 และสามารถให้เหตุผลเพื่อสนับสนุนผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมได้อย่างสมเหตุสมผล มีค่าเฉลี่ย 3.34

ด้านการประเมินสื่อสังคมเรื่องเพศ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.57 เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่าง สามารถตัดสินใจเชื่อหรือไม่เชื่อในเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมได้อย่างมีวิจารณญาณหรือมีเหตุมีผลและสามารถตัดสินใจคุณค่าของเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมได้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.59 รองลงมาคือ เลือกรับเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมที่มีประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น และสามารถปฏิเสธหรือปิดกั้นเนื้อหาทางเพศที่ไร้ประโยชน์หรือไม่สร้างสรรค์ได้ มีค่าเฉลี่ย 3.58 และการรับรู้และเข้าใจเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมที่แอบแฝงมาในลักษณะต่าง ๆ ได้ และสามารถตัดสินใจความต้องการ ความเหมาะสม และคุณภาพของเนื้อหาทางเพศได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.55

ด้านการสร้างสรรค์สื่อสังคมเรื่องเพศ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.59 เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่าง สามารถนำเสนอเนื้อหาทางเพศบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและจริยธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.76 รองลงมาคือ และสามารถใช้สื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ ผลิตเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคมตามรูปแบบหรือเทคโนโลยีของสื่อได้อย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.61 และสามารถใช้สื่อสังคมให้คำแนะนำเพื่อนเกี่ยวกับเรื่องเพศได้อย่างเหมาะสม เช่น การสร้างความตระหนักในเรื่องพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศและการป้องกันตนเองจากการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 3.53

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรของนักเรียนนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ที่พักอาศัย และพื้นฐานครอบครัวที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศต่างกัน

ตารางที่ 4.8 ตารางเปรียบเทียบเพศกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศ

	เพศ	N	M	S.D	t	p
การรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศ	ชาย	135	3.4659	.67298	2.221*	.027
	หญิง	245	3.2878	.86873		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักเรียนนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ที่มีเพศต่างกัน จะมีการรู้เท่าทันสื่อที่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.9 ตารางเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศ

ลักษณะทางประชากร	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
อายุ	Between Groups	32.910	71	.464	1.739*	.001
	Within Groups	82.088	308	.267		
	Total	114.997	379			
ระดับชั้นเรียน	Between Groups	69.802	71	.983	1.717*	.001
	Within Groups	176.353	308	.573		
	Total	246.155	379			
ผลการเรียน	Between Groups	60.999	71	.859	1.347*	.046
	Within Groups	196.422	308	.638		
	Total	257.421	379			

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากร	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
รายได้	Between Groups	80.331	71	1.131	1.191	.160
	Within Groups	292.574	308	.950		
	Total	372.905	379			
ลักษณะการพักอาศัย	Between Groups	163.658	71	2.305	1.426*	.022
	Within Groups	497.826	308	1.616		
	Total	661.484	379			
สถานภาพของครอบครัว	Between Groups	32.333	71	.455	1.219	.131
	Within Groups	115.065	308	.374		
	Total	147.397	379			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.9 พบว่า นักเรียนนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ที่มีอายุ ระดับชั้นเรียน ผลการเรียนและลักษณะการพักอาศัยต่างกันจะมีการเท่ากันสื่อสังคมเรื่องเพศต่างกัน ส่วนนักเรียนนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ที่มีรายได้ และสถานภาพของครอบครัวที่แตกต่างกัน จะมีการรู้เท่าทันสื่อที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเรื่องเพศมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศของนักเรียนนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

ตารางที่ 4.10 ตารางทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเรื่องเพศกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศ

		การเปิดรับเนื้อหา เรื่องเพศ	การรู้เท่าทันสื่อสังคม เรื่องเพศ
การเปิดรับเนื้อหา เรื่องเพศ	Pearson Correlation	1	.357**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	380	380
การรู้เท่าทันสื่อสังคม เรื่องเพศ	Pearson Correlation	.357**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	380	380

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.10 การทดสอบสมมติฐานค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรม การเปิดรับเนื้อหาเรื่องเพศจากสื่อสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศ พบว่า ภาพรวมการเปิดรับ เนื้อหาเรื่องเพศจากสื่อสังคมมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.11 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเรื่องเพศกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศของนักเรียนนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

เนื้อหาเรื่องเพศ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
1. ดูรูปภาพโป๊เปลือยหรือภาพลามกอนาจาร	.368**
2. ดูคลิปโป๊หรือหนังโป๊	.356*
3. ดาวน์โหลดรูปภาพโป๊เปลือยหรือภาพลามกอนาจาร	.309**
4. ดาวน์โหลดคลิปโป๊หรือหนังโป๊	.295**
5. ส่งต่อรูปภาพหรือคลิปวิดีโอลามกอนาจาร	.249**
6. สนทนาออนไลน์ โดยใช้โปรแกรมสนทนา เช่น ไลน์ ในการพูดคุยเรื่อง เพศ กับเพื่อน/คู่รักหรือแฟน	.192**
7. อ่านการ์ตูนลามก, เรื่องเล่าทางเพศหรือเรื่องราวประสบการณ์ทางเพศบน สื่อสังคม	.244**

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

เนื้อหาเรื่องเพศ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
8. ใช้สื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊ก, ไลน์ เพื่อหาเพื่อนหรือหาคู่ (แฟน)	.100
9. รับชมการถ่ายทอดสดในลักษณะที่มีพฤติกรรมแสดงออกไปในทางลามกอนาจารผ่านสื่อสังคม	.179**
10. เล่นเกมลามกออนไลน์บนสื่อสังคม	.238**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.22 พบว่า เมื่อทดสอบสมมติฐานหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาทางเพศจากสื่อสังคมในแต่ละประเภทกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศ พบว่า

1) การใช้สื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊ก, ไลน์ เพื่อหาเพื่อนหรือหาคู่ (แฟน) มีค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จึงสรุปได้ว่า การเปิดรับเนื้อหาทางเพศจากสื่อสังคมในรูปแบบดังกล่าวนี้ไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศ

2) การดูรูปภาพโป๊เปลือยหรือภาพลามกอนาจาร ดูคลิปโป๊หรือหนังโป๊ ดาวน์โหลดรูปภาพโป๊เปลือยหรือภาพลามกอนาจาร ดาวน์โหลดคลิปโป๊หรือหนังโป๊ ส่งต่อรูปภาพหรือคลิปวิดีโอลามกอนาจาร สนทนาออนไลน์ โดยใช้โปรแกรมสนทนา เช่น ไลน์ ในการพูดคุยเรื่องเพศกับเพื่อน/คู่รักหรือแฟน อ่านการ์ตูนลามก, เรื่องเล่าทางเพศ หรือเรื่องราวประสบการณ์ทางเพศจากสื่อสังคม การรับชมการถ่ายทอดสดในลักษณะที่มีพฤติกรรมแสดงออกไปในทางลามกอนาจารผ่านสื่อสังคม เล่นเกมลามกออนไลน์จากสื่อสังคม มีค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จึงสรุปได้ว่าการเปิดรับเนื้อหาเรื่องเพศจากสื่อสังคมในรูปแบบดังกล่าวนี้มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศ

3) ค่าสหสัมพันธ์ที่ได้เป็นความสัมพันธ์เชิงลบ (negative Correlation) จึงเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามหรือแปรผกผัน