



ผลของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นไทย

ชัยนันท์ เหมือนเพชร^{1*}

¹ภาควิชาสุศึกษา คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี

*chaiyanan@go.buu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยพรรณนาแบบเชิงตัดขวาง (Cross-Sectional Descriptive Study) เพื่อศึกษาผลของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นไทย กลุ่มตัวอย่างคือวัยรุ่นในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 5 แห่ง จำนวน 1,321 คน สุ่มตัวอย่างแบบกลุ่มหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนาในรูปจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด ต่ำสุด วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 73.1 เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ ร้อยละ 99.5 และเข้าใช้สื่อเรื่องเพศ ร้อยละ 73.1 กลุ่มตัวอย่างมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศอยู่ระดับปานกลาง ร้อยละ 85.5 และมีพฤติกรรมทางเพศเหมาะสม ร้อยละ 69.4 เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น ได้แก่ เพศชาย ($r=-.133, p<.001$) อายุ ($r=.063, p=.023$) การเข้าใช้สื่อเรื่องเพศ ($r=-.074, p=.007$) การเข้าใช้สื่อต่อสัปดาห์ ($r=-.096, p=.004$) การวิเคราะห์สื่อ ($r=.122, p<.001$) การประเมินสื่อ ($r=.122, p<.001$) การแบ่งปันสื่อ ($r=.270, p<.001$) และการรู้เท่าทันสื่อโดยรวม ($r=.312, p<.001$) การศึกษาพบผลของสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อเรื่องเพศที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มทักษะของวัยรุ่นในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์

คำสำคัญ: รู้เท่าทันสื่อ พฤติกรรมทางเพศ สื่อทางเพศ วัยรุ่นไทย



Effects of Social Media on Sexual Behaviors Among Thai Adolescents

Chaiyanan Muanphetch^{1*}

¹Department of Health Education, Faculty of Public Health, Burapha University, Chon Buri

*chaiyanan@go.buu.ac.th

Abstract

The aim of this cross-sectional descriptive study. This study was to examine effects of social media on sexual behaviors among Thai adolescents. A multistage random sampling was used to recruit 1,321 adolescents from five universities throughout Thailand. Data was collected using online questionnaire. Descriptive statistics and Pearson's correlation coefficient at 95% were used to analyze the data.

The results revealed that 73.1 of university student are female, 99.5% had access to social media, 73.1% had access to sexual media, 85.5% had sexual media literacy were moderate level, and 69.4% had sexual behaviors were good level. The factors related to sexual behaviors were male ($r=-.133, p<.001$), age ($r=.063, p=.023$), the access to sexual media ($r=-.074, p=.007$), the access to social media per week ($r= -.096, p=.004$), media analyzed ($r=.122, p<.001$), media evaluated ($r=.122, p<.001$), media shared ($r=.270, p<.001$), and sexual media literacy ($r=.312, p<.001$). The results proved that effects of social media were significantly associated with sexual behaviors in adolescents. The findings suggested that stakeholders should promote learning, and appropriate sexual media literacy to enhance adolescents' skills in the access to social media.

Keywords: media literacy, sexual behaviors, sexual media, Thai adolescents



1. บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว โดยปัจจุบันเทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) มีความสำคัญและสามารถช่วยให้วัยรุ่นเข้าถึงข้อมูล แบ่งปันแลกเปลี่ยนข่าวสาร และมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ง่าย [1] ซึ่งทั่วโลกในปัจจุบันมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 4.8 พันล้านคน คิดเป็นเกือบร้อยละ 61.0 ของประชากรโลก และมีผู้ใช้โซเชียลมีเดีย 4.5 พันล้านคน ซึ่งเท่ากับเกือบร้อยละ 57.0 ของประชากรทั้งหมด [2] จากผลสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารปี 2561 ประชาชนมีแนวโน้มใช้อินเทอร์เน็ตสูงขึ้น โดยพบว่าประชาชนอายุ 15-24 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ร้อยละ 93.5 โดยวัยรุ่นกลุ่มอุดมศึกษาใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ร้อยละ 95.7 และใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ร้อยละ 95.1 [3] และเมื่อพิจารณาเนื้อหาที่มีอยู่ในสื่อออนไลน์พบว่ามีส่วนของเนื้อหาที่เป็นประโยชน์และที่ก่อให้เกิดโทษ โดยอินเทอร์เน็ตถือว่าเป็นสื่อที่ยากที่สุดในการควบคุมดูแลทั้งเนื้อหาสาระและผู้รับสาร ทำให้วัยรุ่นได้มีผลกระทบจากสื่อต่อการดำรงชีวิตทั้งในด้านสุขภาพกายและสุขภาพจิต [4]

จากผลการสำรวจสื่อสังคมออนไลน์กับอนาคตเด็กและเยาวชนไทยโดยนิด้าโพล ปี 2561 พบว่าสื่อออนไลน์ที่เยาวชนไทยนิยมใช้มากที่สุด ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ร้อยละ 38.3 รองลงมาคือยูทูบ (YouTube) ร้อยละ 19.7 โดยกลุ่มตัวอย่างเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่เหมาะสม ในเรื่องสื่อออนไลน์ที่มีความรุนแรง ร้อยละ 32.2 สื่อลามกเป็นรูปภาพ วิดีโอ ร้อยละ 18.9 ด้วยเหตุผลอยากรู้ อยากเห็น ร้อยละ 26.7 และเพื่อนชักชวน ร้อยละ 10.9 [5] ซึ่งสื่อส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมก้าวร้าว รวมถึงปัญหาพฤติกรรมทางเพศที่สื่อมีอิทธิพลอย่างมาก [6-7] เนื่องจากปัจจุบันนี้การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องที่ค่อนข้างง่าย วัยรุ่นจึงสามารถเข้าถึงเนื้อหาลามกอนาจารได้มากขึ้นซึ่งอาจกระตุ้นให้มีพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศ [8] แต่ถ้าวัยรุ่นรู้เท่าทันสื่อก็จะสามารถลดการถูกจูงใจจากเนื้อหาสื่อทางเพศ ดังผลการศึกษาที่พบว่าวัยรุ่นที่รู้เท่าทันสื่อทางเพศต่ำจะมีพฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสมมากกว่าวัยรุ่นที่รู้เท่าทันสื่อทางเพศสูง [9] หรือบุคคลที่รู้เท่าทันสื่อจะสามารถควบคุมผลกระทบจากสื่อได้ [10]

จะเห็นได้ว่า การรู้เท่าทันสื่อกับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กันอย่างมากในปัจจุบันและเป็นประเด็นที่น่าสนใจ ซึ่งมีการศึกษาที่ระบุว่าวัยรุ่นมักให้คุณค่ากับความนิยมทางเพศโดยการยอมรับและเปิดเผยตนเองมากขึ้น วัยรุ่นส่วนใหญ่แสวงหาเนื้อหาทางเพศจากสื่อสังคมออนไลน์ และพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ที่มีเนื้อหาเรื่องเพศของวัยรุ่นในมหาวิทยาลัยเพิ่มความเสี่ยงต่อการมีเพศสัมพันธ์ [11-13] ทั้งนี้เพราะวัยรุ่นในปัจจุบันมีความเกี่ยวข้องกับสื่อประเภทต่างๆ เป็นอย่างมาก จะเห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะเรื่องเพศมีความสำคัญมากในปัจจุบัน การวิจัยครั้งนี้จึงสนใจศึกษาเรื่องผลของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นไทย ซึ่งศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อ ประกอบด้วย การเข้าถึง การวิเคราะห์ การประเมินค่า และการแบ่งปันสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศ ตามแนวคิดรู้เท่าทันสื่อของยูเนสโกที่สรุปว่าการรู้เท่าทันสื่อจึงเปรียบเสมือนการมีทักษะที่จะรับสื่อ ความสามารถในการตีความ วิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาสาระของสื่อ และสามารถตอบโต้ได้อย่างมีสติและรู้ตัว [14] และศึกษาพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น รวมถึงหาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อสังคมออนไลน์กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นไทย ทั้งนี้สถาบันการศึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศ และใช้เป็นแนวทางป้องกันผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาการใช้สื่อและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ และพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นไทย
- 2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อสังคมออนไลน์กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นไทย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยพรรณนาภาคตัดขวางเพื่อศึกษาผลของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นไทย โดยประยุกต์แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อของยูเนสโก [15] ประกอบด้วย การเข้าถึง การวิเคราะห์ การประเมิน และการแบ่งปันสื่อ

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นวัยรุ่นชายและหญิงที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ซึ่งคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรของ W.G. Cochran [16] ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังแสดงตัวอย่างในสมการที่ (1)

$$\frac{p(1-p)Z^2}{d^2} \quad (1)$$

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{0.56(1-0.56)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

Z หมายถึง ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ($Z = 1.96$), p หมายถึง พฤติกรรมทางเพศที่เหมาะสม [16] ร้อยละ 56.00 ($p = 0.56$), q หมายถึง โอกาสที่จะไม่เกิดเท่ากับ $1-p$ ($q = 0.44$), d หมายถึง ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ($d = 0.05$)

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างคำนวณได้เท่ากับ 379 คน และป้องกันความไม่ครบถ้วนของข้อมูลจึงเพิ่มร้อยละ 10 เท่ากับ 38 คน รวม 417 คน เพื่อให้เป็นตัวแทนภูมิภาคและครอบคลุมกลุ่มวิชา จึงแบ่งกลุ่มสามกลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และวิทยาศาสตร์สุขภาพ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 417 คนสาม รวมทั้งสิ้น 1,251 คน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยสุ่มจากสถาบันอุดมศึกษา 5 ภูมิภาค ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 แบ่งกลุ่มภูมิภาคเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ ภาคเหนือ ตะวันออกเฉียงเหนือ กลาง ตะวันออก และใต้ และแบ่งกลุ่มวัยรุ่นตามภูมิภาคออกเป็นสามกลุ่มสาขาวิชา

ขั้นตอนที่ 2 สุ่มสถาบันอุดมศึกษาแต่ละภูมิภาค ๆ ละหนึ่งสถาบัน และสุ่มกลุ่มวัยรุ่นตามการแบ่งกลุ่มสามกลุ่มสาขาวิชา (สุ่มคณะเป็นตัวแทนกลุ่มสาขา) สุ่มกลุ่มสาขาละหนึ่งคณะ รวมทั้งสิ้นสามคณะต่อสถาบัน โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่ายวิธีจับฉลาก

ขั้นตอนที่ 3 สุ่มกลุ่มตัวอย่างจากสาขาวิชาในแต่ละคณะแบบยกห้องในแต่ละสถาบันที่เป็นตัวแทนของภูมิภาคโดยสุ่มแบบง่ายด้วยวิธีจับฉลากแบบไม่ใส่คืนตามสัดส่วนประชากร รวมสุ่มกลุ่มตัวอย่างได้ จำนวน 5 สถาบัน ๆ ละ 3 กลุ่มสาขาวิชา (คณะเป็นตัวแทนกลุ่มสาขาวิชา) คือ 5 สถาบัน คุณสามกลุ่มสาขาวิชา เท่ากับ 15 ห้อง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มได้ทั้งสิ้น 1,321 คน

3.2 เครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามออนไลน์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะประชากร จำนวน 8 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบสำรวจรายการและเติมคำตอบ ประกอบด้วย ข้อคำถามเรื่อง เพศ การแสดงออกทางเพศ อายุ กลุ่มสาขาวิชา เกรดเฉลี่ยสะสม สถานภาพสมรสบิดามารดา ลักษณะการพักอาศัย และบุคคลที่พักอาศัยด้วยขณะศึกษาในมหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศ จำนวน 20 ข้อ เป็นข้อคำถามปลายปิดเกี่ยวกับความรู้สึก การปฏิบัติในเรื่องการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และแบ่งปันสื่อ มีข้อคำถามทั้งเชิงบวกและเชิงลบ มาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ



ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง แผลผลโดยประยุกต์เกณฑ์ของ Bloom BS. [18] ซึ่งแบบสอบถามมีค่าความเที่ยง 0.810

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามพฤติกรรมทางเพศ จำนวน 15 ข้อ เป็นข้อคำถามปลายปิดเกี่ยวกับการปฏิบัติในเรื่องการมีเพศสัมพันธ์ การปฏิบัติที่เสี่ยงต่อการมีเพศสัมพันธ์ และการป้องกันพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศ มีข้อคำถามทั้งเชิงบวกและเชิงลบ มาตรการส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ ทุกครั้งหรือประจำ บ่อยครั้ง บางครั้ง นาน ๆ ครั้ง และไม่ปฏิบัติเลย แผลผลโดยประยุกต์เกณฑ์ของ Bloom BS. [18] และแบบสอบถามส่วนนี้มีค่าความเที่ยง 0.820

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา ตามเอกสารที่ 82/2562 รหัส Hu051/2562 และผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นอายุ 18 ปี ขึ้นไป เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีเข้าร่วมวิจัยในสถาบันอุดมศึกษาทุกภูมิภาค โดยดำเนินการประสานงานกับสถาบันอุดมศึกษาที่จะเก็บรวบรวมข้อมูล ประสานงานเตรียมความพร้อมสำหรับผู้ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูล นัดหมายผู้ประสานงานและกลุ่มตัวอย่าง และผู้วิจัยและผู้ประสานงานวิจัยในแต่ละสถาบันชี้แจงกลุ่มตัวอย่างทราบรายละเอียดการวิจัย ลงนามยินยอมในเอกสาร จากนั้นให้ทำแบบสอบถามออนไลน์ผ่านโทรศัพท์สมาร์ตโฟนของตนเอง และกดบันทึกส่งแบบสอบถามในระบบออนไลน์ ตรวจสอบข้อมูลที่ตอบผิดปกติ และไม่ครบถ้วนออกก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในรูปของความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด และค่าต่ำสุด วิเคราะห์หาปัจจัยด้านสื่อสังคมออนไลน์ที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Correlation Coefficient) ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ส่วนตัวแปรที่มีระดับการวัดนามมาตราใช้การแปลงข้อมูลเป็นตัวแปรหุ่นก่อนวิเคราะห์ และแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ใช้เกณฑ์ของ Hinkle D.E. [19]

4. สรุปผลการวิจัย

4.1 ลักษณะประชากร ระดับการรู้เท่าทันสื่อและพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 73.1 และชาย ร้อยละ 26.9 ส่วนใหญ่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ ร้อยละ 99.5 เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ ยูทูป ร้อยละ 95.3 รองลงมาคือไลน์ ร้อยละ 93.5 และเฟซบุ๊ก ร้อยละ 86.2 ตามลำดับ และส่วนใหญ่เข้าใช้สื่อเรื่องเพศ ร้อยละ 72.9 กลุ่มตัวอย่างมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศอยู่ระดับปานกลาง ร้อยละ 85.5 รองลงมาคือระดับต่ำ ร้อยละ 10.8 และจากการวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น โดยการรวมคะแนนและจัดกลุ่ม 3 ระดับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นส่วนใหญ่มีพฤติกรรมทางเพศอยู่ในระดับสูงหรือเหมาะสม ร้อยละ 69.4 รองลงมาคือระดับปานกลางหรือพอใช้ ร้อยละ 26.9 และระดับต่ำหรือไม่เหมาะสม ร้อยละ 3.7 ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะประชากร ระดับการรู้เท่าทันสื่อและพฤติกรรมทางเพศ (n=1,321)

ตัวแปร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	356	26.9
หญิง	965	73.1
อายุ		
18-19 ปี	371	28.1
20-21 ปี	896	67.9
22 ปี ขึ้นไป	54	4.0
$\bar{X} = 19.1, S.D. = 3.3, Min = 18, Max = 22$		
การเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศ		
ไม่เข้าใช้	358	27.1
เข้าใช้	963	72.9
การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศ		
ระดับต่ำหรือไม่เหมาะสม	143	10.8
ระดับปานกลางหรือพอใช้	1,129	85.5
ระดับสูงหรือเหมาะสม	49	3.7
$\bar{X} = 68.3, S.D. = 5.9, Min = 49, Max = 87$		
พฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น		
ระดับสูงหรือเหมาะสม	917	69.4
ระดับปานกลางหรือพอใช้	355	26.9
ระดับต่ำหรือไม่เหมาะสม	49	3.7
$\bar{X} = 24.8, S.D. = 3.5, Min = 10, Max = 30$		

4.2 ปัจจัยด้านสื่อสังคมออนไลน์ที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นไทย

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นไทยและมีผลทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ อายุ การวิเคราะห์สื่อ การประเมินสื่อ การแบ่งปันสื่อ และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศโดยรวม ซึ่งหมายความว่า เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีอายุ การวิเคราะห์สื่อ การประเมินสื่อ การแบ่งปันสื่อ และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศโดยรวมเพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมทางเพศดีหรือเหมาะสมมากขึ้น และปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นไทยและมีผลทางลบ ได้แก่ เพศชาย จำนวนวันการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อสัปดาห์ และการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศ ซึ่งหมายความว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายมีพฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสมมากกว่าเพศหญิง และเมื่อกลุ่มตัวอย่างเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์หลายวันต่อสัปดาห์และเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศจะทำให้พฤติกรรมทางเพศไม่เหมาะสมเพิ่มขึ้น ส่วนการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ และการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นไทย ดังตารางที่ 2



ตารางที่ 2 ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นไทย

ตัวแปร	<i>r</i>	ระดับความสัมพันธ์
เพศชาย	-.133**	ระดับต่ำมาก
อายุ (ปี)	.063*	ระดับต่ำมาก
การเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์	.024	ไม่มีความสัมพันธ์
การเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อสัปดาห์ (จำนวนวัน)	-.096**	ระดับต่ำมาก
การเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศ	-.074**	ระดับต่ำมาก
การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศโดยรวม	.312**	ระดับต่ำ
การเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศ	.038	ไม่มีความสัมพันธ์
การวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศ	.122**	ระดับต่ำมาก
การประเมินสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศ	.190**	ระดับต่ำมาก
การแบ่งปันสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศ	.270**	ระดับต่ำมาก

* $p < .05$, ** $p < .001$

5. อภิปรายผลการวิจัย

5.1 การเข้าใช้สื่อและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศของวัยรุ่นไทย

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเกือบทุกคนเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์มากถึงร้อยละ 99.5 โดยเข้าใช้สื่อยูทูป เฟซบุ๊ก และไลน์มากกว่าร้อยละ 85 และกลุ่มตัวอย่างส่วนมากเกือบ 3 ใน 4 เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์มีความสำคัญอย่างมากต่อวัยรุ่นในยุคปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจของ [2] และสอดคล้องกับผลสำรวจ [3] ที่พบว่าวัยรุ่นอายุ 15-24 ปี ในกลุ่มอุดมศึกษาใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ร้อยละ 95.7 และใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ร้อยละ 95.1 และผลสำรวจ [5] พบว่าสื่อออนไลน์ที่วัยรุ่นไทยนิยมใช้มากที่สุด คือ ยูทูป และเฟซบุ๊ก โดยกลุ่มตัวอย่างเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่เหมาะสม ในเรื่องสื่อลามกที่เป็นรูปภาพและวิดีโอ ร้อยละ 18.9 ด้วยเหตุผลอยากรู้ อยากเห็นและเพื่อนชักชวน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ [20] ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากสื่อสังคมทุกวัน โดยใช้เฟซบุ๊กมากที่สุดและใช้เวลาเปิดรับสื่อ 5-6 ชั่วโมงต่อวัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับเนื้อหาทางเพศจากสื่อสังคมโดยเปิดรับรูปภาพโป๊เปลือยหรือภาพลามกอนาจารมากที่สุด สอดคล้องกับการวิจัยของ [21] พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 34.1 มีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เนื้อหาเรื่องเพศในระดับไม่เหมาะสม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 85.5 รองลงมาคือระดับต่ำ ร้อยละ 10.8 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ [20] ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศทั้งสี่ด้านในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และการศึกษาของ [22] ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรู้ทันสื่ออยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าวัยรุ่นส่วนใหญ่มีการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศมากถึง 3 ใน 4 แต่ในทางกลับกันวัยรุ่นมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศในระดับปานกลาง ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสะท้อนว่าวัยรุ่นยังคงเข้าใช้สื่อได้อย่างเปิดกว้างและไม่จำกัด ดังนั้นหากวัยรุ่นรู้เท่าทันสื่อได้ในระดับที่มากขึ้นก็จะส่งผลดีต่อวัยรุ่นในทางที่เหมาะสม

5.2 ปัจจัยด้านสื่อสังคมออนไลน์ที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นไทย

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นไทยและมีผลทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ อายุ ($r=.063$, $p=.023$) การวิเคราะห์สื่อ ($r=.122$, $p<.001$) การประเมินสื่อ ($r=.190$, $p<.001$) การแบ่งปันสื่อ ($r=.270$, $p<.001$)

และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศโดยรวม ($r=.312, p<.001$) ซึ่งหมายความว่าเมื่อกลุ่มตัวอย่างมีอายุ การวิเคราะห์สื่อ การประเมินสื่อ การแบ่งปันสื่อ และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศโดยรวมเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมทางเพศดีหรือเหมาะสมมากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ [20] ที่พบว่าเพศ อายุของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศต่างกัน และการศึกษาพบว่าการศึกษาออนไลน์โดยรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น สอดคล้องกับการศึกษาของ [26] พบว่าวัยรุ่นกลุ่มที่รู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ดีมีสัดส่วนคะแนนพฤติกรรมทางเพศในระดับที่เหมาะสมมากถึงร้อยละ 92.6 เช่นเดียวกับการศึกษาของ [9] ที่พบว่าวัยรุ่นที่รู้เท่าทันสื่อทางเพศต่ำจะป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ที่ไม่เหมาะสมมากกว่าวัยรุ่นที่รู้เท่าทันสื่อทางเพศระดับสูง [27] ที่อธิบายว่าวัยรุ่นที่รู้เท่าทันสื่อทางเพศที่เหมาะสมจะมีผลต่อการป้องกันการถูกจู่ใจจากสื่อเรื่องเพศในสื่อสังคมออนไลน์ได้ นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าการแบ่งปันสื่อมีความสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมาคือการประเมินสื่อและการวิเคราะห์สื่อ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ [20] เรื่องการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศของนักศึกษาที่พบว่าในด้านที่มีค่าเฉลี่ยการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศมากที่สุดคือการสร้างสรรค์สื่อสังคมเรื่องเพศอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือการวิเคราะห์และการประเมินสื่อสังคมเรื่องเพศ ทั้งนี้ วัยรุ่นกลุ่มที่แบ่งปันหรือสร้างสรรค์ วิเคราะห์และประเมินสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศจะสามารถเข้าใจเนื้อหาและคาดการณ์ผลที่จะตามมาได้ สอดคล้องกับ [28] ที่อธิบายว่าเมื่อบุคคลวิเคราะห์และประเมินข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์ บุคคลจะเข้าใจที่มาของข้อมูลอย่างถูกต้องและรับรู้ผลกระทบที่อาจตามมาได้

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นไทยและมีผลทางลบ ได้แก่ เพศชาย ($r=-.133, p<.001$) จำนวนวันการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อสัปดาห์ ($r=-.096, p<.001$) และการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศ ($r=-.074, p<.001$) ซึ่งอธิบายได้ว่าเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเพศ โดยเพศชายมีพฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสมมากกว่าเพศหญิง สอดคล้องกับงานวิจัยของ [9] ที่พบว่าเพศชายมีแนวโน้มจะมีพฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสมมากกว่าเพศหญิง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากชายเป็นเพศที่แสดงออกทางเพศได้มากกว่าหญิงและถูกมองจากสังคมไทยว่าเสียหายน้อยกว่า ทั้งนี้ค่านิยมว่าชายเป็นใหญ่และมีอิสระทางเพศมากกว่าหญิงจะนำไปสู่พฤติกรรมเสี่ยงทางเพศได้ เนื่องจากการที่สังคมกำหนดค่านิยมและบรรทัดฐานที่ต่างกันระหว่างหญิงและชาย [23] นอกจากนี้การวิจัยของ [24] ยังพบว่านักศึกษาเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณและพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างตระหนักถึงผลกระทบต่อบุคคลและสังคมมากกว่านักศึกษาเพศชาย และจากการศึกษาพบว่าเมื่อกลุ่มตัวอย่างเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์หลายวันต่อสัปดาห์และเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศมากขึ้นจะทำให้พฤติกรรมทางเพศไม่เหมาะสมเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ [25] พบว่าความถี่และระยะเวลาใช้สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการเกิดพฤติกรรมเบี่ยงเบนและประเภทของสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร นอกจากนี้จากการศึกษาของ [19] ยังพบว่าพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศโดยมีความสัมพันธ์แบบผกผันหรือในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยนี้ที่พบว่าการเข้าใช้สื่อสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น

6. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่าการศึกษาการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นไทย ดังนั้น ควรส่งเสริมให้มีนโยบายการจัดการเรียนรู้และพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อเรื่องเพศที่ถูกต้องเพื่อส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมทางเพศที่เหมาะสมของวัยรุ่นไทยในสถาบันการศึกษาทุกระดับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของควรจัดกิจกรรมยกระดับการรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่น เช่น โรงเรียน สถาบันอุดมศึกษา โดยเมื่อวัยรุ่นมีการเปิดรับสื่อซึ่งไม่สามารถควบคุมได้มากในปัจจุบัน จึงควรส่งเสริมให้วัยรุ่นเลือกรับรู้สื่ออย่างมีวิจารณญาณ วิเคราะห์และประเมินสื่อ รวมถึงการแบ่งปันหรือสร้างสรรค์สื่อที่เหมาะสม โดยเฉพาะในวัยรุ่นเพศชายและกลุ่มที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศ



7. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณผู้ประสานงานวิจัยในมหาวิทยาลัยแต่ละภูมิภาค ขอขอบคุณวิทยากรกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความร่วมมืออย่างดี และขอขอบคุณคณะกรรมการสุขาสาตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยในครั้งนี้

8. เอกสารอ้างอิง

- [1] พิเชิต วิจิตรบุญรักษ์. (2554). สื่อสังคมออนไลน์ : สื่อแห่งอนาคต. *วารสารนักบริหาร*, 31(4), 99-103.
- [2] Kemp S. (2022). *DIGITAL 2022: APRIL GLOBAL STATSHOT REPORT*. ค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2565 จาก <https://datareportal.com/reports/digital-2022-april-global-statshot>.
- [3] สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). รายงานการสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2561 (ไตรมาส 4). กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- [4] ภัทริกา วงศ์อนันต์นนท์. (2557). พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของเด็กและเยาวชน. *วารสารพยาบาลทหารบก*, 15(2), 173-178.
- [5] ภวรัฐชน์ ทรงฉลาด, สุวิมล ตีรกันันท์, และกมลทิพย์ ศรีหาเศษ. (2562). พฤติกรรมการโพสต์และการแสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ของผู้อื่นของนักศึกษาบนสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารการวิจัยสังคมศาสตร์*, 104-127.
- [6] Bergsma LJ, Carney ME. (2008). Effectiveness of health promoting media literacy education: a systematic review. *Health Education Research*, 23(3), 522-542.
- [7] Brown JD, Witherspoon EM. (2002). The mass media and American adolescents' health. *Journal of Adolescent Health*, 31(6), 153-170.
- [8] Imavike F., Suyanto B., Soedirham O., Sugihartati R., & Ahsan A. (2021). Effects of social media exposure on adolescent sexual attitudes and behavior: A systematic review. *IJPHS*, 10(2), 272-280.
- [9] ฐิติกานต์ บัวรอด และเสาวนีย์ ทองนพคุณ. (2562). การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ทางเพศกับพฤติกรรมการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ของเยาวชนในมหาวิทยาลัย จังหวัดชลบุรี. *วารสารควบคุมโรค*, 45(4), 402-412.
- [10] จินตนา ต้นสุวรรณนนท์, ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพ็ชร, และชัญญา ลีศักดิ์รพ่าย. (2554). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์*, 16(1), 122-135.
- [11] Salawu AT., Reis SO., Fawole OI. & Dairo MD. (2015). Sexual behavior and use of electronic media among undergraduates in the University of Ibadan. *Afr J Med Med Sci*, 44(4), 321-327.
- [12] Bleakley A, Hennessy M & Fishbein M. (2011). A model of adolescents' seeking of sexual content in their media choices. *J Sex Res*, 48(4), 309-315.
- [13] อุริษา งามวุฒิวร. (2553). การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อและความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศและการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [14] Center for Media Literacy. (2008). *Literacy for the 21st century: An overview & orientation guide to media literacy education*. (2nd Ed.). Malibu, CA: Center for Media Literacy.