

การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อความรู้เรื่องเพศ
ของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร



นางสาว สุวัลยา นูเร

สถาบันวิทยบริการ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2547

ISBN 974-53-1574-5

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

INFORMATION SEEKING,USES AND GRATIFICATIONS ABOUT SEX
ON FOREIGN TITLE WOMEN MAGAZINES AMONG READERS IN BANGKOK



MISS SUWALLAYA NURAY

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
A Thesis Submitted in Partial Fulfilment of the Requirements
For the Degree of Master of Art in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Art

Chulalongkorn University

Academic Year 2004

ISBN 974-53-1574-5

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อข่าวสารความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวศุวลิษา นูเร

สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์พัฒนาการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

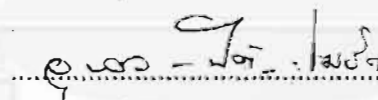
รองศาสตราจารย์พัชนี เขยจรรยา

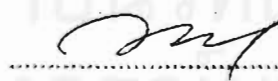
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

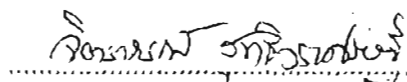


..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิรโสภณ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

 ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์อุบลวรรณ ปิติพัฒนะไพเชษฐ์)

 อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์พัชนี เขยจรรยา)

 กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์)

สุวัลยา นูเร : การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ต่อความรู้ เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร (INFORMATION SEEKING,USES AND GRATIFICATIONS ABOUT SEX ON FOREIGN TITLE WOMEN MAGAZINES AMONG READERS IN BANGKOK) อาจารย์ที่ปรึกษา : รศ. พัทธ์ณี เขยจรรยา
: 90 หน้า . ISBN 974-53-1574-5

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ (2) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศกับการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศ (3) ความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศกับการใช้ประโยชน์ของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ (4) ความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศกับความพึงพอใจของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ (5) ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์ในความรู้เรื่องเพศกับความพึงพอใจของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่18-60 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และการวิเคราะห์ผลโดยการ แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยโดยใช้ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า นิตยสารที่กลุ่มตัวอย่างอ่านบ่อยที่สุด ได้แก่ นิตยสาร Elle รองลงมา คือ นิตยสาร Cleo ถัดมา คือ Cosmopolitan โดยนิตยสารที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างอ่านน้อยที่สุด คือ นิตยสาร Slimming โดยเป็นการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศเพื่อวัตถุประสงค์ในการฆ่าเวลามากที่สุด และประเภทของเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเพศที่ชอบอ่านมากที่สุด คือเทคนิคในการร่วมเพศ และกลุ่มตัวอย่างมีระดับของการแสวงหาข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มผู้อ่านมีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากข่าวสารความรู้เรื่องเพศโดยรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง และมีการใช้ประโยชน์ในด้านการนำเอาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศที่ได้รับ มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุด ส่วนระดับของความพึงพอใจนั้น กลุ่มผู้อ่านมีระดับความพึงพอใจในข่าวสารความรู้เรื่องเพศโดยรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง โดยพึงพอใจในการตอบสนองความสนใจต่อประเด็นปัญหาในเรื่องเพศ ที่อยากรู้ได้มากที่สุด และความพึงพอใจที่น้อยที่สุดคือพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอของข่าวสารและความรู้เรื่องเพศ

ภาควิชา..... ประชาสัมพันธ์.....

ลายมือชื่อนิติ.....

สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ปีการศึกษา2547.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

SUWALLAYA NURAY : (INFORMATION SEEKING,USES AND GRATIFICATIONS ABOUT SEX ON FOREIGN TITLE WOMEN MAGAZINES AMONG READERS IN BANGKOK). THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. PATCHANEE CHEYJUNYA : 90 pp. ISBN: 974-53-1574-5

This research is the quantitative research . The purposes of this reseach are to study : 1. Information seeking,uses and gratifications of sex education from foreign magazines for woman. 2. Relationship varied to sex,age,education,occupation and income of (foreign woman magazines) the readers, with infomation seeking about sex education. 3. Relationship between information seeking and uses of sex education of the readers. 4. Relationship between information seeking and gratification of sex education of the readers. 5.Relationship between uses and gratification of sex education of the readers. The sample ranged from age 18 to 60 in Bangkok were picked and questionaired . the information analyzed by inferential statistics , t-test ,ANOVA, and Pearson Product Moment Correlation Coefficient.

The results found that , the most frequent magazine read by the sample are Elle ,Cleo and Cosmopolitan . The least frequent magazine read by the sample is Slimming.

The primary purpose of infomation seeking on sexual intercourse is the most popular topic. The study also found that, the readers have a moderate level of infomation seeking and uses of sex education knowledge, where the readers tend to apply the knowledge from the magazine with their sex life the most.

The readers have a moderate level of gratification in content of the magazine, the readers have most gratification with sexual knowledge they got from magazine, and the readers have least gratification in the way of presentation.

Department ...Puclic Relations

Student's.....

Field of study ...Development Communication...

Advisor's

Academic year ... 2004.....

Co-advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้คงมีอาจสำเร็จลุล่วงไปได้เลย ถ้าขาดบุคคลที่คอยเป็นแรงกายและแรงใจ ให้ผู้วิจัยพากเพียร อดทนจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ตั้งใจ

ขอขอบคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่คอยส่งเสริม สนับสนุน(ทั้งกำลังกายและกำลังทรัพย์) และคอยกระตุ้นเตือน จนผู้วิจัยสามารถเรียนจนจบการศึกษา ได้ตามระยะเวลาที่ได้ตั้งใจไว้

ขอขอบคุณ ร.ศ. พัทธนี เขยจรรยา อาจารย์ที่ปรึกษา ร.ศ. อุบลวรรณ และ ร.ศ. จิตตราภรณ์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาช่วยสละเวลาแก้ไข ตรวจทาน ตลอดจนให้คำปรึกษาแก่ผู้วิจัย จนวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงลงได้

ขอใจเพื่อน ๆ Dev' comm. รุ่น 26 ทุก ๆ คน ที่คอยช่วยเหลือ บอล, อ้อม, แก้ว, ขวัญ, โสดา, บุญ, อบ, และพี ๆ น้องๆ Dev'comm ทุก ๆ คน ที่ช่วยแจกแบบสอบถาม และคอยเตือนให้เร่งทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จ

และนอกเหนือไปจากทุกท่านที่ได้เอ่ยนามถึง และท่านที่ไม่ได้เอ่ยนาม ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ที่ได้มีส่วนช่วยเหลือ ให้ผู้วิจัยสามารถทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จได้ตั้งใจ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ซ
บทที่ 1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ปัญหาคำถามการวิจัย	5
สมมุติฐานการวิจัย	5
คำนิยามศัพท์	6
ขอบเขตการวิจัย.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
1.แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากร	9
2.ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร.....	13
3.ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ.....	15
4.แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร.....	20
5.แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเพศศึกษา	27
6.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	32

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	38
ประชากร	38
กลุ่มตัวอย่าง	38
วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	38
ตัวแปรในการวิจัย	39
เครื่องมือในการวิจัย	40
เกณฑ์การให้คะแนน	40
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	42
การเก็บรวบรวมข้อมูล	43
การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล	43
การประมวลผลข้อมูล	44
 บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	 45
การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics).....	47
ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	47
ผลการวิเคราะห์การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ.....	51
ในนิตยสารผู้หญิงฉบับต่าง ๆ	
ผลการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ในการอ่าน หรือ เหตุผลในการแสวงหา	52
ข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศในนิตยสารผู้หญิงฉบับต่าง ๆ	
ผลการวิเคราะห์ประเภทของความรู้เรื่องเพศที่ชอบอ่านในนิตยสารผู้หญิงฯ	54
ผลการวิเคราะห์การใช้ประโยชน์ในข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ.....	56
ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ.....	58
การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics).....	60
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	60
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.....	60
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.....	65
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3.....	66
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4	67

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	68
สรุปผลการวิจัย	69
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา	69
ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	69
ลักษณะของการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ	69
ในนิตยสารสตรีภาษาไทยชื่อต่างประเทศฉบับต่าง ๆ	
การใช้ประโยชน์ในข่าวสารความรู้เรื่องเพศ.....	70
ความพึงพอใจในข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ.....	70
ผลการทดสอบสมมุติฐาน.....	71
ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 1.....	71
ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 2.....	72
ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 3.....	72
ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 4.....	72
อภิปรายผล.....	73
การอภิปรายผลในสมมุติฐานที่ 1.....	73
การอภิปรายผลในสมมุติฐานที่ 2.....	77
การอภิปรายผลในสมมุติฐานที่ 3.....	79
การอภิปรายผลในสมมุติฐานที่ 4.....	80
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	82
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย.....	83
รายการอ้างอิง.....	91
ภาคผนวก.....	95
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	120

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	47
ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	47
ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	48
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	49
ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	49
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้.....	50
ตารางที่ 7 แสดงความถี่ และร้อยละ ของความบ่อยครั้งในการอ่านนิตยสารสตรี.....	51
ภาษาไทยชื่อต่างประเทศฉบับต่าง ๆ	
ตารางที่ 8 แสดงวัตถุประสงค์ในการอ่าน หรือการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับ.....	52
ความรู้เรื่องเพศในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ ทั้ง 8 เล่ม	
ตารางที่ 9 แสดงประเภทของความรู้เรื่องเพศที่ชอบอ่านในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทย.....	54
ชื่อต่างประเทศ ทั้ง 8 เล่ม	
ตารางที่ 10 แสดงระดับการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศในนิตยสารผู้หญิง	55
ภาษาไทยชื่อต่างประเทศของกลุ่มผู้อ่าน	
ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม.....	56
ระดับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารความรู้เรื่องเพศ	
ตารางที่ 12 แสดงระดับการใช้ประโยชน์ของกลุ่มผู้อ่านในข่าวสารความรู้เรื่องเพศที่ได้รับ..	57
ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความพึงพอใจในข่าวสาร.....	58
ความรู้เรื่องเพศที่ได้รับ	
ตารางที่ 14 แสดงระดับการใช้ประโยชน์ของกลุ่มผู้อ่านในข่าวสารความรู้เรื่องเพศที่ได้รับ..	59
ตารางที่ 15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยการแสวงหาข่าวสาร.....	60
ความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิงฯ ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง	
ตารางที่ 16 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของ.....	61
ค่าเฉลี่ยการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิงฯตามระดับอายุ	
ตารางที่ 17 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของ.....	62
ค่าเฉลี่ยการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิงฯตามระดับการศึกษา	

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 18 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่าง..... ของค่าเฉลี่ย การแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิงตามอาชีพ	63
ตารางที่ 19 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของ..... ค่าเฉลี่ยการแสวงหาข่าวสาร ความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิง ตามสถานภาพการสมรส	63
ตารางที่ 20 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของ..... ค่าเฉลี่ยการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิง ตามระดับรายได้ต่อเดือน	64
ตารางที่ 21 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสาร..... กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิง ภาษาไทยชื่อต่างประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร	65
ตารางที่ 22 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับ..... ความพึงพอใจในข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิง ภาษาไทยชื่อต่างประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร	66
ตารางที่ 23 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารใจ..... กับความพึงพอใจในข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิง ภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร	67

บทที่ 1

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

บรรทัดฐาน(Norm) ของสังคมไทยนั้น กำหนดให้ "เรื่องเพศ" เป็นเรื่องที่ปกปิด(taboo) การพูดคุยสื่อสารเรื่องเพศอย่างเปิดเผยหรือโจ่งแจ้ง เป็นสิ่งที่ไม่พึงกระทำ แต่ดูเหมือนว่าสิ่งใดก็ตามที่ยังปกปิด มนุษย์ก็ยิ่งต้องการที่จะอยากรู้อยากเห็นมากขึ้นยิ่งขึ้นเพราะเรื่องเพศเป็นสัญชาตญาณ (Sexual instinct) อย่างหนึ่งตามธรรมชาติของมนุษย์ (สุชาติ และสุวรรณี ไสยมประยูร ,2535 :1) เราจึงพบว่าเรื่องเพศไม่เคยถูกปิดสนิทอย่างแท้จริง ตรงกันข้ามกับเปิดเผยมากขึ้น ทั้งในแง่ประโยชน์ทางวิชาการ หรือในแง่ของการตอบสนองของความต้องการรู้ของมนุษย์

แม้ว่า เรื่องเพศจะเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของมนุษย์ แต่การสื่อสารในสังคมของไทยโดยทั่วไปในวิชาการ หรือ แม้กระทั่งเพื่อการตอบสนองของความต้องการรู้ของมนุษย์นั้นยังเป็นปัญหาอยู่ ทางเลือกหนึ่งที่จะตอบสนองความต้องการดังกล่าวก็คือ สื่อมวลชน

สื่อมวลชนแขนงต่างในปัจจุบัน ๗ ไม่ว่าจะเป็น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร ภาพยนตร์ Website ต่าง ๆ ใน Internet ได้มีการนำเสนอข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศศึกษา โดยมีการนำเสนอทั้งในรูปแบบของวิชาการ และรูปแบบของการตอบสนองต่อความต้องการรู้ของมนุษย์เห็นชัดเป็นสัญชาตญาณพื้นฐานของมนุษย์ เช่น สื่อโทรทัศน์ มีการนำเสนอข่าวสารความรู้เรื่องเพศผ่านทางรายการ คสิณิกั๊ก ,ซูรัก ซูรส หรือสื่อหนังสือพิมพ์ ก็มีคอลัมน์หรือบทความต่าง ๆ ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศ เช่น คอลัมน์ เสพสมรมิสม เป็นต้น

และในการให้ความรู้เรื่องเพศผ่านสื่อสิ่งพิมพ์นั้น นอกจากจะมีการนำเสนอในหนังสือพิมพ์แล้ว ยังมีการนำเสนอทั้งใน พ็อคเก็ตบุ๊ค นิตยสาร โดยเฉพาะในนิตยสารนั้นมีรูปแบบที่หลากหลายมากกว่าในหนังสือพิมพ์ เช่น จดหมาย นวนิยาย เว็บบอร์ด บทความ สารคดี เขียนจดหมาย หรือเล่าประสบการณ์ ภาพและคำบรรยายจากโฆษณา การรายงาน การวิเคราะห์วิจารณ์เนื้อหาเรื่องเพศศึกษาในลักษณะที่เป็นการ์ตูน รูปภาพประกอบเนื้อเรื่อง และการสัมภาษณ์บุคคล เป็นต้น (จิรอรุณ บุญยภัคดิ์ ,2543 : 3) โดยสามารถแยกเนื้อหาได้ตามกลุ่มเป้าหมายของนิตยสาร ซึ่ง

ลักษณะหรือแนวทางในการนำเสนอความรู้เรื่องเพศในนิตยสารนั้น ส่วนมากจะเป็นลักษณะของการแก้ไขปัญหา หรือการขอรับคำปรึกษา โดยมีผู้ที่ให้คำปรึกษาหรือแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาทางเพศ ซึ่งก็คือ คอลัมนิสต์(Columnist) ซึ่งก็อาจจะเป็นแพทย์, จิตแพทย์ หรือผู้เชี่ยวชาญทางด้านอื่นที่เกี่ยวข้องกับเพศศึกษา

ด้วยเหตุนี้ นิตยสารโดยเฉพาะนิตยสารผู้หญิงจึงมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับเพศศึกษา โดยส่งผลต่อความรู้ ความเข้าใจ ทักษะที่ดี รวมไปถึงค่านิยมที่ถูกต้องต่อเรื่องเพศ โดยเฉพาะในปัจจุบัน ที่นิตยสารส่วนใหญ่มีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องเพศที่หลากหลายขึ้น และมีปริมาณมากขึ้น อันสืบเนื่องมาจากการหลั่งไหลของอิทธิพลจากวัฒนธรรมตะวันตก ที่เปิดกว้างให้กับเรื่องเพศศึกษา

สำหรับเรื่องเพศในนิตยสารนั้น ในปัจจุบันเราจะพบได้ว่ามีความรู้เรื่องเพศปรากฏอยู่ในนิตยสารแทบทุกฉบับ โดยเฉพาะในนิตยสารผู้หญิงทั้งนิตยสารต่างประเทศฉบับภาษาไทย เช่น Cosmopolitan ,Elle, Cleo ฯลฯ หรือนิตยสารผู้หญิงของไทย เช่น ลิปส์ ,ฟร้อนท์ ,มาร์ส,แพรว ,เปรี๊ยะ,อิมเมจ ฯลฯ เป็นต้น นิตยสารเหล่านี้มีผู้อ่านเป็นจำนวนมากติดตามอ่านเพราะต้องการหาความรู้เรื่องเพศในนิตยสาร ซึ่งให้ประโยชน์ในเรื่องของความบันเทิง ให้ความรู้ในเรื่องเพศ เป็นประโยชน์ในการช่วยให้คู่สมรสปรับตัวได้ดีขึ้นในเรื่องความสัมพันธ์ทางเพศ เป็นการตอบสนองเรื่องความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องเพศนั่นเอง

ระหว่างปี พ.ศ. 2531 –2541 มีนิตยสารเกิดขึ้นหลายฉบับตามสภาพเศรษฐกิจที่เฟื่องฟู จะเห็นได้จากมีจำนวนนิตยสารผู้หญิงเกิดขึ้นถึงกว่า 50 ชื่อบนแผงหนังสือ แต่ที่นำความแปลกใหม่และตื่นตัวในช่วงปลายทศวรรษ คือการเปิดตัวของนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ เช่น นิตยสาร Elle เปิดตัวในเดือนพฤศจิกายน 2537 นิตยสาร Cleo เปิดตัวในเดือนกุมภาพันธ์ 2540 และนิตยสาร Cosmopolitan ในเดือนเมษายน 2540 ตามลำดับ (อุบลวรรณ ปิติพัฒนะ โฆษิต , 2542: 24) และที่เปิดตัวภายหลังจากปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวอย่างในช่วงปี 2546-2547เช่น นิตยสาร Her World Madame Figaro,Seventeen, marie-claire, Slimming ซึ่งมีความแปลกใหม่โดยนำเสนอเรื่องเพศอย่างชัดเจน การใช้ชีวิตเสรีอย่างตะวันตก บ่งบอกถึง

ความเป็นตัวของตัวเองผ่านบทความ คอลัมน์ต่าง ๆ เชื่อมันแบบผู้หญิงสมัยใหม่สไตล์ตะวันตก และนิตยสารผู้หญิงดังกล่าวนี้ก็ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว

นิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศที่นำมาศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ นิตยสาร Cleo Cosmopolitan, Elle, Her World, Madame Figaro, Seventeen, marie-claire และ Slimming ซึ่งเป็นนิตยสารผู้หญิงของต่างประเทศที่ได้มีการแปลเนื้อหา ข่าวสาร ความรู้เป็นภาษาไทย โดยมีเนื้อหาในแนวให้ความรู้ทันโลกทันสมัยแก่สตรี แฟชั่น สุขภาพและความงาม ความรู้เรื่องเพศ เป็นต้น

Cleo เป็นนิตยสารในเครือบริษัท โพสต์ พับลิชชิง จำกัด มหาชน กลุ่มเป้าหมายหลักคือสตรีอายุ 18-25 ปี ที่เน้นเรื่องแฟชั่น การบำรุงรักษาร่างกาย ความสวยงาม การแนะนำเครื่องสำอาง การจัดรายการส่งเสริมการขาย และความรู้เรื่องเพศ

Cosmopolitan เป็นนิตยสารที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นสตรีอายุ 20 ปีขึ้นไป มีเนื้อหาที่โดดเด่นคือ เรื่องที่เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น เรื่อง เพศ การอยู่ร่วมกันในสังคมแบบผู้หญิงสมัยใหม่ที่มีความเชื่อมั่น และเป็นตัวของตัวเอง ภายใต้อีสโลแกนที่ว่า Fun Fearless Female และเนื้อหาที่น่าสนใจรองลงมา คือ สุขภาพ และแฟชั่น

Elle เป็นนิตยสารที่มีเนื้อหาแปลมาจาก Elle ประเทศต่าง ๆ 25 เปอร์เซนต์ โดยคัดเลือกเรื่องให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของประเทศไทย มีเป้าหมายหลักคือผู้หญิงที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เริ่มทำงาน เนื้อหาหลักเป็นเรื่องของแฟชั่น ความสวยงาม และสุขภาพ

Her World เป็นนิตยสารผู้หญิงจากประเทศสิงคโปร์ ที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักอายุ 18-25 ปี ที่มีเนื้อหาหลัก คือ แฟชั่น การดูแลสุขภาพ ความสวยงาม การแนะนำเครื่องสำอาง เคล็ดลับต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น เรื่อง งาน , การใช้ชีวิตต่าง ๆ และความรู้เรื่องเพศ โดยส่วนใหญ่ จะเน้นในเรื่อง เคล็ดลับเกี่ยวกับการปฏิบัติตนระหว่างเพศ, การเกี่ยวพาราฮี เป็นต้น

Madamme Figaro, เป็นนิตยสารสำหรับผู้หญิงจากประเทศฝรั่งเศสที่มีกลุ่มเป้าหมายอยู่ในช่วงอายุ 20-40 ปี ที่อยู่ในแวดวงสังคมระดับสูง หรือต้องการรับทราบข่าวสารในแวดวงสังคมชั้นสูง เนื้อหาส่วนใหญ่จะเป็นคอลัมน์ความเคลื่อนไหวในวงสังคมทั้งไทยและต่างประเทศ แฟชั่น แปรนด์เนม การแนะนำเครื่องสำอาง , การท่องเที่ยว อาหาร การดูแลรักษาสุขภาพ และความรู้เรื่องเพศ

Seventeen, เป็นนิตยสารสำหรับผู้หญิงที่มีกลุ่มเป้าหมายอยู่ในช่วงอายุ 16-25 ปี มีเนื้อหาหลัก ๆ คือ แฟชั่น สุขภาพ ความงาม การดำเนินชีวิตทั่ว ๆ ไป เคล็ดลับต่าง ๆ สำหรับการใช้ชีวิต การเรียน ความรู้เรื่องเพศส่วนใหญ่จะเป็นความรู้เกี่ยวกับสังคมวิทยา เช่น การเกี่ยวพาราตี การเลือกแฟน และความรู้ทางชีววิทยา เช่นความรู้เกี่ยวกับอวัยวะเพศ เป็นต้น

marie-claire เป็นนิตยสารผู้หญิงจากประเทศฝรั่งเศสในเครือ บริษัท โฟสต์ พับลิชชิ่ง จำกัด มหาชน ที่เพิ่งจะเริ่มเปิดตัวในเดือนพฤษภาคม ปี พ.ศ. 2547 โดยประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่ 25 ภาษาที่ 14 กลุ่มเป้าหมายหลักคือผู้หญิงที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป เนื้อหาส่วนใหญ่บทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับผู้หญิง , สุขภาพ ความงาม แฟชั่น การท่องเที่ยว และความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศ

Slimming เป็นนิตยสารผู้หญิงจากประเทศอังกฤษที่มีกลุ่มเป้าหมายหลัก เป็นผู้หญิงที่มีอายุตั้งแต่ 18-30 ปี โดยมีเนื้อหาที่เน้นในเรื่องของการควบคุม ดูแลรูปร่าง ทั้งการออกกำลังกาย อาหารการกิน วิธีดูแลสุขภาพ และความงาม

ในปัจจุบันที่สังคมดำรงอยู่ได้ด้วยการสื่อสาร นิตยสารผู้หญิงได้ทำหน้าที่อันสำคัญในฐานะสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ ในการพัฒนา ปรับเปลี่ยน ความรู้ ทักษะคติ รวมทั้งสร้างความเข้าใจอันดีต่อการพัฒนาความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศดังกล่าวที่ได้เผยแพร่เนื้อหาสาระที่เป็นความรู้และเกี่ยวข้องกับ การขยายโลกทัศน์ และพัฒนาความรู้ความเข้าใจในเรื่องเพศศึกษา ซึ่งเป็นเรื่องที่ประชาชนคนไทยส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในด้านการแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ในความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่าน เพื่อ

ประโยชน์ในการเป็นแนวทางในการพัฒนาความรู้ความเข้าใจในเรื่องเพศศึกษา และยังเป็น
แนวทางในการสื่อสารเรื่องเพศของสื่อมวลชนให้ถูกต้องและเหมาะสมอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในความรู้เรื่องเพศของ
กลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิง
ภาษาไทยชื่อต่างประเทศ กับการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศกับการใช้
ประโยชน์ของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศกับความพึงพอใจของ
กลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์ในความรู้เรื่องเพศกับความพึงพอใจของกลุ่ม
ผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัญหานำการวิจัย

1. กลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะ
ทางประชากรแตกต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศที่ต่างกันอย่างไร
2. การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อ
ต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในความรู้เรื่องเพศที่อยู่
ในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศอย่างไร
3. การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อ
ต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่
ปรากฏในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศอย่างไร

4. การใช้ประโยชน์ในเรื่องความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศอย่างไร

สมมติฐานของการวิจัย

- 1..กลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศที่ต่างกัน
- 2.การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่อยู่ในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ
- 3.การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ
- 4.การใช้ประโยชน์ในเรื่องความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ

นิยามศัพท์

1. การแสวงหาข่าวสาร หมายถึง รูปแบบของการค้นหาข้อมูลข่าวสาร , วัตถุประสงค์ และความบ่อยครั้งในการค้นหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับความรู้เรื่องเพศ ในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ ในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง
2. การใช้ประโยชน์ หมายถึง การนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการอ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศไปใช้ประโยชน์ในด้านใดด้านหนึ่ง ตามความต้องการของแต่ละบุคคล ในด้านต่าง ๆ ได้แก่
 - เพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ
 - ตอบสนองความสนใจต่อประเด็นปัญหาที่อยากรู้

- นำข้อมูลไปเป็นแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ
- นำข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน
- มีความรู้เท่าทันบุคคลรอบข้างมากขึ้น
- นำสาระ หรือ ความรู้ที่ได้รับ ไปเผยแพร่ให้บุคคลอื่นได้

3. **ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกที่ได้รับการสนองตอบความต้องการของผู้อ่าน ในการรับรู้ ข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ เกี่ยวกับเรื่องเพศ ในด้านต่าง ๆ ได้แก่

- การนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ที่เป็นประโยชน์ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ในชีวิตประจำวัน
- มีการนำเสนอในเรื่องราวที่แปลกใหม่ มีสาระ จุดประกายให้เกิดการพัฒนาตนเอง
- มีการให้ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ที่เจาะลึก ชัดเจน ถูกต้อง
- รูปแบบของการนำเสนอมีความน่าสนใจ มีการใช้ภาษาในการสื่อสารที่เข้าใจง่าย สนุกสนาน และน่าสนใจ
- สามารถนำหัวข้อ หรือ ความรู้ที่ได้รับไปสนทนากับผู้อื่นได้

4. **ความรู้เรื่องเพศศึกษา** หมายถึง ความรู้ความเข้าใจของแต่ละบุคคลเกี่ยวกับเรื่องเพศศึกษาที่ได้รับการถ่ายทอดและเรียนรู้

เพศศึกษา หมายถึง เรื่องที่ว่าด้วยการศึกษาปัญหาชีวิตเกี่ยวกับเรื่องเพศ โดยแบ่งเนื้อหาที่ประกอบกันเป็นความรู้ได้ 5 ประเด็นด้วยกัน คือ

1. ความรู้เกี่ยวกับชีววิทยา เป็นความรู้เกี่ยวกับ กายวิภาค และ สรีระวิทยาของร่างกายมนุษย์ เช่น โครงสร้าง และหน้าที่ของอวัยวะต่าง ๆ ในร่างกายที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศ ระบบการสืบพันธุ์ของเพศชาย และหญิง ลักษณะทางพันธุกรรมเกี่ยวกับเพศ การเจริญเติบโตของร่างกายในวัยต่าง ๆ การสืบพันธุ์ หรือ การร่วมประเวณี การตั้งครรรภ์ การคลอดบุตร เป็นต้น
2. ความรู้เกี่ยวกับสุขวิทยา เป็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพทางเพศ การระวังรักษา ร่างกายให้ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ หรือความผิดปกติทางเพศ เช่น ข้อควรระวังและสุขปฏิบัติเกี่ยวกับอวัยวะเพศ ,โรคต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเพศสัมพันธ์ เป็นต้น

3. ความรู้เกี่ยวกับจิตวิทยา เป็นความรู้ส่วนที่เกี่ยวข้อกับจิตใจและอารมณ์ แรงผลักดันทางเพศ การระบายอารมณ์ทางเพศ การปฏิบัติตนระหว่างเพศ ความรัก ความต้องการและความรู้สึกทางเพศ ความผิดปกติด้านอารมณ์และจิตใจ เป็นต้น
4. ความรู้เกี่ยวกับสังคมวิทยา เป็นความรู้เกี่ยวกับสังคม การปรับตัวให้เข้ากับสังคม และมาตรฐานความประพฤติหรือกฎเกณฑ์ทางสังคม พัฒนาการทางด้านสังคมเกี่ยวกับเรื่องเพศ ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ การเกี่ยวพาราสี การเลือกคู่ครอง การแต่งงาน ชีวิตสมรส หรือ ชีวิตครอบครัว การปฏิบัติตนในการดำรงตนเป็นโสด การวางแผนครอบครัว ประเพณีและวัฒนธรรมต่าง ๆ เป็นต้น
5. ความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศสัมพันธ์ เป็นความรู้ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมามีเพศสัมพันธ์ การป้องกัน และระวังตนเองจากภาวะการตั้งครรภ์ และ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์

5. **ลักษณะทางประชากร** หมายถึง เพศ,อายุ , ระดับการศึกษา,อาชีพ, และ ระดับรายได้ของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ

6. **นิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ** หมายถึง นิตยสารต่างประเทศที่ได้รับการแปลเป็นภาษาไทย โดยยังคงเนื้อหาส่วนใหญ่ยังคงเหมือนต้นฉบับภาษาต่างประเทศ และ เพิ่มเนื้อหาบางส่วนที่เกี่ยวข้อกับผู้อ่านชาวไทยไว้บางส่วน โดยกลุ่มเป้าหมายในการอ่านส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยจะมีเนื้อหาของข้อมูล ข่าวสารที่น่าสนใจ เป็น ข้อมูลที่เกี่ยวกับเรื่องราวแวดล้อมในชีวิตประจำวันเกี่ยวกับเพศหญิงเป็นส่วนใหญ่

ขอบเขตในการวิจัย

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ ที่มีอายุตั้งแต่ 18-60 ปี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ เพราะกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศที่มีอายุตั้งแต่ 18 –60 ปี เป็นช่วงอายุที่มีความสนใจในเรื่องของความรู้เรื่องเพศ และเป็นวัยที่มีวุฒิภาวะเพียงพอที่จะเลือกรับข่าวสารหรือข้อมูลที่คิดว่าเป็นประโยชน์ต่อตนเองได้

2. นิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศที่ผู้วิจัยเลือกมาทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ นิตยสาร Cosmopolitan , Cleo ,Elle, Her World,Seventeen, Madame Figaro , Marie-claire และ Slimming ซึ่งมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ และเป็น นิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในแผงหนังสือปัจจุบัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแนวทางการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับความรู้ที่เกี่ยวกับเพศศึกษา โดยเป็นแนวทางให้ผู้จัดทำนิตยสาร ได้พิจารณาเพิ่มเติมเนื้อหา รูปแบบ อันเป็นประโยชน์และตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง “การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อ ความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร” นี้ มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 1.แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากร
- 2.ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร
- 3.ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
- 4.แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร
- 5.แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเพศศึกษา
- 6.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร (Demographic Analysis of An Audience)

ในกระบวนการสื่อสารของมนุษย์นั้น องค์ประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องกัน 2 ฝ่าย คือ ผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ในการส่งสารออกไปนั้น ผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงผู้รับสารเสมอ เพราะผู้รับสารจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จ หรือ ความล้มเหลวของการสื่อสาร การศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชนแบบเก่า นักวิชาการต่างมีความคิดเห็นตรงกันว่า แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร โดยเฉพาะสื่อมวลชนเป็นศูนย์กลางของอิทธิพลที่จะชักนำประชาชนผู้รับสารให้เชื่อฟังและคล้อยตาม ดังนั้นสื่อมวลชนจึงคล้ายกับผู้ทำการอัดฉีด (Hypodermic) ประชาชนให้จงรักภักดีต่อนโยบายของรัฐบาลอยู่เสมอ แต่ปัจจุบันสถานการณ์ของโลกได้เปลี่ยนแปลงไป ความเห็นของนักวิชาการได้รับการพัฒนามากขึ้น เนื่องจากได้มีการพิสูจน์ว่า ผู้รับสารสามารถมีบทบาทของผู้กระทำ (Active role) มากกว่าผู้ถูกกระทำอย่างแน่นอน (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร , 2533 : 39)

ปัจจุบันประชาชนได้รับการศึกษาสูงขึ้น ส่งผลให้ผู้รับสารมีความตื่นตัว กล่าวแสดงออกถึงความต้องการของตนเองมากขึ้น และกล้าที่จะเรียกร้องให้สื่อมวลชนปฏิบัติตามหรือสนองต่อความต้องการของตน ความสำคัญของผู้รับสารในปัจจุบันจึงไม่ได้น้อยไปกว่าสื่อมวลชน ด้วยเหตุนี้ผู้ส่งสารจึงต้องมีการวิเคราะห์ลักษณะของผู้รับสาร เพื่อให้รู้จักและเข้าใจผู้รับสารเป้าหมายของตนเองให้ได้มากที่สุด เพื่อที่จะได้ทำการสื่อสารเนื้อหาสาระให้สอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้สารไปถึงผู้รับสาร และเป็นที่เข้าใจตรงกับความต้องการของผู้ส่งสาร การสื่อสารจึงจะเกิดประสิทธิผลสูงสุด การกระทำเช่นนี้ได้ผู้ส่งสารต้องมีการวิเคราะห์ผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะผู้รับสารซึ่งเป็นมวลชน หรือประชากรที่มีขนาดใหญ่ หรือ สาธารณชนนั้น จะมีความแตกต่าง และไม่เป็นที่รู้จัก (นันทวัน กิจธนาเจริญ , 2541 : 13)

ทั้งนี้งานวิจัย ครั้งนี้ เป็นการศึกษาผู้รับสาร คือ ประชาชนทั่วไปในกรุงเทพมหานคร ซึ่งถือว่าเป็นมวลชนนั่นเอง ซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน ทำให้มีความต้องการข่าวสารพฤติกรรมแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันไป ดังนั้น จึงควรมีการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรด้วย

ทอดด์ ฮันท์ และ เบรนท์ ดี รูเบน {Todd Hunt and Brent D. Ruben (1993)} จำแนกประเภทของมวลชนผู้รับสารออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. มวลชนผู้รับสารชนชั้นนำ (Elite Audiences) มวลชนผู้รับสารชนชั้นนำมีขนาดเล็ก ประกอบด้วยผู้นำความคิดเห็น ซึ่งมีฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ตลอดจนการศึกษาระดับสูง เช่นผู้ที่ชอบซื้องานศิลปะ และผู้รับเทคโนโลยีต่าง ๆ เป็นคนแรก ๆ ของสังคม
2. มวลชนผู้รับสารทั่วไป (General Audiences) มวลชนผู้รับสารทั่วไปมีขนาดใหญ่และหลากหลายประกอบด้วยคนจากทุกส่วนในสังคม เช่น ผู้ฟังวิทยุ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ผู้ชมรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ
3. มวลชนผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (Specialized Audiences) มวลชนผู้รับสารเฉพาะกลุ่มประกอบด้วยบุคคลซึ่งมีลักษณะทางประชากรและจิตวิทยา เหมือนกัน และมีขนาดเล็ก ได้แก่ กลุ่มคนที่มุ่งงานอดิเรก กิจกรรมในเวลาว่าง หรือ ความสนใจเฉพาะด้าน

อย่างไรก็ตาม ถึงจะมีการแบ่งมวลชนผู้รับสารออกเป็น 3 แบบ แล้วยังตาม แต่มวลชนผู้รับสารก็ยังมีขนาดใหญ่ มีความแตกต่างกัน และไม่เป็นที่รู้จักของผู้รับสาร ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงต้องศึกษาลักษณะของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนมากขึ้น โดยพิจารณาจาก 2 ลักษณะ คือ (John R. Brittner, 1983)

1. ลักษณะทางจิตวิทยาของมวลชนผู้รับสาร (Psychographic Characteristics of Audience) หมายถึง ลักษณะทางจิตใจของมวลชนผู้รับสาร เช่น ทศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยม ความนับถือตนเอง รสนิยม ความต้องการ เป็นต้น

2. ลักษณะทางประชากรของมวลชนผู้รับสาร (Demographic Characteristics of Audience) หมายถึง อายุ เพศ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา ภูมิฐานะ ในการวิเคราะห์มวลชนผู้รับสาร หากผู้ส่งสารต้องการรู้จักและเข้าใจมวลชนผู้รับสาร ผู้ส่งสารจะใช้ลักษณะทางด้านจิตวิทยา และลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้รับสารประกอบกัน โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์จะบอกได้ว่าผู้รับสารเป็นใคร อายุเท่าไร เพศอะไร ฐานะเป็นอย่างไร ในลักษณะทางด้านจิตวิทยาจะบอกได้ว่าคนคนนั้น มีความรู้สึกนึกคิดอย่างไร มีรสนิยมและความต้องการอย่างไร วิธีการที่ใช้วิเคราะห์มวลชนผู้รับสารนี้เรียกรวม ๆ ว่า การวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารตามลักษณะทางประชา โดยมีสมมุติฐานว่า มวลชนผู้รับสารผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะประชากรเดียวกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาค่อนข้างคล้ายคลึงกัน และคนที่มีความแตกต่างทางประชากรแตกต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน , 2539) โดยจะวิเคราะห์จากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. **อายุ** อายุ นับเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกัน ด้านความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดแบบเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ ใจร้อน และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่มีความอายุมาก ในขณะที่คนอายุมากจะมีความคิดอนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติระมัดระวัง และมองโลกในแง่ร้ายมากกว่าคนที่มีความอายุน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากคนที่มีความอายุมากกว่า จะมีประสบการณ์ในชีวิตมากกว่า เคยผ่านปัญหาต่าง ๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีความอายุน้อย

2. **เพศ** จากการวิจัยทางจิตวิทยาในหลาย ๆ เรื่อง แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้ เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาท และกิจกรรมของหญิงชายไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงจึงมักเป็นเพศที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือ เจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม และเป็นแม่บ้านแม่เรือน และมักจะถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย (ปรมะ สตะเวทิน , 2533)

3. **การศึกษา** การศึกษามีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้น คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกันย่อมมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันออกไป คนที่มีการศึกษาสูง หรือ มีความรู้ดีจะได้เปรียบในการที่จะเป็นผู้รับสารได้ดีกว่า เพราะมีความรู้กว้างขวาง เข้าใจมากกว่า ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ โดยทั่วไป คนที่มีการศึกษาสูงจะมีการใช้สื่อมวลชนมากกว่า คนที่มีการศึกษาต่ำ และคนที่มีการศึกษาสูงกว่านั้น มักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อชนิดอื่น

4. **สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ** จากการวิจัยพบว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจซึ่ง ประกอบไปด้วยรายได้ เชื้อชาติ และภูมิหลังทางครอบครัว มีอิทธิพลต่อปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร เพราะคนที่มีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่ต่างกัน จะมีวัฒนธรรมประสพการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และ เป้าหมายที่แตกต่างกัน

งานวิจัยของ ชรามม์ และ ไวท์ {Schramm and White (1949)} ซึ่งศึกษาการเปิดรับสารของผู้รับสารและสังคมอเมริกัน พบว่า ผู้ที่มีรายได้สูง มักจะเป็นผู้นิยมเปิดรับสิ่งพิมพ์และนิยมเนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านความบันเทิง McNelly and others (1968) พบว่า คนที่มีฐานะดีและมีการศึกษาสูงเป็นกลุ่มที่มีการรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด ผลที่ได้จากการวิจัยในลักษณะนี้ สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะเป็นคนที่มีการศึกษาสูง และมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี จึงมักถูกผลักดันให้จำเป็นต้องมีการเรียนรู้ หาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ , 2534)

5. **ศาสนา** การนับถือศาสนา เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสารทั้งในด้านทัศนคติ ค่านิยม และระดับของคน คนที่นับถือศาสนาที่ต่างกันจะมีความคิด

ความเชื่อ ค่านิยมและระดับที่แตกต่างกันไป ศาสนามีส่วนเกี่ยวข้องกับมนุษย์ตลอดชีวิต ตั้งแต่เกิดจนตาย เช่น ในระยะเริ่มต้นวัยเด็กก็จะได้รับอิทธิพลของศาสนาผ่านทางพ่อแม่ โดยการอบรมเลี้ยงดูสั่งสอน และปลูกฝังความคิดของพ่อแม่ ต่อมาก็ได้รับอิทธิพลของศาสนาผ่านทางโรงเรียน โดยการศึกษาเล่าเรียน และ การปฏิบัติในพิธีกรรมต่าง ๆ และในที่สุดก็ได้รับอิทธิพลโดยตรงของศาสนาในโอกาสต่าง ๆ ในการดำรงชีวิตของตน ศาสนามีอิทธิพลต่อความคิดของคนอย่างน้อยที่สุด 3 ด้าน คือ

1. อิทธิพลต่อทัศนคติ ด้านศีลธรรม คุณธรรม และความเชื่อทางจรรยา
2. อิทธิพลต่อทัศนคติด้านเศรษฐกิจ
3. อิทธิพลต่อทัศนคติด้านการเมือง

จากลักษณะทางประชากรดังกล่าวข้างต้น พอสรุปได้ว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน คือ เพศ อายุ การศึกษา และสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม (อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และภูมิลำเนาของครอบครัว) ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะประชาชนที่มีอาชีพที่ดี มีการศึกษาที่ดี และมีรายได้ดี มักจะเปิดรับข่าวสารที่มีเนื้อหาหนัก ๆ มากกว่าเปิดรับความบันเทิง

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร ตามลักษณะประชากร มาเป็นแนวทางในการวิจัย เพื่อศึกษาว่า ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันของผู้รับสาร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกัน ซึ่งคาดว่าจะส่งผลให้มีการแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจจากข่าวสาร ต่อความรู้เรื่องเพศ ในกลุ่มผู้อ่านนิตยสารสตรีภาษาไทยชื่อต่างประเทศแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking Theory)

ในทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารนั้น จะมีทฤษฎีการเลือกรับข่าวสารปะปนอยู่ด้วย เพราะการเลือกรับข่าวสารของผู้รับข่าวสารนั้น ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้กระบวนการสื่อสารประสบ

ความสำเร็จ กล่าวคือ ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับ เลือกรับรู้ และเลือกจดจำในข่าวสารที่ตนเอง สนใจ ให้ความเชื่อถือ และตรงตามความเชื่อ ทศนคติ และความต้องการของตนเองเท่านั้น

ส่วนการแสวงหาข่าวสารนั้นคือ การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งกระทำในสิ่งหนึ่งเพื่อให้ได้มาซึ่ง ข้อมูลข่าวสารที่จะสนองตอบความต้องการของตน อันเนื่องมาจากการที่บุคคลนั้นต้องการรู้ ศึกษา และวิเคราะห์ในประเด็นหนึ่ง และพบว่าความรู้ที่ตนมีอยู่นั้นไม่เพียงพอ จึงทำการศึกษาเพิ่มเติม ความรู้ดังกล่าวด้วยการแสวงหา (Krikelas 1983 : 5)

โดยที่บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบ ระหว่างผลตอบแทน (Reward value) การลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities)ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ เช่น การได้รับข่าวสาร หรือ ความบันเทิงตามที่ต้องการ สูงกว่าการลงทุนลงแรง เช่น การต้องลงทุนซื้อหาเพื่อให้ได้มา หรือ การต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้ หรือ ทำความเข้าใจ ก็อาจถือได้ว่า บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น ๆ (Information Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น ๆ (Information Avoidance) ในบางครั้งถ้าหากว่าความพยายามที่จะ หลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารต้องลงทุนลงแรงมากกว่าการรับข่าวสารนั้น บุคคลก็อาจจะต้องยอมรับ ข่าวสารนั้นทั้ง ๆ ที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding) เช่นการที่เรายอมดูโฆษณาที่ซ้ำ ๆ ซาก ในโทรทัศน์ก็เนื่องจากขี้เกียจเปลี่ยนช่อง หรือ เพราะว่าหมუნไปช่องไหน ๆ ก็เจอแต่โฆษณา ก็เลยจำใจ ต้องนั่งดูทั้ง ๆ ที่ไม่ชอบ (Charles Atkin ,1978)

นอกจากนี้ ชาลส์ แอทกิน (Charles Atkin) ชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสาร หรือ ความ ต้องการสื่อมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสาร (Information) และความ บันเทิง (Entertainment)

โดยความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจ (Uncertainly) ของ ปัจเจกบุคคลที่มาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับ

ระดับความต้องการที่อยากรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งมีความอยากรู้ความแน่ใจสูง

2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลนั้นกับความรู้อตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty)

สำหรับความต้องการได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้นมาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างสถานะที่เป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้ (Intrinsic Desire)

ข่าวสารที่จะลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty) และที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัว (Immediate Consummately Gratifications) ส่วนข่าวสารที่ลดความไม่รู้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) นั้น แอทกิน (Atkin) ให้เชื่อว่า ข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจรับรู้ ความคิด และแก้ปัญหาต่าง ๆ (Instrumental Utilities) ในชีวิตประจำวัน ข่าวสารบางอย่างอาจจะนำไปใช้ประโยชน์ได้ และในขณะเดียวกันก็ให้ความบันเทิงด้วยก็ได้

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ของการแสวงหาข่าวสารนั้น นอกจากผู้รับสารต้องการเพื่อสนับสนุน ทศนคติ ความคิด และความเข้าใจเดิมที่มีอยู่แล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในด้านอื่น เช่น เพื่อให้มีความรู้ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาได้ ตลอดจนเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคล และเพื่อความบันเทิง ทั้งนี้ การตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร การเฉยเมยต่อข่าวสาร ขึ้นอยู่กับการประเมินเปรียบเทียบผลตอบแทนที่จะได้รับจากการรับรู้ข่าวสารนั้นของผู้รับสารด้วยเช่นกัน

สำหรับทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารนี้เป็นพื้นฐานอย่างหนึ่งในการศึกษาวิจัยว่ากลุ่มประชาชนผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทาง

ประชากรแตกต่างกัน จะมีการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศประเภทใดบ้าง เพื่อประโยชน์ใด และแตกต่างกันอย่างไร

ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratification Theory)

ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ หรือ การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนั้น เป็นทฤษฎีที่เน้นความสำคัญที่ผู้รับสาร โดยเน้นว่าผู้รับสารจะเป็นตัวจักรในการตัดสินใจเลือกใช้ประเภทของสื่อและเนื้อหาที่ตอบสนองของความต้องการของแต่ละบุคคล โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเป็นหลัก ซึ่งการตัดสินใจเลือกรับสื่อนั้น ผู้รับสารจะพิจารณาในแง่ที่ว่า ตนต้องการอะไร จากสื่อใด สารประเภทไหน และสารนั้นตอบสนองของความต้องการของตนอย่างไร ถือได้ว่าเป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร โดยผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ 2542)

บุคคลเป็นผู้กระทำ (Passive Person) ที่ต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือทัศนคติไปตามผล (Effects) ที่ได้รับจากสื่อ แต่เมื่อพิจารณาในทางตรงกันข้าม บุคคลเป็นผู้กระทำ (Active Person) ที่มีความปรารถนาจะเลือกใช้สื่อ เพื่อตอบสนองของความพอใจส่วนตัว (พัชนี เชนจรรยาเมตตา วิวัฒน์านุกูล และ ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ , 2538)

ลักษณะที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของทฤษฎีนี้คือ การศึกษามนุษย์มากกว่าข้อความข่าวสารของการสื่อสาร โดยเน้นการศึกษาว่าเพราะเหตุใดมนุษย์จึงมีพฤติกรรมทางการสื่อสารอย่างนั้น อย่างนี้มากกว่าที่จะศึกษาว่าข้อความในการสื่อสารว่าอย่างไรและจะก่อให้เกิดอะไรในมนุษย์เรา โดยชี้ให้เห็นถึงความต้องการต่าง ๆ ของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการสื่อสาร เพื่ออธิบายให้เห็นว่า ความต้องการบุคลิกภาพ และองค์ประกอบด้านสังคมอื่น ๆ ต่างก็มีส่วนช่วยอธิบายว่าการที่มนุษย์แสวงหาหรือหลีกเลี่ยงการใช้ข่าวสารที่มีอยู่ในการสื่อสารมวลชน เป็นการศึกษาที่มองว่ามนุษย์ผู้จักที่จะนำเอาข่าวสารที่ได้จากสื่อไปใช้ให้เกิดประโยชน์

แคทซ์ และคณะ (Katz and Others : 1974 อ้างใน ยุบล เบญจรงค์กิจ , 2534) ได้ศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้อีเมลในประเทศอิสราเอล ซึ่งเป็นลักษณะของงานวิจัยสำรวจพื้นฐาน และได้พยายามที่จะคิดค้นประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดการใช้สื่อและความพึงพอใจมากกว่าจะเป็นการศึกษาเพื่อทดสอบสมมุติฐาน ดังนั้น Katz และคณะ จึงได้สร้างมาตรวัดความต้องการด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบปลาย ๆ องค์ประกอบมารวมกันเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ องค์ประกอบทั้ง 3 อย่าง ดังนี้

1.Mode คือ ลักษณะของความ ต้องการ เช่น

- ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
- ต้องการให้ลดน้อยลง
- ต้องการให้ได้มา

2.Connection คือ จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก คือ

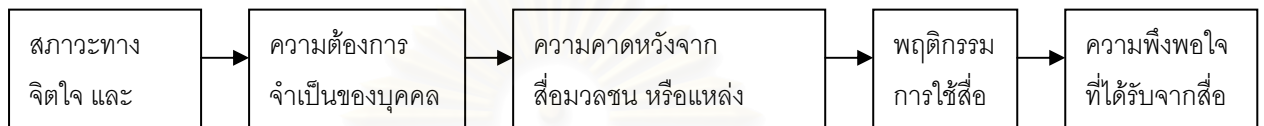
- การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้
- การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
- การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพ
- การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

3.Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่

- ตนเอง
- ครอบครัว
- เพื่อนฝูง
- สังคม รัฐบาล
- ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม
- โลก
- สิ่งภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายน้อยลง

จากองค์ประกอบทั้งสามที่กล่าวมานี้ แคทซ์ และคณะ (Katz and Others:1974) ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการของบุคคลขึ้น เพื่อชี้ให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลซึ่งสามารถใช้

สื่อต่าง ๆ ตอบสนองความพึงพอใจ (Gratifications) ได้ โดยสามารถสร้างเป็นแบบจำลองเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจได้ดังนี้



ภาพที่ 1 แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจของ Katz และคณะ (Katz and Others : 1974)

แบบจำลองที่ แคทซ์ และ คณะ (Katz and Others: 1974) สร้างขึ้นสามารถอธิบายได้ว่า สภาพทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน เป็นสาเหตุให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งทำให้แต่ละคนคาดหวัง หรือคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภท สามารถสนองความพึงพอใจได้ต่างกันด้วย ดังนั้น ลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันเหล่านี้ จะแตกต่างกันออกไป ขั้นสุดท้ายคือ ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อก็จะแตกต่างกันไปด้วย

คำอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองนี้ ยกเป็นตัวอย่างให้เห็นได้ในกรณีนี้ที่ปัจเจกบุคคลผู้หนึ่งซึ่งมีความต้องการจำเป็นตามสภาพทางจิตใจและสังคม เช่นต้องการเป็นคนรอบรู้ทันสมัย เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะสนองความต้องการได้ จึงมีการเลือกเปิดรับ รายการต่าง ๆ ทางวิทยุ โทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์ เป็นต้น เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการได้ คือ เป็นคนที่มีความรอบรู้ทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย หรือพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน (พีระ จีระโสภณ , 2539)

นอกจากนี้ แมคคอมบส์ และ เบคเคอร์ (McCombs and Becker 1979) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการใช้สื่อตามความพอใจและความต้องการว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการดังต่อไปนี้ คือ

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวจากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันเหตุการณ์ เพื่อความทันสมัย รู้ว่าอะไรมีความสำคัญและควรจะเรียนรู้
2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดเห็นของตนเองต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว
3. ความต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย (Discussions) โดยการรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารนำไปพูดคุยกับผู้อื่นได้
4. ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว
5. ความต้องการเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
6. ความต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

โดย คิปแพ็ค และ เมอร์เรย์ (Kippax and Murray 1980) อ้างในรูปนี้ สุวรรณฉัตรชัย 25 : 26-27) ได้นำความคิดของแคทซ์(Katz) ไปศึกษา โดยนอกจากจะเน้นเรื่องการใช้สื่อและความพึงพอใจแล้ว ยังได้เพิ่มเติมในเรื่องของการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อด้วย จุดประสงค์ของการศึกษาคั้งนี้คือ ต้องการหาความสัมพันธ์ของความต้องการใช้สื่อ กับความพึงพอใจ และการใช้สื่อกับการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ ผลจากการศึกษา เป็นดังนี้

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อ และการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมาก คือ อายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อ เพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย คือ อายุตั้งแต่ 9-11 ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อยจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุมากกว่าจะใช้สื่อ เพราะมีความสนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคมและความต้องการของตนเอง

2. คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ
3. จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษา โทรทัศน์ จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับหนึ่ง เพราะกลุ่มเป้าหมายจะเห็นว่าสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เราสนใจ เช่น เกี่ยวกับโลก และเหตุการณ์ภายในประเทศ รวมทั้งให้ความบันเทิงด้วย โดยหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และภาพยนตร์ จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองตามเหตุผลของการเลือกใช้
4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมาย และเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

การศึกษาของ คิปแพ็ค และ เมอร์เรย์ (Kippax and Murray 1980) นี้ สามารถสรุปได้ว่าความต้องการในการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ และปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

ส่วนแมคควอล และ คณะ (McQuail and other) อ้างใน ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ, 2531 ได้ศึกษาตัวแปร ความต้องการของผู้รับสารจากสื่อมวลชนไว้ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ

- เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสังคม
- เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ ความคิดเห็น และการตัดสินใจ
- สนองความอยากรู้อยากเห็น และสนองความสนใจ
- เป็นการเรียนรู้ และศึกษาด้วยตนเอง
- สร้างความรู้สึกที่มั่นคง

2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

- ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
- ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
- แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ

- มองทะลุภายในตนเอง

3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
- แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
- นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- ใช้แทนเพื่อน
- ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
- สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม

4. ความต้องการความบันเทิง

- การหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ
- การผ่อนคลาย
- มีวัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ความสนุกสนานทางสุนทรียะ
- ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
- ปลดปล่อยอารมณ์
- เป็นการกระตุ้นทางเพศ

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ เวินเนอร์ (Lawrence A. Wenner 1985 : 171-193) เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดย เวินเนอร์ได้แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. Orientational Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล เพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility)

2. Social Gratifications เป็นการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสารกับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น หรือใช้เพื่อการชกแจงใจ

3 Para-Social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงอ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือ ปรากฏในเนื้อหาของสื่อ

4. Para-orientational Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น เป็นต้น

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิง โดยในกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิง ที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลให้กลุ่มผู้อ่านมีการแสวงหาข่าวสารในความรู้เรื่องเพศที่แตกต่างกัน ซึ่งคาดคะเนได้ว่า แต่ละคนนั้นจะมีการใช้ประโยชน์และได้รับความพึงพอใจจากข่าวสารแตกต่างกันตามไปด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร

นิตยสาร หมายถึง วารสารสำหรับผู้อ่านทั่วไป มีบทความเรื่องต่าง ๆ เขียนโดยผู้แต่งหลายคน ส่วนมากเป็นเรื่องอ่านเล่น นวนิยาย คำประพันธ์ ความหมายเดิมของนิตยสาร คือ สังเขปข่าว และเรื่องเบ็ดเตล็ดจากหนังสือพิมพ์ที่พิมพ์ขึ้นเพื่อความบันเทิง (Davinson 1969 :73 อ้างใน ลักษมี ไชยทองศรี 2541: 10)

E.W. Hildlick กล่าวว่า “ นิตยสารเป็นแหล่งรวมบทความเรื่องต่าง ๆ โดยผู้เขียนหลายคน และมีกำหนดออกตามวาระ” (Hildlick 1966 : 13 ,อ้างแล้ว)

จากคำจำกัดความต่าง ๆ นี้ พอประมวลได้ว่า นิตยสาร (Magazine) หมายถึง สิ่งพิมพ์ซึ่งตามปกติมีปกอ่อน ระบุกำหนดเวลาออกที่แน่นอน ประกอบด้วยเนื้อหาสาระที่ให้ทั้งความรู้และ

ความบันเทิง เช่น มีบทความต่าง ๆ โดยผู้เขียนหลายคน บทสัมภาษณ์ เรื่องสั้น นวนิยาย บทวิจารณ์ ข่าวต่าง ๆ และมีภาพโฆษณาประกอบค่อนข้างมาก (อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต : 2529)

ความเป็นมาของนิตยสาร

นิตยสารเป็นสื่อมวลชนประเภทแรกที่เกิดขึ้นในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ.2387 ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดสารสนเทศ (Information) ให้ความรู้ (Education) ให้ความบันเทิง (Entertainment) และการให้บริการในการประกาศและโฆษณาต่าง ๆ (ระวีวรรณ ประกอบผล , 2530 : 1)

นิตยสารฉบับแรกของไทยคือ “บางกอก รัคคอร์เดอร์” หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า “หนังสือจดหมายเหตุฯ) เป็นนิตยสารรายปักษ์ขนาด 8 หน้ายก จัดทำโดยหมอบรัดเล ออกเผยแพร่เมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2387 มีเนื้อหาที่เป็นความรู้และสารคดีในลักษณะที่เป็นข้อเขียนสั้น ๆ สำหรับนิตยสารไทยฉบับแรกที่ทำโดยคนไทย คือ “ดุริยจินดารัตน” ของพระองค์เจ้าเกษมสันต์โสภาคย์ เมื่อปี พ.ศ. 2417 ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นปีแรกที่นิตยสารไทยถือกำเนิดขึ้น (ระวีวรรณ ประกอบผล , 2530 : 31-35)

นิตยสารสตรีจัดเป็นนิตยสารประเภทหนึ่งของนิตยสารเพื่อผู้บริโภค (Consumer Magazine) นิตยสารสตรีฉบับแรกของไทยเกิดขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 ในปีพ.ศ. 2449 ชื่อ “กุลสตรี” เป็นนิตยสารรายเดือนมีจุดมุ่งหมายที่จะให้ความรู้แก่ผู้หญิงและมุ่งที่จะให้เป็นสื่อสำหรับนักเรียนในโรงเรียนสตรีในขณะนั้นเพื่อแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการส่งเรื่องมาตีพิมพ์ แต่นิตยสารฉบับนี้ออกมาได้เพียงปีเดียวก็เลิกกิจการไป

ในสมัยต่อ ๆ มาได้มีนิตยสารสตรีออกมามากหลายฉบับ เช่น สตรีศัพท์ สตรีไทย นารีเชษมนารีนิเทศ สุภาพนารี และนารีนาถ เป็นต้น นิตยสารสมัยนี้จัดได้ว่ามีการพัฒนามาเป็นนิตยสารที่แท้จริงในแง่ของรูปเล่ม ภาพประกอบและเนื้อหา (ระวีวรรณ ประกอบผล , 2530 : 171-175)

อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต และ อวยพร พานิช (2532) ได้แบ่งนิตยสารสตรีออกเป็น 5 ยุคด้วยกัน คือ

1. ยุคการปลูกสำนึกในการใฝ่ความรู้และสิทธิของสตรีไทย (พ.ศ. 2431 – พ.ศ.2475) มีเนื้อหาให้ความรู้และความคิดที่ทันสมัย
2. ยุคมีตของนิตยสารสตรี (มิถุนายน พ.ศ. 2475-พ.ศ. 2489) มีการเปลี่ยนแปลงการปกครองและเกิดสงครามโลกขึ้นทำให้นิตยสารสตรีถูกล้มหายไป มีนิตยสารสตรีเพียง 3 ฉบับในช่วงนี้ คือ หญิงไทย ประมวลมารค และสวนอักษร
3. ยุคตื่นตัว (พ.ศ. 2490 – พ .ศ.2500) มีนิตยสารสตรีเกิดใหม่อีก 25 ฉบับ โดยมีเนื้อหาที่มุ่งไปในทางบันเทิงคดี แม่บ้านการเรือน เช่น สตรีสาร สกุลไทย กุลสตรี เดลิเมล์วันจันทร์ และศรีสัปดาห์ เป็นต้น
4. ยุคนวนิยายพาฝัน (พ.ศ. 2501 – พ .ศ.2516) สืบเนื่องมาจากสภาวะการณ์ทางการเมืองเมืองซึ่งอยู่ในยุคของเผด็จการทำให้เนื้อหาของนิตยสารมุ่งเน้นด้านบันเทิง มีนิตยสารสตรีเกิดขึ้นอีก 23 ฉบับ เช่น ขวัญเรือน ดรุณี สตรีไทย คุณหญิงและลลนา เป็นต้น
5. ยุคข่าวสารและความหลากหลายของนิตยสารสตรี (พ.ศ. 2516– พ .ศ.2531) เป็นยุคที่มีความเปลี่ยนแปลงด้านเนื้อหาที่มุ่งให้ข่าวสารและความรู้หลากหลายมากขึ้น มีนิตยสารสตรีใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นมาอีก 64 ฉบับ เช่น ดิฉัน แพรว หญิงไทย ฯลฯ

ประเภทของนิตยสาร

Click & Baird (1994:9) กล่าวว่า นิตยสารที่ออกจำหน่าย มีทั้งให้ข้อมูลแบบเฉพาะด้านและแบบทั่วไป ทั้งนี้เพื่อให้สนองต่อความต้องการของผู้รับสารในสภาพสังคมที่มีความแตกต่างกัน นิตยสารต้องเผยแพร่ออกไปให้ครอบคลุมทุก ๆ พื้นที่ ต้องมีภาพประกอบ มีข้อเขียนที่อ่านแล้วเข้าใจได้ง่าย สามารถนำไปอ่านได้ทุกที่ทุกเวลาที่ต้องการอ่าน ถึงแม้จะมีนิตยสารอยู่เป็นจำนวนมาก ผู้อ่านก็จะมีอยู่มากด้วยเช่นเดียวกัน นิตยสารพยายามที่จะทำความรู้จักกับกลุ่มผู้อ่านของตนเองให้มากที่สุด ดังนั้นจึงเกิดนิตยสารประเภทต่าง ๆ ขึ้นมา

แคทซ์(Katz) (อ้างถึงใน จิรอดุลย์ บุญยภักดิ์ ,2543 : 6) ได้แบ่งนิตยสารออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 3 ประเภทคือ

1. นิตยสารทั่วไป หมายถึง นิตยสารสำหรับผู้อ่านโดยทั่วไป ทั้งผู้ชาย ผู้หญิง และเด็ก นิตยสารประเภทนี้ต้องพึงโฆษณาเป็นหลัก

2. นิตยสารกึ่งวิชาการ หมายถึง นิตยสารสำหรับผู้อ่านที่อยู่ในวงจำกัดมากขึ้น เน้นหนักที่จะให้ความรู้มากกว่าความบันเทิง รายได้ของนิตยสารกึ่งวิชาการมาจากโฆษณา และค่าบอกรับเป็นสมาชิก

3. นิตยสารวิชาการหรือวารสารวิชาการ หมายถึง นิตยสารสำหรับผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม ซึ่งมีความรู้ความเข้าใจในสาขาวิชานั้น ๆ รายได้ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับค่าบอกรับเป็นสมาชิก และเงินอุดหนุนจากองค์การ สมาคม และบริษัทการค้า

จะเห็นได้ว่าการแบ่งประเภทของนิตยสารของ Katz เป็นการแบ่งพิจารณาตามเนื้อหาสาระ และ รายได้ในการจัดทำนิตยสาร

ระวีวรรณ ประกอบผล (2526: 13-14) แบ่งประเภทของนิตยสารออกตามลักษณะของผู้จัดทำ ได้ดังนี้

1. นิตยสารเพื่อผู้บริโภค เป็นนิตยสารที่ออกโดยเอกชน หรือบริษัทธุรกิจการพิมพ์ต่าง ๆ นิตยสารประเภทนี้ กล่าวได้ว่าเป็นนิตยสารที่ทำขึ้นจำหน่าย และครองความสำคัญในธุรกิจนิตยสาร ลักษณะสำคัญคือ การทำเป็นธุรกิจที่มุ่งหวังผลกำไร จึงมีการลงโฆษณา แจกความต่าง ๆ เป็นการหารายได้และเป็นบริการอีกด้านหนึ่งของนิตยสาร นอกจากการทำหน้าที่อื่น ๆ ภายในกลุ่มนี้ จะจัดแบ่งแยกหมวดหมู่ย่อยของนิตยสารลงอีก ซึ่งพิจารณาจากวัตถุประสงค์ เนื้อหา และกลุ่มผู้อ่านนิตยสาร

2. นิตยสารที่ออกโดยหน่วยราชการ สมาคมวิชาชีพ หรือสถาบันต่าง ๆ ที่มีได้มุ่งผู้อ่านทั่วไป วิธีการเผยแพร่อาจใช้วิธีขาย หรือให้เปล่า หรือทั้งสองอย่าง

มัทธนา อธิทินนทชัย และศิริพร สโครบานเนค (2529) สรุปว่า ประเภทของนิตยสารนั้น แบ่งออกได้ตามวัตถุประสงค์ในการสนองตอบต่อผู้อ่าน ซึ่งผู้อ่านแต่ละกลุ่มก็มีความต้องการในการรับรู้เนื้อหา หรือข้อมูลต่าง ๆ ที่แตกต่างกันออกไป หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการแบ่งตามกลุ่มผู้อ่าน (audience) ซึ่งแบ่งได้ดังนี้

1. นิตยสารสำหรับกลุ่มคนรุ่นใหม่ หรือคนสมัยใหม่ ซึ่งเป็นที่นิยมของผู้อ่านที่ต้องออกไปทำงานนอกบ้าน และการอยู่ร่วมกันในสังคม

2. นิตยสารสำหรับคนกลุ่มดั้งเดิม หรือกลุ่มแม่บ้าน ซึ่งมุ่งเสนอแก่ผู้อ่านที่เป็นผู้ที่ยังมีบทบาทและหน้าที่ในการเป็นแม่บ้าน หรือ ดูแลบ้าน
3. นิตยสารสำหรับปัญญาชน ซึ่งผู้อ่านจะเป็นกลุ่มปัญญาชนชั้นกลาง มีเนื้อหาสาระครอบคลุมทุกด้านโดยเฉพาะที่เกี่ยวกับข่าว สารคดี ภาษา และหนังสือ เป็นต้น
4. นิตยสารสำหรับผู้รักการบันเทิงเรีงมย์ เป็นนิตยสารที่เน้นนวนิยาย เรื่องสั้น เรื่องแปล เรื่องในวงการบันเทิง เช่น ดารา นักแสดง นักร้อง
5. นิตยสารสำหรับวัยรุ่น เป็นนิตยสารที่เน้นเรื่องราวของชายหนุ่ม หญิงสาว สอดแทรกสาระที่น่าสนใจด้วยลีลาการเขียนง่าย ๆ ใช้ภาษาร่วมสมัย

นอกจากนี้ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต. 2542 ได้แบ่งประเภทของนิตยสารออกเป็นประเภทตามเนื้อหาต่าง ๆ ได้ 7 กลุ่มดังนี้คือ

1. แนวแม่บ้านการเรือน

เน้นเนื้อหาด้ำนแม่บ้านการเรือนและสาระบันเทิง เน้นกลุ่มผู้อ่านที่เป็นแม่บ้านและกึ่งแม่บ้าน แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1.1 นิตยสารที่เน้นความรู้ด้ำนแม่บ้านการเรือน ความบันเทิง และความรู้ทั่วไป ประกอบด้วยนวนิยายเรื่องยาว เรื่องสั้น คอลัมน์ต่าง ๆ และเนื้อหาอีกประมาณร้อยละ 30 เป็นด้ำนแม่บ้านการเรือน เช่นการตัดเย็บเสื้อผ้า การทำอาหาร และเย็บปักถักร้อย ได้แก่ กุลสตรี ชวีญเรือน คุณหญิง หญิงไทย ฯลฯ

1.2 นิตยสารที่เน้นความรู้เฉพาะด้ำนของแม่บ้าน

เช่น นิตยสารครัวแม่บ้าน แม่บ้านทันสมัยจะเน้นเฉพาะการทำอาหาร ส่วนนิตยสารการฝีมือ และประดิษฐ์ประดิษฐ์ จะเน้นเฉพาะงานฝีมือและเย็บปักถักร้อย

2. แนวให้ความรู้ทันโลกทันสมัยแก่สตรี

เน้นเนื้อหาความรู้รอบตัวที่ทันสมัย ข่าวสารการปรับตัว การอยู่ร่วมกันในสังคม โลกของผู้หญิง ทำงาน ชีวิตคู่ และปัญหาในสังคม กลุ่มผู้อ่านเป็นผู้หญิงที่มีความรู้ตั้งแต่วัยรุ่นจนถึงวัยกลางคนที่ทำงานนอกรบ้าน ได้แก่ ดิฉัน พลอยแถมเพชร แพรว แพรวสุดสัปดาห์ ผู้หญิงวันนี้ ผู้หญิงเปรี้ยว Image และนิตยสารต่างประเทศฉบับภาษาไทย ได้แก่ นิตยสาร Elle ,Cleo ,

Cosmopolitan,ที่เปิดตัวในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ คือ ในปี พ.ศ.2538-2540 และที่เปิดตัวในช่วงปี พ.ศ. 2546-2547ซึ่งเป็นปีที่เศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัว ผู้บริโภคมีกำลังทรัพย์ในการซื้อมากยิ่งขึ้นได้แก่ Madame Figaro ,Her World ,Slimming โดยนิตยสารต่างประเทศฉบับภาษาไทยประเภทนี้ได้รับความนิยมค่อนข้างเร็วและสูงจนกลายเป็นคู่แข่งที่สำคัญของนิตยสารสตรี

3. แนวครอบครัว

เน้นเนื้อหาด้านการเลี้ยงดูบุตร การดูแลครอบครัว ความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัว ได้แก่ แม่ และเด็ก รักลูก ดวงใจพ่อแม่ Perfect Home ,Kids & Family คู่สร้างคู่สม

4. แนวเน้นความบันเทิงด้านนวนิยาย

เน้นความบันเทิงด้วยนวนิยายเรื่องยาวเป็นหลัก นอกนั้นมีคอลัมน์ที่ให้ความรู้เบา ๆ เช่น การตอบปัญหาชีวิต ที่สำคัญคือ เป็นแหล่งกำเนิดของนวนิยายเรื่องยาวต่าง ๆ ของยุคสมัยนั้น ๆ กลุ่มผู้อ่านค่อนข้างกว้าง เป็นผู้หญิงทั่วไปทุกช่วงอายุและระดับการศึกษา นิตยสารในกลุ่มนี้ ได้แก่ สกุลไทย ศรีสยาม และทานตะวัน

5.แนวสิทธิและการพัฒนาสตรี

เน้นเนื้อหาค่อนข้างหนักไปในทางสิทธิและการพัฒนาสตรี การวิพากษ์วิจารณ์สังคม กลุ่มผู้อ่านเป็นหญิงที่มีการศึกษา ใฝ่หาความรู้และพัฒนาสังคม นิตยสารในกลุ่มนี้กำลังจะหายไปจากสังคมไทย คงเหลือให้เห็นในช่วงทศวรรษนี้ได้แก่ สตรีทัศน์ ซึ่งออกโดยมูลนิธิเพื่อนหญิง

6.แนววัยรุ่นเน้นเนื้อหาด้านบันเทิง

เนื้อหาเกี่ยวกับสังคมของวัยรุ่น เพื่อกลุ่มผู้อ่านวัยแรกรุ่นโดยเฉพาะ ได้แก่ เธอกับฉัน, The Boy, Ice ,Katch,I-spy,Buzz,Seventeen

7.แนวแฟชั่น

เน้นภาพแฟชั่นและสังคมวงการแฟชั่นโดยเฉพาะ แต่ก็นับเป็นนิตยสารสตรีที่มีกลุ่มผู้อ่านและใช้ประโยชน์โดยเฉพาะ สามารถพบเห็นตามร้านตัดเย็บเสื้อผ้า และร้านทำผมทั่วไป ได้แก่ แฟชั่นรีวิว, โลกแฟชั่น,FACE

กล่าวโดยสรุปแล้ว การแบ่งประเภทของนิตยสารเหล่านี้ จะต้องคำนึงถึงความต้องการของ ผู้บริโภคหรือผู้อ่านเป็นสำคัญ หรืออาจกล่าวได้ว่าการแบ่งประเภทของนิตยสารนั้นมักแบ่งตาม กลุ่มผู้รับสาร (audience) ทั้งนี้เพื่อการตอบสนองของความต้องการในด้านการรับรู้ข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพนั่นเอง

มาลี บุญศิริพันธ์ และพงษ์ศักดิ์ พงษ์วิเชียร (2531 :727-728) อธิบายถึงส่วนประกอบ ของเนื้อหา (Editorial Content) ดังนี้ คือ

1. คอลัมน์ประจำ ซึ่งมีเนื้อหาสาระและแนวเดียวกันต่อเนื่องฉบับต่อฉบับ บางครั้งอาจ เรียกว่า department ผู้อ่านมักจะมี ความคุ้นเคยกับคอลัมน์ที่โปรดปรานของตน และเมื่อซื้อ นิตยสารมาก็มักจะอ่านคอลัมน์นั้นทันทีก่อนเรื่องอื่น ๆ คอลัมน์ประจำต่าง ๆ ในนิตยสารจึงต้อง แบ่งประเภทของเนื้อหาให้เป็นไปตามชื่อคอลัมน์ที่กำหนดไว้เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเปิดอ่านได้ทันที เช่น คนที่ซื้อนิตยสารไวก ย่อมรู้ว่านิตยสารนี้จะมีประโยชน์ทางด้านแฟชั่น การแต่งกาย ความงาม ปัญหาหัวใจ สุขภาพ เป็นต้น

2. บทความในคอลัมน์ประจำ นิตยสารบางฉบับจะเปิดคอลัมน์ประจำบางคอลัมน์ที่เห็น ว่ามีความสำคัญสอดคล้องกับนโยบายหลักให้กว้างขวางมากกว่าคอลัมน์อื่น ๆ คอลัมน์ประเภทนี้ สามารถบรรจุบทความเรื่องราวต่าง ๆ ได้หลายเรื่อง บางเรื่องอาจต่อเนื่องกันหลายฉบับก็ได้ เช่น คอลัมน์ “Beauty flash” ในนิตยสาร Cleo ผู้อ่านก็หวังว่าจะได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับความงาม เป็น ต้น

3. เรื่องทั่ว ๆ ไป นอกเหนือจากคอลัมน์ทั้ง 2 ประเภทที่กล่าวมาแล้ว นิตยสารยัง ประกอบด้วยเรื่องทั่ว ๆ ไปที่ไม่จำเป็นต้องประจำในคอลัมน์ใดคอลัมน์หนึ่งโดยเฉพาะ เช่น นวนิยาย เรื่องสั้น เรื่องประเภทนี้ไม่จำเป็นที่จะต้องมุ่งที่ผู้อ่านประเภทเดียวกันเสมอไปทุกฉบับ อาจจะแตกต่างกันไปแล้วแต่ความชอบ

ด้วยเหตุที่นิตยสารผู้หญิงได้ทำหน้าที่อันสำคัญในฐานะสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ ในการ พัฒนา ปรับเปลี่ยน ความรู้ ทักษะคติ รวมทั้งสร้างความเข้าใจอันดีต่อการพัฒนาความรู้เรื่องเพศ ของกลุ่มผู้อ่านอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเผยแพร่เนื้อหาสาระที่เป็นความรู้และเกี่ยวข้องกับ การ

ขยายโลกทัศน์ และพัฒนาความรู้ความเข้าใจในเรื่องเพศศึกษา ซึ่งเป็นเรื่องที่ประชาชนคนไทยส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง แนวคิดนี้จึงเป็นแนวคิดที่มีพื้นฐานสำคัญในการศึกษาความสนใจในด้านการแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ในความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร

แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเพศศึกษา

ความหมายของเพศศึกษา

คำว่า เพศศึกษา (sex education) นั้นเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางมาก จึงมีผู้ให้คำจำกัดความ และความหมายในเรื่องเพศศึกษาในหลากหลายทัศนะดังต่อไปนี้

Dictionary of Education (อ้างใน จิรจตุลย์ บุญยภักดิ์ 2543 : 12) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า เพศศึกษา ไว้ดังนี้

เพศศึกษา หมายถึง

1. การศึกษาที่เกี่ยวกับกระบวนการและปัญหาของการสืบพันธุ์
2. การศึกษาที่มุ่งจัดให้บุคคลเข้าใจเรื่องเพศ การควบคุมพฤติกรรมทางเพศ และแรงขับทางเพศ
3. การศึกษาเกี่ยวกับหลักการ และปัญหาของบุคคลและกลุ่ม ซึ่งมาจากความจริงทางด้านชีวภาพว่า มนุษย์มี 2 พวก คือ ชายและหญิง

นายแพทย์ เสนอ อินทรสุขศรี (สมาคมวางแผนครอบครัวแห่งประเทศไทย, 2525: 12) ให้ความหมายในเรื่องของเพศศึกษาไว้ว่า หมายถึง การศึกษาที่จะเรียนรู้และเข้าใจในเรื่อง

- ธรรมชาติของชีวิตนับตั้งแต่เกิดจนตาย
- ความรัก ที่คนเราถึงจะมีต่อกันและกัน
- วิธีการคบหาสมาคมระหว่างเพศเดียวกันและต่างประเทศ
- ประเพณี มารยาท และขนบธรรมเนียมของสังคม
- ชีวิตครอบครัวอันประกอบด้วย พ่อ แม่ ลูก

- จิตวิทยาแห่งเพศตน และเพศตรงข้าม
- การสร้างฐานะอันมั่นคง เพื่อเตรียมตัวสร้างครอบครัวใหม่ของตนเอง
- การเลือกคู่ครองที่ถูกต้อง
- การปฏิบัติตน และการใช้ชีวิตสมรสให้เป็นสุข
- การเลี้ยงดูอบรมทารกและเด็ก เพื่อพัฒนาความเจริญของเด็กและสังคมในอนาคต
- สภาพปกติและผิดปกติแห่งเพศ
- การวางแผนครอบครัว
- การปฏิบัติตนเพื่อใช้ชีวิตในวัยสูงอายุให้มีความสุขในบ้านปลายชีวิต เป็นต้น

เคอร์เคนดอลล์ (Lester A. Kirkendall, 1960:8 อ้างถึงในสุชาติ และวรรณิ โสภประยูร ,2541 : 4) ได้อธิบายว่า เรื่องเพศมีความหมายและขอบเขตกว้างขวางมาก เช่นเดียวกับคำว่า “ชีวิต” จึงไม่สามารถจะใช้คำอธิบายอย่างสั้น ๆ ได้ แต่พอจะสรุปได้ดังนี้

1. เรื่องเพศเป็นแรงผลักดันที่สำคัญอย่างหนึ่ง ซึ่งทำให้คนเราเกิดมีความปรารถนาที่จะประสบความสำเร็จ และสามารถกระทำหรือแสดงพฤติกรรมในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุตามที่ได้ตั้งใจเอาไว้
2. เรื่องเพศเป็นแรงกระตุ้นหรือเครื่องเร้าใจอันทรงพลังยิ่ง ที่ทำให้เพศชายและเพศหญิงเกิดความสนใจซึ่งกันและกัน เพื่อช่วยทำให้การประกอบกิจการต่าง ๆ เป็นไปอย่างราบรื่น
3. เรื่องเพศเป็นสิ่งที่สามารถกำหนดบทบาท กิริยาท่าทาง ลักษณะการดำเนินชีวิตของคนเราอย่างเห็นได้ชัด แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าเพศใดจะสำคัญยิ่งหย่อนไปกว่ากัน
4. เรื่องเพศเป็นธรรมชาติที่แฝงอยู่ในร่างกายและจิตใจของคนเราอย่างลึกซึ้งถาวร ซึ่งจะแสดงบทบาทสำคัญที่สุดให้ได้ในชีวิตรักและการครองเรือน
5. เรื่องเพศเป็นสิ่งที่สามารถลดบันดาลให้ชีวิตมีความต่อเนื่องกัน จากช่วงชีวิตหนึ่งไปยังอีกช่วงชีวิตหนึ่ง โดยกระบวนการทางการสืบพันธุ์ ซึ่งความต่อเนื่องนี้จะช่วยทำให้ลักษณะชีวิตหลายสิ่งหลายอย่างของพ่อแม่สามารถสืบทอดไปสู่ลูกได้

โดยสรุป เพศศึกษา หมายถึง กระบวนการทางการศึกษา (Education Process) ที่จะช่วยให้ผู้ที่ต้องการศึกษาได้เข้าถึงความแตกต่างทางด้านกลไกการทำงาน การเปลี่ยนแปลงความต้องการ และผลสืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงและความต้องการของทั้งสองเพศในทุก ๆ ด้าน เช่น ทางด้านกายวิภาค สรีระวิทยา สุขภาพจิต สถานภาพ และบทบาททางเศรษฐกิจ สังคม ประเพณี วัฒนธรรม และการเมือง ทั้งนี้เพื่อนำไปใช้ในการปรับตัว วางแผนชีวิต และการตัดสินใจปฏิบัติต่อกันระหว่างเพศและเพศเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้เกิดความเป็นระเบียบในสังคมและชีวิตครอบครัว

สำหรับลักษณะ หรือ ธรรมชาติของความรู้เรื่องเพศ หากจะกล่าวโดยสรุปแล้ว อาจแบ่งออกตามเนื้อหาที่ประกอบกันเป็นองค์ความรู้ได้ 4 ลักษณะ คือ (จิรอดุลย์ บุญยักดิ์ 2543: 14-16)

1. ลักษณะทางชีววิทยาของความรู้เรื่องเพศ (Biological aspect) ได้แก่ เรื่องเกี่ยวกับกายวิภาค และสรีระวิทยาของร่างกายมนุษย์เป็นสำคัญ เช่น โครงสร้างและหน้าที่ของอวัยวะต่าง ๆ ในระบบการสืบพันธุ์ของเพศชายและเพศหญิง ลักษณะทางพันธุกรรมที่เกี่ยวข้องกับเพศ ความเจริญเติบโตทางเพศด้านร่างกาย (Bio-sexual development หรือ Physical sexual development) การมีหนวดเครา และขนรักแร้ เสี่ยงแตก การมีประจำเดือน การสืบพันธุ์หรือการร่วมประเวณี การปฏิสนธิ การตั้งครรภ์ การคลอดบุตร ฯลฯ

2. ลักษณะทางสุขวิทยาของความรู้เรื่องเพศ (Hygienic aspect) ได้แก่ เรื่องเกี่ยวกับสุขภาพ การระวังรักษาร่างกายให้ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ หรือความผิดปกติทางเพศ เช่น ข้อควรระวังรักษาและสุขปฏิบัติเกี่ยวกับอวัยวะเพศ ข้อควรปฏิบัติขณะมีประจำเดือน การตรวจโลหิตก่อนแต่งงาน กามโรค ความผิดปกติของอวัยวะเพศ ฯลฯ

3. ลักษณะทางจิตวิทยาของความรู้เรื่องเพศ (Psychological aspect) ได้แก่ เรื่องที่เกี่ยวข้องกับจิตใจและอารมณ์ เช่น ความเจริญเติบโตทางเพศในด้านจิตใจ (Psycho-sexual development) ความเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจและอารมณ์เมื่อเข้าสู่วัยรุ่น แรงดันทางเพศ

การระบายอารมณ์ทางเพศ ทักษะคิดต่อเพศตรงข้าม ความรัก ความต้องการหรือความรู้สึกทางเพศ ความผิดปกติทางด้านจิตใจและอารมณ์ ฯลฯ

4. ลักษณะทางสังคมวิทยาของความรู้เรื่องเพศ (Sociological aspect) ได้แก่ เรื่องที่เกี่ยวกับการปรับตัวให้เข้ากับสังคมและมาตรฐานความประพฤติ หรือกฎเกณฑ์ทางสังคม เช่น ความเจริญเติบโตทางเพศในด้านสังคม (Socio-sexual development) ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ เพศสัมพันธ์ อิทธิพลของเหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม การเกี่ยวพาราสี การเลือกคู่ครอง การแต่งงาน ชีวิตสมรส หรือชีวิตครอบครัว การวางแผนครอบครัว ประเพณี และวัฒนธรรมต่าง ๆ

จะเห็นได้ว่า ความรู้เรื่องเพศ (Sex Education) นั้น เป็นสาขาวิชาการที่เป็นแบบผสมผสาน หรือ เป็นสหวิทยาการ (Interdiscipline) ซึ่งประยุกต์ความรู้มาจากสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องของหลายสาขาเช่น ชีววิทยา สุขวิทยา แพทย์ศาสตร์ สาธารณสุขศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรมศาสตร์ สังคมวิทยา ประชากรศาสตร์ ศาสนา ศีลธรรม จริยธรรม ประเพณี วัฒนธรรม สันทนาการ ฯ (สุชาติ และวรรณิ์ โสภประยูร, 2531 : 6-7) หากนิตยสารเผยแพร่ความรู้เรื่องเพศแต่เพียงลักษณะใดลักษณะหนึ่งเพียงอย่างเดียว อาจทำให้ผู้รับสารได้รับความรู้เรื่องเพศไม่ครบถ้วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นฐานความรู้ความเข้าใจในเรื่องเพศของแต่ละคนมีไม่เท่ากัน ผู้รับสารอาจตีความได้หลายแง่มุม ดังนั้นการนำเสนอเรื่องเพศในนิตยสารจึงจำเป็นต้องเน้น หรือนำเสนินเนื้อหาให้ปรากฏออกมาทั้ง 4 ลักษณะ จึงจะทำให้เกิดเป็นวิทยาการที่สมบูรณ์แบบ และมีคุณค่าในการให้การศึกษามากยิ่งขึ้น

บทบาทของเพศศึกษา

เพศศึกษาเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ทุกเพศทุกวัย หรือเกี่ยวข้องกับชีวิตมนุษย์ตั้งแต่เกิดจนตาย ด้วยเหตุนี้ในด้านของความสำคัญของเพศศึกษา สมาคมสุขภาพในโรงเรียนแห่งประเทศไทยสหรัฐอเมริกา (The American School Health Association :ASHA) (อ้างถึงในสุชาติ และวรรณิ์ โสภประยูร ,2541 : 19) ได้กล่าวยอมรับและยืนยันว่า เพศศึกษา เป็นการศึกษาที่สำคัญส่วนหนึ่ง ซึ่งทางโรงเรียนจำเป็นต้องจัดให้แก่เด็ก โดยสมาคมได้ตีพิมพ์บทความชิ้นสำคัญ

เรื่อง Growth Patterns and Sex Education ซึ่งเป็นคำแนะนำเกี่ยวกับโครงการสอนหรือแผนการสอนเพศศึกษาตั้งแต่ชั้นอนุบาลจนถึงชั้นเกรด 12 เมื่อปี ค.ศ.1967

ระวีวรรณ แสงฉาย ได้สรุปบทบาทที่สำคัญของเพศศึกษา ซึ่งมีอยู่ด้วยกันหลายด้าน ได้ดังนี้คือ

1. เพศศึกษาจะต้องช่วยให้แต่ละคนเข้าใจและยอมรับหน้าที่ตามเพศของตน ซึ่งกำลังมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมขึ้นอีกใหม่ ๆ พยายามหาทางวางตนและปฏิบัติหน้าที่ต่าง ๆ ของตนอย่างได้ผลและราบรื่น และให้ความยุติธรรม และพึงพอใจแก่ตนเพียงพอในความสัมพันธ์ชายหญิงทุกวัย ทุกหน้าที่ที่อยู่ใกล้ชิดกัน การเข้าใจความแตกต่างของแต่ละเพศทั้งทางร่างกายและจิตใจซึ่งเป็นข้อชี้ชัดลงไปและเป็นที่ยอมรับว่า เพศชายแข็งแกร่งกว่าเพศหญิง หรือ หญิงประณีตกว่าชาย ฯลฯ เมื่อมีความเข้าใจดังนี้แล้ว ย่อมจะปฏิบัติต่อกันได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

2. การเข้าใจความสัมพันธ์อันดีต่อกันฉันท์เพื่อน เช่น ให้เกียรติกกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำความอบอุ่นใจ รับหน้าที่ปฏิบัติต่อกันด้วยความเมตตาปราณี และแต่ละคนไม่ว่าชายหรือหญิง จะต้องมีความรู้สึกรับผิดชอบด้านสังคม (Social responsibility) และมีความปรารถนาที่จะช่วยเหลือคนอื่นให้เขาได้สามารถและมีโอกาสปรับตัวดีขึ้น

3. เพศศึกษาจะช่วยให้แต่ละคนตระหนักถึงความแตกต่างในลักษณะการนึกคิดและพฤติกรรมทางเพศ ซึ่งมีอยู่เป็นปกติ (Aware of differential sex pattern) และยอมรับความแตกต่าง และมีความเกี่ยวข้องกันได้อย่างราบรื่น (Accept and interact harmoniously) กับผู้ที่มีลักษณะความนึกคิดการกระทำของขาแตกต่างกับเราโดยปกติ (Sexual norm)

4. เข้าใจการเลือกคู่ ขอบข่ายแห่งเพศศึกษาตามความหมายนี้ มุ่งที่จะให้มีการใช้ชีวิตสมรสราบรื่น ในข้อนี้อาจแทรกเรื่องขนบธรรมเนียมประเพณี ศีลธรรม หรือวัฒนธรรมไว้ด้วย

5. เข้าใจถึงการที่จะต้องเตรียมตัวรับผิดชอบต่อครอบครัว มีการคิดถึงอาชีพและการสร้างหลักฐาน ต้องการเป็นผู้ที่ได้รับการยกย่องนับถือ ฯลฯ

6. เข้าใจการเลี้ยงดูบุตรธิดาให้เติบโตเป็นพลเมืองดี ซึ่งในการนี้จะต้องมีตัวเองเป็นตัวอย่าง ในการให้ความรักความเข้าใจจากหน่วยย่อยในครอบครัวไปจนถึงสังคม เพราะการอบรมภายใน ครอบครัวนั้นสำคัญมาก ไม่เพียงแต่กับสมาชิกทุกคนในบ้านเท่านั้น แต่กับชุมชนเกี่ยวกับทางเพศ ทั้งทางดีและทางชั่วอีกด้วย การครองชีวิตของบุคคลและครอบครัวและความสัมพันธ์ระหว่าง สมาชิกในบ้านควรมีแบบฉบับอย่างไร ถ้าจะส่งเสริมให้แต่ละคนมีการแสดงออกได้อย่างเพียงพอ และเหมาะสมกับวัย (Promote nature and adequate expression of sexuality) นอกจากนี้ จะต้องเข้าใจวางแผนครอบครัวให้เหมาะสมแก่ชีวิตและความเป็นอยู่โดยเฉพาะแผนเกี่ยวกับ เศรษฐกิจและจำนวนสมาชิกในครอบครัว ปรับตัวเองให้เข้ากับสังคมได้

เรื่องเพศในสื่อมวลชน

สำหรับเรื่องเพศในสื่อมวลชนนั้น เราจะพบได้ว่ามีปรากฏอยู่ในสื่อหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็น ภาพยนตร์ที่มักจสอดแทรกเนื้อหาประเภทบทพิศวาสของชายกับหญิงเอาไว้ และมีอยู่ในภาพยนตร์แทบทุกเรื่อง หรือในละครโทรทัศน์ที่มักมีบทกอดจูบ หอมแก้ม จับมือถือแขนกันระหว่าง พระเอกนางเอก ในวิทยุกระจายเสียงก็อาจจะปรากฏในลักษณะของละครวิทยุ หรือรายการตอบ ปัญหาทางเพศต่าง ๆ สำหรับในสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ เช่น การ์ตูนญี่ปุ่น ก็มีเนื้อหาหรือภาพ ของการแสดงอารมณ์ทางเพศไว้ด้วย ในสื่อหนังสือพิมพ์ เช่น ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ก็มีคอลัมน์ เสพสมบมิสม ที่ให้ข้อมูลตอบคำถามเกี่ยวกับเรื่องเพศ เป็นต้น

สำหรับเรื่องเพศในนิตยสารนั้น ในปัจจุบันเราจะพบได้ว่ามีความรู้เรื่องเพศปรากฏอยู่ใน นิตยสารแทบทุกฉบับ โดยเฉพาะในนิตยสารผู้หญิงทั้งนิตยสารต่างประเทศฉบับภาษาไทย เช่น Cosmopolitan ,Elle, Cleo ฯลฯ หรือนิตยสารผู้หญิงของไทย เช่น ลิปส์ ,ฟร็อนท์ ,มาร์ส,แพรว , เบรียว,อิมเมจ ฯลฯ เป็นต้น นิตยสารเหล่านี้มีผู้อ่านเป็นจำนวนมากติดตามอ่านเพราะต้องการหา ความรู้เรื่องเพศในนิตยสาร ซึ่งให้ประโยชน์ในเรื่องของความบันเทิง ให้ความรู้ในเรื่องเพศ เป็น ประโยชน์ในการช่วยให้คู่สมรสปรับตัวได้ดีขึ้นในเรื่องความสัมพันธ์ทางเพศ เป็นการตอบสนอง เรื่องความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องเพศนั่นเอง

นิตยสารส่วนใหญ่จะมีการนำเสนอความรู้เรื่องเพศเอาไว้ในรูปแบบของคอลัมน์แนะนำ (advice column) หรือ คอลัมน์ตอบปัญหา โดยสร้างความหลากหลายของเนื้อหา ซึ่งจะมีตั้งแต่ เรื่องของการลงทุนไปจนถึงเรื่องเทคนิคทางเพศ ทั้งนี้ คอลัมน์แนะนำหรือคอลัมน์ตอบปัญหาใน นิตยสารไทยนั้นมิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้คำแนะนำบางประการแก่ผู้อ่านที่มีปัญหาส่วนตัวในทั้งในเรื่องของปัญหาทางด้านของความรักและปัญหาเรื่องเพศ ลักษณะที่แพร่หลายของคอลัมน์นี้คือการลงจดหมาย(อาจลงทั้งฉบับหรืออาจตัดเอาบางส่วนออก) ของผู้ขอคำแนะนำ แล้วตามด้วย คำตอบหรือข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะของเจ้าของคอลัมน์(คอลัมนิสต์) โดยผู้ที่ขอคำแนะนำไม่จำเป็นต้องเปิดเผยชื่อจริงนามสกุลจริงในการขอรับคำปรึกษา

จะเห็นได้ว่าความรู้เรื่องเพศ (sex education) นั้น ได้แพร่หลายในสื่อมวลชนแทบทุกประเภทและสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างง่ายดาย โดยเฉพาะในนิตยสารที่มีเนื้อหาความรู้เรื่องเพศสอดแทรกไว้ภายในฉบับด้วย

ดังจะเห็นได้ว่า ความรู้เรื่องเพศนั้นปรากฏอยู่ในสื่อแทบทุกสื่อ ซึ่งสื่อมวลชนสามารถนำเสนอได้ทั้งในรูปของการลงข่าว รูปภาพ แจกความ บทความ แม้กระทั่งโฆษณา หรือ เกมส์ (Quiz) ก็นำเสนอความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศได้เช่นเดียวกัน ความสำคัญของการนำเสนอความรู้เรื่องเพศอยู่ที่ว่าความรู้ที่นำเสนออยู่ในสื่อมวลชนโดยเฉพาะในสื่อสิ่งพิมพ์เช่น นิตยสาร ซึ่งถือเป็นสื่อที่มีความคงทนและนำมาอ่านเมื่อไหร่ก็ได้ นั้น ผู้อ่านได้มีการแสวงหาข่าวสาร และมีการนำไปใช้ประโยชน์อย่างไร และมีความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากนิตยสารนั้น ๆ หรือไม่ อย่างไร

สำหรับนิตยสารสตรีภาษาไทยชื่อต่างประเทศที่วิจัยเลือกนำมาศึกษา ซึ่งได้แก่ Cosmopolitan, Elle, Cleo, Her World, Madame Figaro, Seventeen, marie-claire และ Slimming นั้น มีบทบาทสำคัญในการให้ข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ ทั้งในการให้ความรู้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ , การเน้น กระตุ้นความสนใจในเรื่องเพศ,และเน้นเหตุการณ์เกิดขึ้น โดยให้ความสำคัญว่าเรื่องเพศเป็นเรื่องที่ควรรู้และเข้าใจอย่างถูกต้อง แนวคิดเรื่องเพศศึกษานี้จึงเป็นแนวคิดที่มีพื้นฐานสำคัญในการศึกษาความสนใจในด้านการแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ในความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวกับเรื่องเพศศึกษา

วาสนา ศิลากร (2520) ได้ศึกษาทัศนคติของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 จังหวัดลำปางที่มีต่อการจัดให้มีการศึกษาเพศศึกษา พบว่า แหล่งความรู้เกี่ยวกับเพศศึกษาของนักเรียนอันดับ 1 คือ หนังสือต่าง ๆ ได้แก่ นิตยสาร และวารสารต่าง ๆ ที่ออกตามระยะเวลา และตามวาระสำคัญ รวมทั้งสิ่งตีพิมพ์ของสถานศึกษา สถานที่ราชการและองค์การ อันดับที่ 2 คือ หนังสือพิมพ์ และอันดับที่ 3 คือ เพื่อน

ปรียา อันตระกูล (2523) ได้สำรวจความรู้และทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานครในด้านเพศศึกษา และการวางแผนครอบครัว พบว่า แหล่งความรู้เกี่ยวกับเพศศึกษาของนักเรียนส่วนใหญ่ คือ เพื่อนสนิทเพศเดียวกัน

จารุวรรณ กันทะนิตย์ (2531) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชนกับทัศนคติต่อเรื่องรักร่วมเพศของนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีทัศนคติในทางลบต่อเรื่องรักร่วมเพศ และการเปิดรับวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสารไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อเรื่องรักร่วมเพศของนักศึกษา

ศักดิ์ชัย ศรีสอน (2532) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพศศึกษาจากหนังสือพิมพ์และนิตยสารของนักศึกษาวิทยาลัยครูในสหวิทยาลัยรัตนโกสินทร์ พบว่า นักศึกษาชายส่วนใหญ่อ่านเรื่องเพศศึกษาจากหนังสือพิมพ์และนิตยสารมากกว่านักศึกษาหญิง นักศึกษาส่วนใหญ่อ่านนิตยสารมากกว่าหนังสือพิมพ์ และนิตยสารที่นักศึกษาครูอ่านเรื่องเพศศึกษามากที่สุด คือนิตยสารดารภาพยนตร์ รองลงมา คือ ไกล่หมอ ส่วนหนังสือพิมพ์ที่นักศึกษาอ่านเรื่องเพศศึกษามากที่สุด คือ เดลินิวส์ รองลงมา คือ ไทยรัฐ

กรองทิพย์ จันแยม (2537) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการยอมรับค่านิยมเรื่องการมีเพศสัมพันธ์ก่อนสมรสของวัยรุ่น พบว่า

นักศึกษาอาชีวศึกษาชายยอมรับว่า ค่านิยมการมีเพศสัมพันธ์ก่อนสมรสมากกว่านักศึกษาหญิง การเปิดรับสื่อวิทยุ สิ่งพิมพ์ และโทรทัศน์มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการยอมรับค่านิยมการมีเพศสัมพันธ์ก่อนสมรสของวัยรุ่น ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล และนิตยสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับค่านิยมการมีเพศสัมพันธ์ก่อนสมรสของวัยรุ่น

นิสาร์ตน์ ทองอุปการ (2538) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัวและทัศนคติต่อเรื่องเพศของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัวแบบปิด มีทัศนคติต่อเรื่องเพศในเชิงบวกและเป็นกลาง และกลุ่มตัวอย่างส่วนมากเปิดรับสื่อโทรทัศน์ และมีแนวคิดที่โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่ให้ประโยชน์ด้านความรู้เรื่องเพศมากที่สุด

จริญญา นิลแพทย์ (2541) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านเนื้อหาบันเทิงและบุคคลในวงการบันเทิงที่มีต่อทัศนคติในเรื่องความรักและการมีเพศสัมพันธ์ของเด็กวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า วัยรุ่นเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด โดยเปิดรับเนื้อหาบันเทิงและข่าวสารบุคคลในวงการบันเทิงจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดเช่นกัน ทางด้านทัศนคติในเรื่องความรักและเพศสัมพันธ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับการมีเพื่อต่างประเทศเพื่อเตรียมตัวเข้าสู่สังคมในวัยผู้ใหญ่ต่อไป ไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์ฉันท์คู่รักและไม่เห็นด้วยกับการมีเพศสัมพันธ์ก่อนสมรส

จตุมา เพชรรัตน์ (2541) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีเนื้อหาทางเพศของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร กับทัศนคติต่อเพศสัมพันธ์” พบว่า เด็กวัยรุ่นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่จะเคยอ่านหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นประเภทนี้ และจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อการ์ตูนญี่ปุ่นประเภทนี้กับทัศนคติต่อเพศสัมพันธ์ของวัยรุ่น พบว่า วัยรุ่นที่มีเพศสัมพันธ์ต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเพศศึกษาทั่วไป นอกจากนี้อายุของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในเรื่องเพศศึกษาทั่วไปและด้านการใช้ชีวิตของผู้หญิงและผู้ชาย

พรทิพย์ พัฒนานุสรณ์ (2543) ศึกษาเรื่อง “การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับประเด็นทางเพศ ของวัยรุ่นไทยที่นำเสนอผ่านทางอินเทอร์เน็ต” พบว่า วัยรุ่นชายและหญิงตอนต้นมักจะค้นหา ข้อมูลด้วยวิธีการ Chat ในห้องเกี่ยวกับเรื่องเพศโดยเฉพาะ ส่วนวัยรุ่นชายและหญิงตอนปลาย มักจะใช้ Search engine หาข้อมูลและภาพ โดยวัยรุ่นชายมักจะชอบค้นหาภาพลามกมากกว่า เนื้อหา ส่วนวัยรุ่นหญิงมักชอบค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาทางเพศมากกว่าภาพ นอกจากนี้บุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการค้นหาข้อมูล คือ เพื่อน และวัยรุ่นส่วนใหญ่ชอบหาข้อมูลโดยลำพัง แต่วัยรุ่น หญิงตอนปลายส่วนใหญ่นิยมแสวงหาข้อมูลร่วมกับเพื่อนเพื่อความสนุกสนาน

จิรจตุลย์ บุญยภักดิ์ (2543) ศึกษาเรื่อง “บทบาทของนิตยสารในการให้ความรู้เรื่องเพศ” โดยศึกษาเนื้อหาจากนิตยสาร 16 ฉบับ จำแนกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ และ 2 กลุ่มย่อยดังนี้ 1. กลุ่ม แม่บ้าน 2. กลุ่มชาวบ้าน 3. กลุ่มคนรุ่นใหม่ 3.1 กลุ่มคนรุ่นใหม่หัวลิขสิทธิ์ต่างประเทศหรือหัวนอก 3.2 กลุ่มคนรุ่นใหม่หัวในประเทศ หรือ หัวไทย พบว่า เนื้อหาความรู้เรื่องเพศส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับ การแก้ไขปัญหาความไม่เข้าใจกันของชีวิตคู่ ในขณะที่เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันโรคติดต่อ ทางเพศสัมพันธ์ และการคุมกำเนิดที่เกี่ยวข้องกับปัญหาสังคม เช่น โรคเอดส์ การตั้งครรรภ์แบบม ีพึ่งประสงค์ และการทำแท้ง กลับพบเป็นส่วนน้อย และมีความคลาดเคลื่อนของเนื้อหาในเรื่องของ วิธีการคุมกำเนิดอีกด้วย และค่านิยมทางเพศที่นำเสนอในนิตยสารค่อนข้างไปในแนวเสรีนิยมแบบมี เงื่อนไข

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนิตยสารสตรี

อุบลวรรณ ปิติพัฒน์โมเชิต (2529) ศึกษาเรื่อง “บทบาทของนิตยสารผู้หญิงในการให้ ความรู้เพื่อพัฒนาสตรี” โดยวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อวัดประเภทของความรู้ทั้งความรู้โดยตรงและ ความรู้ที่จะนำไปใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิต พบว่าการนำความรู้มาใช้เพื่อพัฒนานั้นจะเป็น ความรู้เชิงประยุกต์มากกว่าที่จะเป็นความรู้โดยตรง นิตยสารผู้หญิงมีบทบาทในการนำเสนอ เนื้อหาเกี่ยวกับการดำเนินชีวิต การดูแลร่างกายและจิตใจ ในปริมาณที่มากพอ ๆ กับเนื้อหา เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในสังคม เช่น บทบาททางสังคม ค่านิยม ศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น กล่าวโดย

สรุปคือ นิตยสารนั้นจะส่งเสริมการพัฒนาสตรีในด้านลักษณะส่วนตัวมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสังคม และที่น้อยที่สุด คือด้านชีวิตและครอบครัว

สุพจน์ กุลปรารค์ทอง (2529) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรเลือกซื้อนิตยสารสตรีของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า เนื้อหาสาระเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อนิตยสารสตรีเป็นประจำมากที่สุด ราคาเป็นปัจจัยที่ตามลงมา ส่วนเหตุผลในการอ่านนั้นก็เพื่อผ่อนคลายความเครียด

กุลธิดา ท่วมสุข (2534) ศึกษาเรื่อง “นิตยสารสตรี – บทวิเคราะห์เนื้อหาและทัศนคติของนักศึกษาหญิง” เพื่อศึกษาเนื้อหาของนิตยสารสตรีในด้านประเภทของเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และสาระสำคัญของเนื้อหา โดยเลือกนิตยสารสตรีที่เป็นที่นิยมและมียอดจำหน่ายสูงเพื่อทำการศึกษาวิจัยทั้งหมด 8 ฉบับ คือ แพรว ดิฉัน ลลนา ขวัญเรือน กุลสตรี สตรีสาร ผู้หญิง และหญิงไทย ซึ่งพบว่า เนื้อหาที่ปรากฏในนิตยสารทั้ง 8 ฉบับ ได้แก่ การท่องเที่ยว สุขภาพอนามัย อาหารและโภชนาการ แฟชั่นและความงาม เรื่องราวภายในประเทศ เป็นต้น ส่วนรูปแบบของการนำเสนอเนื้อหาจะเป็นลักษณะ คอลัมน์ประจำ ข่าวและภาพ บทความ/สารคดี และบันเทิงคดี

ลักษมี ไชยทองศรี (2541) “บทบาทของนิตยสารสตรี ในการเผยแพร่ความรู้ด้านสุขภาพอนามัย” เพื่อศึกษาเนื้อหาของนิตยสารสตรีในด้านความรู้เกี่ยวกับสุขภาพและอนามัย ของ โดยเลือกนิตยสารสตรีที่เป็นที่นิยมและมียอดจำหน่ายสูงเพื่อทำการศึกษาวิจัยทั้งหมด 4ฉบับ คือ แพรว ดิฉัน ขวัญเรือน และกุลสตรี ซึ่งพบว่า นิตยสารกุลสตรีมีปริมาณเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยในเชิงวิชาการมากที่สุด สำหรับเนื้อหาในเชิงพาณิชย์นั้น นิตยสารขวัญเรือนพบมากที่สุด และเนื้อหาในเชิงวิชาการที่พบมากที่สุด คือ ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพอนามัยทั่วไป โดยผู้อ่านมีความสนใจในเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพมากเป็นอันดับที่สี่ รองจากคอลัมน์ผู้หญิง/แฟชั่น/ความงาม ,/ สัมภาษณ์/สังคม/บุคคล, และ นวนิยาย/เรื่องแปล/เรื่องสั้น

กนิษฐา พึ่งวร (2543) ศึกษาเรื่อง(2534) ศึกษาเรื่อง “การศึกษานิตยสารสตรีต่างประเทศฉบับภาษาไทยในการพัฒนานุคลิกภาพ” เพื่อศึกษาเนื้อหาของนิตยสารสตรีต่างประเทศฉบับภาษาไทยในด้านความแตกต่าง ปริมาณ และอัตราส่วนของของแนวคิดด้านการพัฒนานุคลิกภาพที่ปรากฏอยู่ในนิตยสารสตรีต่างประเทศ ฉบับภาษาไทย โดยเลือกนิตยสารสตรีต่างประเทศฉบับ

ภาษาไทยที่มียอดจำหน่ายสูงเพื่อทำการศึกษาวิจัยทั้งหมด 3 ฉบับ คือ นิตยสาร Elle นิตยสาร Cleo และนิตยสาร Cosmopolitan ซึ่งพบว่า นิตยสารทั้ง 3 ชื่อฉบับเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพภายนอกด้านการแต่งกายสูงสุด ส่วนการพัฒนาบุคลิกภาพภายในปรากฏแนวคิดด้านการสร้างความเชื่อมั่นในตนเองมากที่สุด และผู้อ่านนิตยสารเห็นว่าความรู้ด้านการพัฒนาบุคลิกภาพช่วยสร้างความมั่นใจในการแสดงออกทางกายและทางความคิดมากขึ้น จากการสัมภาษณ์ ผู้อ่านพบว่าตนเองมีพัฒนาการทางบุคลิกภาพดีขึ้นหลังจากการติดตามอ่านนิตยสารดังกล่าวมากกว่า 1 ปี และพบว่านิตยสารมีอิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ทางกายและรูปแบบทางความคิด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

Robinson (1972) ศึกษาและวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสาร มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ และระดับความรู้ทางด้านข้อมูล ข่าวสารของบุคคล โดยกลุ่มคนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีการใช้สื่อและระดับความรู้ในเรื่องข้อมูลข่าวสารต่างกันไปด้วย กล่าวคือ กลุ่มคนที่มีความรู้สูง เป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ด้านข้อมูลสารคดี และจะเพิ่มพูนความรู้ด้านนี้ของตนให้มากขึ้นโดยการใช้สื่อ

Palmgreen , Wenner and Taybum (1981) ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจจากการชมรายการโทรทัศน์ พบว่า ความคาดหวังจะได้รับประโยชน์ในก้านการต้องการรู้ข่าวสารทั่วไป มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในประโยชน์ที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์

อรรวรรณ วิจักขณะ (2534) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับและใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร พบว่า รายการและเนื้อหาจากสื่อมวลชนในสาขาต่าง ๆ นั้น นักศึกษานิยมเปิดรับรายการประเภทสนุกสนาน เพลิดเพลิน และบันเทิงใจ เช่น ภาพยนตร์ วิดีโอ ส่วนเรื่องข่าวก็สนใจที่จะเปิดรับข่าวบันเทิง และข่าวกีฬาเป็นสำคัญมากกว่าข่าวสารที่หนักสมองหรือมีสาระมากจนเกินไป

ชนิษฐา เบญจาทิกุล (2535) ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสารคดี ศึกษาเฉพาะกรณี รายการหนึ่งในร้อย พบว่าผู้ชมส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อรายการ และเห็นด้วยในการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่ได้รับชมจากรายการ และพบว่า เพศ อายุ อาชีพ และการศึกษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อรายการ และอาชีพมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ผู้ชมเห็นว่า สิ่งที่ต้องปรับปรุงมากที่สุด คือ เวลาออกอากาศ วันออกอากาศ และรูปแบบการนำเสนอ

วิยดา เกียวกุล(2538) ได้ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะประชากรด้านเพศ อาชีพ รายได้และการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับรายการ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ และการเปิดรับรายการมีความสัมพันธ์ต่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ

พรเพ็ญ พัยคณาภรณ์ (2539) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับและใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของผู้สูงอายุไทย พบว่า เพศ รายได้และระดับการศึกษา มีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ต่างกัน รวมทั้งเพศต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนต่างกันและการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ทางลบกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน

ธิติมา อุ่นเมตตาคจิต (2541) ได้ศึกษาถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ ฟุดฟิดฟอไฟ กับ แสงชัยสุนทรวัฒน์ ทางสถานีโทรทัศน์ ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. พบว่า ผู้ชมจะติดตามรายการประมาณ 3-4 เดือน ลักษณะการชมรายการจะเป็นการตั้งใจชมแต่ไม่ได้จดบันทึกเนื้อหารายการ นอกจากนั้นลักษณะทางประชากรได้แก่ ว่า เพศ อายุ อาชีพ รายได้และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับชมรายการและความพึงพอใจเกี่ยวกับรายการ นอกจากนี้พบว่าความคาดหวังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อรายการ และการเปิดรับชมรายการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อ ความพึงพอใจต่อรายการ

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร” นี้ เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Approach) ด้วยการวัดตัวแปรเพียงครั้งเดียว (One – Shot Descriptive Study) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อตอบปัญหาการวิจัย โดยให้ผู้ตอบเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง

ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 18-60ปี ที่อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศที่ผู้วิจัยเลือกนำมาศึกษา ได้แก่ Cosmopolitan, Elle, Cleo ,Her World, Madame Figaro,Seventeen,marie-claire , และ Slimming โดยอ่านนิตยสารเหล่านี้อย่างน้อย 1 เล่ม เป็นประจำทุกเดือนอย่างน้อย 1 ฉบับ

กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดย วิธีการเปิดตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์,2543) ที่ระดับความ เชื่อถือได้ 95 % ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5 %

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1. ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการสุ่มตัวอย่าง แบบ บังเอิญ (Accidental sampling) คือผู้วิจัยพบประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18-60 ปี ที่อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศที่ผู้วิจัยเลือกนำมาศึกษาซึ่งได้แก่ Cosmopolitan,Elle,Cleo,Her

World, Madame Figaro, Seventeen, marie-claire และ Slimming เป็นประจำ คืออ่านนิตยสารเหล่านี้อย่างน้อย 1 ฉบับ ต่อเดือน (นิตยสารเหล่านี้ออกวางจำหน่ายเป็นรายปักษ์ โดย 1 เดือนมี 2 ปักษ์) เป็นประจำทุกเดือน โดยลักษณะของประชาชนที่คิดว่าน่าจะเป็นกลุ่มตัวอย่าง น่าจะต้องมีลักษณะเป็นคนกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เชื่อมั่นในตนเอง ทำทางคล่องแคล่ว กระฉับกระเฉง

2. การเก็บข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลตามสถานที่ชุมชนต่าง ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ เช่น สยาม มาบุญครอง เซ็นทรัลลาดพร้าว บริเวณย่านธุรกิจต่าง ๆ เช่น สีลม สุขุมวิท โดยผู้วิจัยจะใช้การถามว่า อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศที่ผู้วิจัยเลือกนำมาศึกษา ได้แก่ Cosmopolitan, Elle, Cleo, Her World, Madame Figaro, Seventeen, marie-claire และ Slimming เป็นประจำคือ อ่านนิตยสารเหล่านี้อย่างน้อย 1 เล่ม เป็นประจำทุกเดือนหรือไม่ โดยกำหนดสัดส่วนของชายและหญิงในอัตราส่วน 1:1 และครอบคลุม ตามอายุ อาชีพ สถานภาพการสมรส การศึกษา และรายได้ ให้มากที่สุดจนครบจำนวนตามที่ต้องการ

ตัวแปรในการวิจัย

1. สมมุติฐาน : กลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศที่ต่างกัน

ตัวแปรต้น : ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส รายได้

ตัวแปรตาม : การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ

2. สมมุติฐาน การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่อยู่ในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ

ตัวแปรต้น : การแสวงหาข่าวสาร

ตัวแปรตาม : การใช้ประโยชน์

3. สมมุติฐาน การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ

ตัวแปรต้น : การแสวงหาข่าวสาร

ตัวแปรตาม : ความพึงพอใจ

4. สมมุติฐาน การใช้ประโยชน์ในเรื่องความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ

ตัวแปรต้น : การใช้ประโยชน์

ตัวแปรตาม : ความพึงพอใจ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) ซึ่งได้จัดลำดับเนื้อหาแบบสอบถามให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการ โดยแบ่งเป็น 4 ตอน ซึ่งแต่ละขั้ตอนมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเพื่อวัดตัวแปรลักษณะทางประชากร ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส รายได้

ตอนที่ 2 คำถามการแสวงหาข่าวสาร ได้แก่ วัตถุประสงค์,รูปแบบ,ความบ่อยครั้งในการแสวงหาข่าวสาร

ตอนที่ 3 คำถามการใช้ประโยชน์จากข่าวสารความรู้เรื่องเพศที่ได้รับ

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจจากข่าวสารความรู้เรื่องเพศที่ได้รับ

เกณฑ์การให้คะแนน

ในการให้คะแนนเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานครนั้น ผู้วิจัยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

1. การแสวงหาข่าวสาร รูปแบบ, วัตถุประสงค์และความบ่อยครั้งในการแสวงหาข่าวสาร โดยมีการกำหนดเกณฑ์ให้คะแนนตามแบบของ Likert ดังนี้

บ่อยมาก	=	5	คะแนน
บ่อย	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
ไม่บ่อยนัก	=	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	=	1	คะแนน

หลังจากนั้น นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย โดยจัดระดับของค่าคะแนนเฉลี่ย ดังนี้คือ

คะแนนระหว่าง 1.00-1.49 หมายถึง มีการแสวงหาข่าวสารในระดับต่ำมาก

คะแนนระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง มีการแสวงหาข่าวสารในระดับต่ำ

คะแนนระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง มีการแสวงหาข่าวสารในระดับปานกลาง

คะแนนระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง มีการแสวงหาข่าวสารในระดับสูง

คะแนนระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง มีการแสวงหาข่าวสารในระดับสูงมาก

2. การใช้ประโยชน์ มีการกำหนดเกณฑ์ให้คะแนนดังนี้การนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการอ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศไปใช้ประโยชน์ในด้านใดด้านหนึ่ง ตามความต้องการของแต่ละบุคคล ในด้านต่าง ๆ เช่น เพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ/ตอบสนองของความสนใจต่อประเด็นปัญหาที่อยากรู้/นำข้อมูลไป

เป็นแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ/นำข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ใน ชีวิตประจำวัน/มีความรู้เท่าทันบุคคลรอบข้างมากขึ้น/นำสาระ หรือ ความรู้ที่ได้รับ ไป เผยแพร่ให้บุคคลอื่นได้ มีการกำหนดเกณฑ์ให้คะแนนตามแบบของ Likert ดังนี้

มากที่สุด	=	5	คะแนน
มาก	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
น้อย	=	2	คะแนน
น้อยที่สุด	=	1	คะแนน

หลังจากนั้น นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย โดยจัดระดับของค่าคะแนนเฉลี่ย ดังนี้คือ

คะแนนระหว่าง 1.00-1.49	หมายถึง	มีการใช้ประโยชน์ในระดับต่ำมาก
คะแนนระหว่าง 1.50-2.49	หมายถึง	มีการใช้ประโยชน์ในระดับต่ำ
คะแนนระหว่าง 2.50-3.49	หมายถึง	มีการใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง 3.50-4.49	หมายถึง	มีการใช้ประโยชน์ในระดับสูง
คะแนนระหว่าง 4.50-5.00	หมายถึง	มีการใช้ประโยชน์ในระดับสูงมาก

3. ความพึงพอใจ การวัดตัวแปรความพึงพอใจ จะวัดเป็นระดับความพึงพอใจ ในข่าวสาร โดยวัดระดับความรู้สึกรู้สึกที่ได้รับการสนองตอบความต้องการของผู้อ่าน ในการ รับรู้ข่าวสาร เกี่ยวกับเรื่องเพศ มีการกำหนดเกณฑ์ให้คะแนนตามแบบของ Likert ดังนี้

มากที่สุด	=	5	คะแนน
มาก	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
น้อย	=	2	คะแนน
น้อยที่สุด	=	1	คะแนน

หลังจากนั้น นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย โดยจัดระดับของค่าคะแนนเฉลี่ย ดังนี้คือ

คะแนนระหว่าง 1.00-1.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจในระดับต่ำมาก
คะแนนระหว่าง 1.50-2.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจในระดับต่ำ

คะแนนระหว่าง 2.50–3.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง 3.50–4.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจในระดับสูง
คะแนนระหว่าง 4.50-5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจในระดับสูงมาก

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ เมื่อสร้างแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้วนั้น ทำได้ โดยการที่ผู้วิจัยนำเอาเครื่องมื่อดังกล่าว ไปตรวจสอบความเที่ยง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยขั้นตอนในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือมี 2 ขั้นตอนดังนี้

1. การตรวจสอบความเที่ยง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งได้แก่อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงของเนื้อหา (Content Validity) ความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) ตลอดจนความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสมในการนำไปเก็บข้อมูล

2.การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปตรวจสอบความเชื่อถือโดยนำไปทดลองใช้ (Try – Out) กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีคุณสมบัติทางประชากรเหมือนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละขั้นตอนของแบบสอบถามมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากหรือง่าย เพียงใด สามารถสื่อความหมายได้ตรงตามที่ต้องการหรือไม่ หลังจากนั้นจึงนำมาตรวจสอบหาความเชื่อถือได้ และนำมาแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสม ซึ่งการตรวจสอบความเชื่อถือได้นั้น ผู้วิจัยใช้การคำนวณหา ค่าความเชื่อถือได้ หรือ Alpha Coefficient ตามวิธีของ Cronbush โดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows ซึ่งได้ค่าความเชื่อถือในคำถามการวัดการแสวงหาข่าวสาร เท่ากับ 0.9308 , ค่าความเชื่อถือในการใช้ประโยชน์ เท่ากับ 0.8959 และ ค่าความเชื่อถือในความพึงพอใจ เท่ากับ 0.9202 ซึ่งมากกว่าค่าความเชื่อถือที่กำหนดไว้ คือ 0.75 ดังนั้นแบบสอบถามที่ได้จึงมีความเชื่อถือได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง พร้อมทั้งผู้ช่วยวิจัย โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูลในแบบสอบถามแก่ผู้ช่วยวิจัยก่อนเก็บข้อมูลจริง โดยสถานที่ที่คาดว่าจะใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ บริเวณสถานที่ต่างที่เป็นย่านธุรกิจ สรรพสินค้าต่างๆ บริษัทห้างร้าน และที่ชุมชนต่าง ๆ เช่น สีลม ลาดพร้าว สุขุมวิท โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง และรอรับแบบสอบถามกลับคืนเมื่อผู้ตอบแบบสอบถามตอบเสร็จสิ้นแล้ว โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลในช่วง เดือน กุมภาพันธ์ – เดือน มีนาคม พ.ศ. 2548 รวมระยะเวลาประมาณ 2 เดือน

การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ประเด็นคือ

1. การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ผู้วิจัยจะใช้การแจกแจงความถี่ แสดงตารางแบบร้อยละ และค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายข้อมูล

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Analysis)

สมมุติฐานที่ 1 กลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศที่ต่างกัน

ตัวแปรต้น : ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา

สถานภาพการสมรส รายได้

ตัวแปรตาม : การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ

การวิเคราะห์ใช้ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในกลุ่มตัวแปรต้นที่เป็น เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ ในด้านการแสวงหาข่าวสาร

สมมุติฐานที่ 2 การแสวงหาข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์

ตัวแปรต้น : การแสวงหาข่าวสาร

ตัวแปรตาม : การใช้ประโยชน์

ใช้สถิติการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

สมมุติฐานที่ 3 การแสวงหาข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

ตัวแปรต้น : การแสวงหาข่าวสาร

ตัวแปรตาม : ความพึงพอใจ

ใช้สถิติการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

สมมุติฐานที่ 4 การใช้ประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

ตัวแปรต้น : การใช้ประโยชน์

ตัวแปรตาม : ความพึงพอใจ

ใช้สถิติการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

การประมวลผลข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้นนำไปประมวลผลข้อมูล โดยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องการแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจะเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) คือใช้การแจกแจงความถี่ แสดงตารางแบบร้อยละ และค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายข้อมูลประกอบด้วยลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในความรู้เรื่องเพศของผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร. ดังนี้

1. ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้
2. การแสวงหาข่าวสารที่เกี่ยวกับ ความรู้เรื่องเพศ
3. การใช้ประโยชน์ในความรู้เรื่องเพศที่ได้รับ
4. ความพึงพอใจในความรู้เรื่องเพศที่ได้รับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมุติฐานทั้ง 4 ข้อดังนี้

สมมุติฐานข้อที่ 1 กลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศที่ต่างกัน

ใช้สถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในกลุ่มตัวแปรต้นที่เป็น เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้

สมมุติฐานข้อที่ 2 การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่อยู่ในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ

สมมุติฐานข้อที่ 3 การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ

สมมุติฐานข้อที่ 4 การใช้ประโยชน์ในเรื่องความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ

ในสมมุติฐานข้อที่ 2-4 ใช้สถิติการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ระหว่างตัวแปร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส และรายได้ ปรากฏผลดังนำเสนอในตารางที่ 1 ดังนี้

เพศ

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	201	50.3
หญิง	199	49.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ เป็นผู้หญิงและผู้ชายในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 50.3 และ 49.8 ตามลำดับ

อายุ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

กลุ่มอายุ	จำนวน	ร้อยละ
18-20 ปี	19	4.8
21-25 ปี	121	30.3
26.-30 ปี	133	33.3
31-35 ปี	78	19.5
36 ปีขึ้นไป	49	12.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 26-30ปี มีเป็นจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 33.3 รองลงมา คือ กลุ่มอายุ 21-25 ปี คือมีจำนวนร้อยละ 30.3 และ กลุ่มอายุ 18-20 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 4.8

อาชีพ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	50	12.5
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	55	13.8
พนักงานบริษัท / ห้างร้าน ของเอกชน	242	60.5
ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	28	7.0
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	9	2.3
รับจ้าง	16	4.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างอาชีพ พนักงานบริษัท มีเป็นจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 60.5 รองลงมา กลุ่มอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คือมีจำนวนร้อยละ 13.8 และ กลุ่มอาชีพ แม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณอายุ มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 2.3

ระดับการศึกษา

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า	6	1.5
อนุปริญญา และเทียบเท่า	33	8.3
ปริญญาตรี	294	73.5
ปริญญาโท	64	16.0
สูงกว่าปริญญาโท	3	0.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีเป็นจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 73.5 รองลงมา คือระดับปริญญาโท คือมีจำนวนร้อยละ 16 และ กลุ่มตัวอย่างที่ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโทมีจำนวนน้อยที่สุดคือ คือ ร้อยละ 0.8

สถานภาพการสมรส

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	324	81.0
สมรสและหย่าร้าง	76	19.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสแบบ โสด มีจำนวนมากกว่า คือ ร้อย 81 และ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสและหย่าร้าง มีจำนวนน้อยกว่า คือ ร้อยละ 19.0

รายได้

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4	1.0
5,001-10,000 บาท	76	19.0
10,001 -15,000 บาท	107	26.8
15,001 - 20,000 บาท	80	20.0
20,001 -25,000 บาท	57	14.3
25,001- 30,000 บาท	39	9.8
30,001-35,000 บาท	12	3.0
35,001-40,000 บาท	12	3.0
มากกว่า 40,001 บาท	13	3.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 10,001 -15,000 บาท มีเป็นจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 26.8 รองลงมา คือระดับรายได้ 15,001 - 20,000 บาท คือมีจำนวนร้อยละ 20 และ กลุ่มตัวอย่างที่ระดับรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุดคือ คือ ร้อยละ 1.0

1.2 ผลการวิเคราะห์ การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศในนิตยสารสตรีภาษาไทยชื่อต่างประเทศฉบับต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 7 ตารางแสดงความถี่ และร้อยละ ของความบ่อยครั้งในการอ่านนิตยสารสตรีภาษาไทยชื่อต่างประเทศฉบับต่าง ๆ

ชื่อนิตยสาร	บ่อยมาก (ทุก เดือน)	บ่อย (2-3 เดือนต่อ เล่ม)	ปานกลาง 4-6 เดือน ต่อเล่ม)	ไม่บ่อยนัก (6 เดือน ต่อ เล่ม)	ไม่เคย เลย	ค่าเฉลี่ย (1-5)	ระดับการ แสวงหา ข่าวสาร
แอล (Elle)	55 13.8	143 35.8	129 32.3	54 13.5	19 4.8	3.40	ปานกลาง
คอสโมโพลิแทน (Cosmopolitan)	60 16.5	129 32.3	115 28.8	66 16.5	30 7.5	3.31	ปานกลาง
คลีโอ (Cleo)	80 20.0	107 26.8	125 31.3	64 16.0	24 6.0	3.39	ปานกลาง
เซเวนทีน (Seventeen)	41 10.3	58 14.5	120 30.0	104 26.0	77 19.3	2.70	ปานกลาง
มาดามฟิกาโร Madamme Figaro)	25 6.3	64 16.0	90 22.5	105 26.3	116 29.0	2.44	น้อย
เฮอร์ เวิลด์ (Her World)	19 4.8	54 13.5	85 21.3	103 25.8	139 34.8	2.28	น้อย
แมรี แคลร์ (marie - Claire)	27 6.8	60 15.0	93 23.3	97 24.3	123 30.8	2.43	น้อย
สลิมมิ่ง (Slimming)	7 1.8	30 7.5	79 19.8	78 19.5	206 51.5	1.89	น้อย

จากตารางที่ 7 พบว่า

กลุ่มผู้อ่านมีการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสาร Elle มากที่สุด จากค่าเฉลี่ย 3.40 รองลงมาคือ นิตยสาร Cleo คือมีค่าเฉลี่ย 3.39 ถัดมา คือ นิตยสาร Cosmopolitan มี

ค่าเฉลี่ยของการแสวงหาข่าวสารอยู่ที่ 3.31 และถัดมาคือ นิตยสาร Seventeen ค่าเฉลี่ย 2.70 โดยนิตยสารทั้ง 4 เล่ม มีระดับของการแสวงหาข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศที่มีระดับการแสวงหาข่าวสารน้อย คือ นิตยสาร Sliming มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ 1.89 ถัดมาคือ นิตยสาร Her World มีค่าเฉลี่ย 2.28 และนิตยสาร marie-claire และ นิตยสาร Madame Figaro ตามลำดับ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.2.1 วัตถุประสงค์ในการอ่าน หรือเหตุผลในการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่อง เพศในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ

ตารางที่ 8 แสดงวัตถุประสงค์ในการอ่าน หรือการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้
เรื่องเพศในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ ทั้ง 8 เล่ม

วัตถุประสงค์ ในการอ่าน	บ่อย มาก	บ่อย	ปาน กลาง	ไม่บ่อย นัก	ไม่เคย เลย	รวม	ค่าเฉลี่ย (1-5)	S.D	ระดับการ แสวงหา ข่าวสาร
ด้านบันเทิง เพื่อฆ่าเวลา	109 27.3	178 44.5	90 22.5	15 3.8	8 2.0	400 100	3.91	.91	สูง
เพื่อความ สนุกสนาน/ เพลิดเพลิน	100 25.0	168 42.0	96 24.0	27 6.8	9 2.3	400 100	3.81	.96	สูง
เพื่อนำไปพูดคุย สนทนากับเพื่อนฝูง	57 14.3	112 28.0	118 29.5	87 21.8	26 6.5	400 100	3.22	1.13	ปานกลาง
เพื่อพักผ่อนอารมณ์	76 19.0	132 33.0	138 34.5	39 9.8	15 3.8	400 100	3.54	1.03	สูง
เพื่อสร้างจินตนาการ	23 5.8	72 18.0	139 34.8	106 26.5	60 15.0	400 100	2.73	1.09	ปานกลาง
ด้านความรู้ เพื่อต้องการหา ความรู้ (เพศศึกษา)	30 7.5	111 27.8	168 42.0	61 15.3	30 7.5	400 100	3.12	1.01	ปานกลาง
เพื่อความอยาก รู้ อยากเห็น	45 11.3	146 36.5	151 37.8	40 10.0	18 4.5	400 100	3.40	.97	ปานกลาง
เพื่อประโยชน์หรือรับ คำแนะนำในการ ปฏิบัติต่อตนเอง	44 11.0	144 36.0	143 35.8	41 10.3	28 7.0	400 100	3.34	1.04	ปานกลาง

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับของการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศเพื่อ
วัตถุประสงค์ในด้านต่าง ๆ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการฆ่า

เวลามากที่สุด(ค่าเฉลี่ย 3.91) และวัตถุประสงค์รองลงมา คือ เพื่อความสนุกสนาน (ค่าเฉลี่ย 3.81) ส่วนวัตถุประสงค์ที่น้อยที่สุด คือ เพื่อสร้างจินตนาการ (ค่าเฉลี่ย 2.73)

1.2.2 ประเภทของความรู้เรื่องเพศที่ชอบอ่านในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ

ตารางที่ 9 แสดงประเภทของความรู้เรื่องเพศที่ชอบอ่านในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ ทั้ง 8 เล่ม

ประเภทของเนื้อหา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย (1-5)	S.D	ระดับการแสวงหาข่าวสาร
1.คอลัมน์ปัญหาหัวใจ, ปัญหาความสัมพันธ์ ระหว่างชาย-หญิง	6 1.5	6 1.5	379 94.8	2 0.5	7 1.8	400 100	3.01	.39	ปานกลาง
2.ถาม-ตอบปัญหาเรื่องเพศสัมพันธ์	46 11.5	96 24.0	180 45.0	61 15.3	17 4.3	400 100	3.23	.99	ปานกลาง
3.ประสบการณ์เรื่องเพศจากบุคคลต่าง ๆ	40 10.0	105 26.3	148 37.0	81 20.3	26 6.5	400 100	3.13	1.05	ปานกลาง
4.เทคนิคการสร้างความสัมพันธ์ต่อเพศตรงข้าม	36 9.0	105 26.3	146 36.5	88 22.0	25 6.3	400 100	3.10	1.04	ปานกลาง
5.เทคนิคในการร่วมเพศ	64 16.0	114 28.5	137 34.3	58 14.5	27 6.8	400 100	3.32	1.11	ปานกลาง
6.ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนครอบครัว	26 6.5	68 17.0	142 35.5	109 27.3	55 13.8	400 100	2.75	1.09	ปานกลาง
7.ประเพณีและวัฒนธรรมต่าง ๆ	16 4.0	83 20.8	180 45.0	86 21.5	35 8.8	400 100	2.90	.96	ปานกลาง
8.ความรู้เรื่องเพศศึกษา	9 2.3	87 21.8	169 42.3	102 25.5	33 8.3	400 100	2.84	.93	ปานกลาง

ประเภทของเนื้อหา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย (1-5)	S.D	ระดับการแสวงหาข่าวสาร
9.ความรู้เกี่ยวกับสุขปฏิบัติทางเพศ	17 4.3	84 21.0	202 50.5	66 16.5	31 7.8	400 100	2.97	.92	ปานกลาง
10.นวนิยายทางเพศ	21 5.3	114 28.5	187 46.8	57 14.3	21 5.3	400 100	3.14	.91	ปานกลาง
11.แบบทดสอบทางเพศ	11 2.8	58 14.5	119 29.8	126 31.5	86 21.5	400 100	2.46	1.06	น้อย
12.ทัศนคติต่าง ๆ ในเรื่องเพศ	19 4.8	85 21.3	130 32.5	103 25.8	63 15.8	400 100	2.73	1.11	ปานกลาง
13.ความรู้ทางจิตวิทยา	35 8.8	92 23.0	189 47.3	65 16.3	19 4.8	400 100	3.15	.95	ปานกลาง

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศในเนื้อหาประเภทต่าง ๆ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนในประเภทของเนื้อหาที่มากที่สุดคือเทคนิคในการร่วมเพศ (ค่าเฉลี่ย 3.32) รองลงมา คือ เนื้อหาประเภทถามตอบปัญหาเรื่องเพศสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.23) และเนื้อหาประเภทที่น้อยที่สุด คือ แบบทดสอบทางเพศ (ค่าเฉลี่ย 2.46)

ตารางที่ 10 แสดงระดับการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศในนิตยสารผู้หญิงของกลุ่มผู้อ่าน

ระดับการแสวงหาข่าวสาร	ความถี่	ร้อยละ
น้อยที่สุด	36	9.0
น้อย	146	36.5
ปานกลาง	144	36.0
มาก	70	17.5
มากที่สุด	4	1.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มผู้อ่านมีระดับการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศในนิตยสารผู้หญิงฯ ทั้ง 8 เล่มอยู่ในระดับน้อย คือร้อยละ 36.5 รองลงมา ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือมีระดับการแสวงหาข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง คือร้อยละ 36.0 และกลุ่มผู้อ่านที่มีการแสวงหาข่าวสารมากที่สุด นั้นมีสัดส่วนน้อยที่สุดคือ มีเพียงร้อยละ 4.0



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.3 ผลการวิเคราะห์การใช้ประโยชน์ในข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการใช้

ประโยชน์จากข่าวสารความรู้เรื่องเพศ

การใช้ประโยชน์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย (1-5)	S.D	ระดับการแสวงหาข่าวสาร
1.นำไปใช้ประโยชน์ในการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ	37 9.3	127 31.8	165 41.3	52 13.0	19 4.8	400 100	3.28	.97	ปานกลาง
2.นำไปใช้ประโยชน์ในการตอบสนองของความสนใจต่อประเด็นปัญหาในเรื่องเพศที่อยากรู้	4 1.0	3 0.8	384 96.0	2 0.5	7 1.8	400 100	2.99	.35	ปานกลาง
3.นำเอาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศที่ได้รับ มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้	31 7.8	140 35.0	179 44.8	37 9.3	13 3.3	400 100	3.35	.87	ปานกลาง
4 ใช้ประโยชน์ในการนำเอาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศที่ได้รับไปเป็นแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ	25 6.3	133 33.3	178 44.5	45 11.3	19 4.8	400 100	3.25	.91	ปานกลาง
5.เมื่อได้อ่านแล้วทำให้มีความรู้เท่าทันในเรื่องเพศกับบุคคลรอบข้างมากขึ้น	23 5.8	110 27.5	179 44.8	64 16.0	24 6.0	400 100	3.11	.95	ปานกลาง
6. สามารถนำเอาข่าวสารและความรู้เรื่องเพศที่ได้รับไปเผยแพร่ให้บุคคลอื่นได้	17 4.3	83 20.8	165 41.3	106 26.5	29 7.3	400 100	2.88	.96	ปานกลาง
7.ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน	29 7.3	113 28.3	166 41.5	76 19.0	16 4.0	400 100	3.16	.95	ปานกลาง
8. สามารถใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	26 6.5	104 26.0	144 36.0	97 24.3	29 7.3	400 100	3.0	1.03	ปานกลาง

จากตารางที่ 11 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีระดับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารความรู้เรื่องเพศโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการใช้ประโยชน์ในด้านการนำเอาข่าวสารความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ใน ชีวิตประจำวันมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.35 รองลงมาคือ ด้านการนำไปใช้เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ข่าวสารเรื่องเพศ ค่าเฉลี่ย 3.28 และ ด้านที่มีการใช้ประโยชน์ที่น้อยที่สุดคือ การนำเอาความรู้ที่ได้รับไปเผยแพร่ให้กับผู้อื่นโดยคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.88

ตารางที่ 12 แสดงระดับการใช้ประโยชน์ของกลุ่มผู้อ่านในข่าวสารความรู้เรื่องเพศที่ได้รับ

ระดับการใช้ประโยชน์	ความถี่	ร้อยละ
น้อยที่สุด	13	3.3
น้อย	55	13.8
ปานกลาง	223	55.8
มาก	108	27.0
มากที่สุด	1	.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มผู้อ่านมีระดับการใช้ประโยชน์จากความรู้เรื่องเพศในนิตยสารผู้หญิง ทั้ง 8 เล่มอยู่ในระดับปานกลาง คือร้อยละ 55.8 รองลงมา คือมีระดับการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับมาก คือร้อยละ 27.0 และกลุ่มผู้อ่านที่มีการใช้ประโยชน์ในระดับมากที่สุด นั้นมีสัดส่วนน้อยที่สุดคือ มีเพียงร้อยละ .3

จากตารางที่ 13 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจจากข่าวสารความรู้เรื่องเพศโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ พึงพอใจในการที่นิตยสารผู้หญิงสามารถตอบสนองประเด็นข่าวสารความรู้เรื่องเพศที่อยากรู้ได้เป็นอย่างดี โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยที่ 3.42 รองลงมา คือ พึงพอใจในการนำไปใช้ประยุกต์ในชีวิตประจำวันได้มากขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.38 สำหรับด้านที่ผู้อ่านมีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ พึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอข่าวสาร โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ย ที่ 2.90

ตารางที่ 14 แสดงระดับการใช้ประโยชน์ของกลุ่มผู้อ่านในข่าวสารความรู้เรื่องเพศที่ได้รับ

ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	ร้อยละ
น้อยที่สุด	11	2.8
น้อย	56	14.0
ปานกลาง	203	50.8
มาก	120	30.0
มากที่สุด	10	2.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มผู้อ่านมีระดับความพึงพอใจข่าวสารความรู้เรื่องเพศในนิตยสารผู้หญิง ทั้ง 8 แลอยู่ในระดับปานกลางมากที่สุด คือร้อยละ 50.8 รองลงมา คือมีระดับการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับมาก คือร้อยละ 30.0 และกลุ่มผู้อ่านที่มีความพึงพอใจมากที่สุด นั้นมีสัดส่วนน้อยที่สุดคือ มีเพียงร้อยละ 2.5

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 กลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศที่ต่างกัน

เพศ

ตารางที่ 15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิงฯ ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง

เพศ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย 1-5	S.D	t	p
ชาย	201	2.6909	.78143	-.900	.368
หญิง	199	2.7682	.92842		

จากตารางที่ 15 พบว่า เพศชายกับเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยในการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิงฯ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 คือ เพศชายกับเพศหญิงมีการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิงฯ ที่ไม่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อายุ

ตารางที่ 16 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิงฯ ตามระดับช่วงอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย 1-5	S.D	F	p	คู่ที่แตกต่าง กัน
18-20 ปี	19	3.4539	0.74676	6.535***	0.000	1>3,1>4,1>5
21-25 ปี	121	2.8864	.85908			
26-30 ปี	133	2.6645	.86989			
31-35 ปี	78	2.5625	.79613			
36 ปี ขึ้น ไป	49	2.5026	.76227			
รวม	400	2.7294	.85751			

,มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้มีอายุต่างกันมีค่าเฉลี่ยในการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิง ฯ ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 1 คือ กลุ่มอายุที่ต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิง ฯ ที่แตกต่างกัน

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ เพื่อหาคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 พบว่า กลุ่มผู้อ่านที่มีอายุ 18-20 ปี มีการแสวงหาข่าวสาร ที่มากกว่า กลุ่มอายุ 26-30 ปี ,กลุ่มอายุ31-35 ปี และกลุ่มอายุ 36 ปีขึ้นไป ส่วนคู่อื่น ๆ นอกจากที่กล่าวแล้ว ไม่พบความแตกต่าง

อาชีพ

ตารางที่ 17 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิงตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย 1-5	S.D	F	p	คู่ที่แตกต่างกัน
นักเรียน / นักศึกษา	50	3.4525	.64824	17.567 ^{**}	.000	1>2,1>3,1>4,1>6 2<3,2>5
ข้าราชการ / รัฐ วิสาหกิจ	55	2.0568	.88219			
พนักงานบริษัท / ห้างร้าน	242	2.7335	.76132			
ค้าขาย / ธุรกิจ ส่วนตัว	28	2.5982	.77680			
แม่บ้าน / พ่อบ้าน / เกษียณ	9	3.1944	1.26570			
รับจ้าง	16	2.6875	.75277			
รวม	400	2.7294	.85751			

. มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 17 พบว่า กลุ่มผู้อ่านที่มีอาชีพต่างกันมีค่าเฉลี่ยในการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิง ๕ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 1 คือ กลุ่มอาชีพที่ต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิง ๕ ที่แตกต่างกัน

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ เพื่อหาคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 พบว่า กลุ่มผู้อ่านที่มีอาชีพ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษามีการแสวงหาข่าวสาร ที่มากกว่ากลุ่มผู้อ่านที่ประกอบอาชีพ ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัท หรือ ห้างร้าน เอกชน ,ค้าขาย หรือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และรับจ้าง ส่วนกลุ่มผู้อ่านที่ประกอบอาชีพข้าราชการ

หรือพนักงาน รัฐวิสาหกิจ มีการแสวงหาข่าวสารที่น้อยกว่าพนักงานบริษัท หรือ ร้านอาหาร เอกชน แต่มากกว่ากลุ่มแม่บ้าน / พ่อบ้านหรือ เกษียณอายุ ส่วนคู่อื่น ๆ นอกจากที่กล่าวแล้ว ไม่พบความแตกต่าง

ระดับการศึกษา

ตารางที่ 18 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิงตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย 1-5	S.D	F	p
มัธยมปลายและเทียบเท่า	6	2.8542	1.17105	.788	.533
อนุปริญญาและเทียบเท่า	33	2.7917	.75043		
ปริญญาตรี	294	2.7572	.82062		
ปริญญาโท	64	2.5723	1.02591		
สูงกว่าปริญญาโท	3	2.4167	1.13422		
รวม	400	2.7294	.85751		

จากตารางที่ 18 พบว่า กลุ่มผู้อ่านที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยในการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิง ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 คือ กลุ่มผู้อ่านที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิง ไม่แตกต่างกัน

สถานภาพสมรส

ตารางที่ 19 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิงตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน (คน)	ค่า เฉลี่ย	S.D	t	p
โสด	324	2.7099	.84918	-.939	.348
สมรส และ หย่าร้าง	76	2.8125	.89315		

จากตารางที่ 19 พบว่า กลุ่มผู้อ่านที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีค่าเฉลี่ยในการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิง \neq ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 1 คือ กลุ่มผู้อ่านที่มีสถานภาพการสมรสที่ต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิง \neq ที่ไม่แตกต่างกัน

ระดับรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 20 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิงตามระดับรายได้ต่อเดือน

ระดับรายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย 1-5	S.D	F	p
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4	3.3750	1.22048	1.853	.066
5,001-10,000 บาท	76	2.9375	.90220		
10,001-15,000 บาท	107	2.6811	.79619		
15,001-20,000 บาท	80	2.7313	.87468		
20,001-25,000 บาท	57	2.7237	.88664		
25,001-30,000 บาท	39	2.6699	.71778		
30,001-35,000 บาท	12	2.6250	.71708		
35,001-40,000 บาท	12	2.0833	.94197		
มากกว่า 40,000 บาท	13	2.5962	.93563		
รวม	400	2.7294	.85751		

จากตารางที่ 20 พบว่า กลุ่มผู้อ่านที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่างกันมีค่าเฉลี่ยในการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิง ๖ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 คือ กลุ่มผู้อ่านที่มีระดับรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิง ๖ ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่อยู่ในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ

ตารางที่ 21 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร/ค่าสถิติ	การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร	
	r	p
การแสวงหาข่าวสาร	.428***	.000

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 21 พบว่าการแสวงหาข่าวสาร และพฤติกรรมการใช้ประโยชน์ในราวสารความรู้เรื่องเพศในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศของกลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานครนั้น มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 และเป็นความสัมพันธ์กันในทางบวกหมายความว่า กลุ่มผู้อ่านที่มีการแสวงหาข่าวสารความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศมาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์ ในข่าวสารความรู้เรื่องเพศมากตามไปด้วย และในทางตรงกันข้าม หากกลุ่มผู้อ่านมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารน้อยก็จะมีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์น้อยตามไปด้วย แต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง

สมมุติฐานที่ 3 การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ

ตารางที่ 22 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับความพึงพอใจในข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร

สถิติ	ตัวแปร/ค่า	
	ความพึงพอใจจากข่าวสาร	
	r	p
การแสวงหาข่าวสาร	.422***	.000

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 22 พบว่าการแสวงหาข่าวสาร และความพึงพอใจในข่าวสาร ความรู้เรื่องเพศในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศของกลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพฯ นั้น มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 3 และเป็นความสัมพันธ์กันในทางบวกหมายความว่า กลุ่มผู้อ่านที่มีการแสวงหาข่าวสารความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศมาก ก็จะมี ความพึงพอใจในข่าวสารความรู้เรื่องเพศมากตามไปด้วย และในทางตรงกันข้าม หากกลุ่มผู้อ่าน มีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารน้อยก็จะมี ความพึงพอใจในข่าวสารความรู้เรื่องเพศน้อยตามไปด้วย แต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมุติฐานที่ 4 การใช้ประโยชน์ในเรื่องความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ

ตารางที่ 23 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับความพึงพอใจในข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร/ ค่าสถิติ	ความพึงพอใจจากข่าวสาร	
	r	p
การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร	.858***	.000

,มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 23 พบว่าการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร และความพึงพอใจในข่าวสาร ความรู้เรื่องเพศในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศของกลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพฯ นั้น มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 4 และเป็นความสัมพันธ์กันในทางบวกหมายความว่า กลุ่มผู้อ่านที่มีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารความรู้เรื่องเพศมาก ก็จะมี ความพึงพอใจในข่าวสารความรู้เรื่องเพศมากตามไปด้วย และในทางตรงกันข้าม หากกลุ่มผู้อ่านมีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารความรู้เรื่องเพศน้อยก็จะมี ความพึงพอใจในข่าวสารความรู้เรื่องเพศน้อยตามไปด้วย โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับที่สูง

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง”การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร”นี้ เป็นการสำรวจการแสวงหาข่าวสารและความคิดเห็นของกลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อข่าวสารและความรู้เรื่องเพศที่ปรากฏอยู่ในนิตยสารนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ

ทั้งนี้ได้มีการตั้งสมมุติฐานการวิจัยไว้ดังนี้ คือ

- 1..กลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศที่ต่างกัน
- 2.การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่อยู่ในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ
- 3.การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ
- 4.การใช้ประโยชน์ในเรื่องความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ

ตั้งแต่ 18-60 ปี ที่อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศที่ผู้วิจัยเลือกนำมาศึกษา ได้แก่ Cosmopolitan, Elle, Cleo, Her World, Madame Figaro, Seventeen, marie-claire, และ Slimming ด้วยการสุ่มตัวอย่าง แบบบังเอิญ (Accidental sampling) สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง กับการแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในความรู้เรื่องเพศ ส่วนการทดสอบสมมุติฐานนั้น ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือค่าเฉลี่ย t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่าง ๆ ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

จากนั้นนำประเด็นที่น่าสนใจมาวิเคราะห์และสรุปผลได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน แบ่งเป็นชายและหญิงที่อยู่ในวัย 18-60 ปี โดยมีสัดส่วนเพศชายและหญิงใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี มีอาชีพพนักงานบริษัท ห้างร้านเอกชนมากที่สุด นอกจากนี้ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี สถานภาพการสมรสส่วนใหญ่โสด และมีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท

2 ลักษณะของการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศในนิตยสารสตรี ภาษาไทย ชื่อต่างประเทศฉบับต่าง ๆ

นิตยสารที่กลุ่มตัวอย่างอ่านบ่อยที่สุด ได้แก่ นิตยสาร Elle รองลงมา คือ นิตยสาร Cleo ถัดมา คือ Cosmopolitan โดยนิตยสารที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างอ่านน้อยที่สุด คือ นิตยสาร Slimming โดยเป็นการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศเพื่อวัตถุประสงค์ในการฆ่าเวลามากที่สุด ส่วนวัตถุประสงค์ที่น้อยที่สุด คือ เพื่อสร้างจินตนาการ และประเภทของเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเพศที่

ชอบอ่านมากที่สุด เทคนิคในการร่วมเพศ รองลงมา คือ เนื้อหาประเภทถามตอบปัญหาเรื่องเพศสัมพันธ์ และ ประเภทที่กลุ่มตัวอย่างชอบอ่านน้อยที่สุดคือ แบบทดสอบทางเพศ และกลุ่มตัวอย่างมีระดับของการแสวงหาข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

3. การใช้ประโยชน์ในข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ

กลุ่มผู้อ่านมีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากข่าวสารความรู้เรื่องเพศโดยรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการใช้ประโยชน์ในด้านการนำเอาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุด และการใช้ประโยชน์ที่น้อยที่สุดคือการนำเอาข่าวสารและความรู้เรื่องเพศที่ได้รับ ไปเผยแพร่ให้บุคคลอื่น

4. การวิเคราะห์ความพึงพอใจในข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ

กลุ่มผู้อ่านมีระดับความพึงพอใจในข่าวสารความรู้เรื่องเพศโดยรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง โดยพึงพอใจในการตอบสนองของความสะดวกต่อประเด็นปัญหาในเรื่องเพศ ที่อยากรู้ได้มากที่สุด และความพึงพอใจที่น้อยที่สุดคือพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอของข่าวสารและความรู้เรื่องเพศ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 กลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศที่ต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 เป็นไปตามสมมติฐานบางส่วน โดยพบว่า

เพศ

กลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานครทั้งเพศชายและเพศหญิง มีการแสวงหาข่าวสาร จากนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

อายุ

กลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสาร จากนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ Scheffe' พบว่า กลุ่มผู้อ่านที่มีอายุ 18-20 ปี มีการแสวงหาข่าวสาร ที่มากกว่า กลุ่มอายุ 26-30 ปี ,กลุ่มอายุ 31-35 ปี และกลุ่มอายุ 36 ปีขึ้นไป ส่วนกลุ่มผู้อ่านที่มีอายุ 26-30 ปี มีการแสวงหาข่าวสารที่มากกว่ากลุ่มผู้อ่านอายุ 21-25 ปี ส่วนผู้อื่น ๆ นอกจากที่กล่าวแล้ว ไม่พบความแตกต่าง

ระดับการศึกษา

กลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสาร จากนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

อาชีพ

กลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะอาชีพต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสาร จากนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ Scheffe' พบว่า กลุ่มผู้อ่านที่มีอาชีพ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีการแสวงหาข่าวสาร ที่มากกว่ากลุ่มผู้อ่านที่ประกอบอาชีพ ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัท หรือ ห้างร้าน เอกชน ,ค้าขาย หรือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และรับจ้าง ส่วนกลุ่มผู้อ่านที่ประกอบอาชีพข้าราชการ หรือพนักงาน รัฐวิสาหกิจ มีการแสวงหาข่าวสารที่น้อยกว่าพนักงานบริษัท หรือ ห้างร้าน เอกชน แต่มากกว่ากลุ่มแม่บ้าน / พ่อบ้านหรือเกษียณอายุ ส่วนคู่อื่น ๆ นอกจากที่กล่าวแล้ว ไม่พบความแตกต่าง

สถานภาพสมรส

กลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารจากนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

รายได้ต่อเดือน

กลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารจากนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

สมมติฐานที่ 2 การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่อยู่ในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่า การแสวงหาข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่อยู่ในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ ของกลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเกณฑ์ในการนำข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้ประโยชน์ของกลุ่มผู้อ่านนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

สมมุติฐานที่ 3 การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ

ผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 3 พบว่า การแสวงหาข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่อยู่ในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ ของกลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยเกณฑ์ในการทางความพึงพอใจของกลุ่มผู้อ่านนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

สมมุติฐานที่ 4 การใช้ประโยชน์ในเรื่องความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ

ผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 4 พบว่า การใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่อยู่ในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ ของกลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยระดับความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้อยู่ในระดับสูงมาก

อภิปรายผล

สมมุติฐานที่ 1 กลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศที่ต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า เป็นไปตามสมมุติฐานเพียงบางส่วน ดังนี้

เพศ

เพศชายและเพศหญิงมีการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรีนเบิร์ก และคูมาตะ (Greenberg and

Kumata , 1968) ที่ได้ศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลในการทำนายพฤติกรรมการใช้สื่อ ซึ่งพบว่า ลักษณะทางประชากร เช่น เพศ อายุ อาชีพ แต่ละตัวโดยลำพังแล้ว ไม่มีอิทธิพลในการทำนายพฤติกรรมการใช้สื่อเลย นอกจากนี้ยังได้รับการยืนยันจาก แมคเคลอยด์ และโอคีฟ (Mcleod and O' Keefe , 1972) ที่พบว่า การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับตัวแปรที่มีอิทธิพลการทำนายพฤติกรรมการสื่อสาร โดยตัวแปรทางด้านประชากรส่วนใหญ่มักประสบความสำเร็จต่ำ เนื่องจาก ตามทฤษฎีการแบ่งกลุ่มทางพฤติกรรมศาสตร์ การสื่อสารของปัจเจกบุคคล เป็นไปตามกลุ่มทางสังคมที่ตนสังกัดมากกว่า เพศชายและหญิงจึงไม่มีความแตกต่างในการแสวงหาข่าวสาร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ

ศรีศรีรินทร์ อาภากุล (2543) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ รายการ “ ถอดรหัส ” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับรายการ “ ถอดรหัส ” ของเพศชายและเพศหญิง มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับรายการ ไม่แตกต่าง

อายุ

กลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกันโดยช่วงอายุที่มีการแสวงหาข่าวสารมาก คือ ช่วง อายุ 18-20 ปี โดยมีสัดส่วนของการแสวงหาข่าวสารที่มากกว่าช่วงอายุ 26-30 ปี ,กลุ่มอายุ31-35 ปี และกลุ่มอายุ 36 ปีขึ้นไป โดยอาจจะเป็นเพราะในช่วงอายุ18-20 ปีนั้นอยู่ในช่วงวัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยที่ต้องการความรู้ และมีความอยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับเรื่องเพศศึกษา บางครั้งจึงแสดงออกด้วยการปิดบังและพูดคุยกเฉพาะกลุ่มเพศเดียวกัน หรือฟังจากผู้อื่นพูดคุยก หรืออ่านจากหนังสือเรื่องเพศและสื่อลามกที่มีขายทั่วไป (สุพัตรา สุภาพ ,2523) ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของวิลเลียม ดี บรูคส์ (William D. Brook อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน , 2540 : 113) ที่กล่าวว่า คนที่ต่างรุ่นกันยังมีประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกันไปด้วย จึงทำให้ทัศนคติและความรู้สึกนึกคิดของคนต่างรุ่นต่างวัยไม่เหมือนกัน จึงอาจเป็นผลให้ความสนใจในข่าวสารเรื่องเพศในนิตยสารของกลุ่มอายุต่าง ๆ มีความแตกต่างกัน

นอกจากนี้ อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความเหมือนหรือแตกต่างกันในเรื่องความคิด และพฤติกรรม โดยทั่วไปคนที่มีอายุน้อยกว่าจะมีความคิดที่เป็นเสรีนิยมมากกว่า (more liberal) ในขณะที่คนที่มีอายุมากจะมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่า (more conservative) มีความระมัดระวัง (cautious) และมองโลกในแง่ร้าย (pessimistic) สาเหตุเป็นเพราะคนที่มีอายุมากกว่า มีประสบการณ์ในชีวิตมากกว่า ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าทำให้คนที่มีอายุมากมีการเปลี่ยนแปลง ไม่ค่อยยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคม เนื่องจากมีผลกระทบต่อทรัพย์สิน สถานะทางสังคมและความลำบากในการปรับตัวให้เข้ากับ ความเปลี่ยนแปลง และลักษณะของการใช้สื่อมวลชนนั้นคนที่มีอายุมากจะแสวงหาข่าวหน้าๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง (ปรมะ สตะเวทิน,2538)

ระดับการศึกษา

กลุ่มผู้อ่านที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันไม่มีความแตกต่างกันในด้านการแสวงหา ข่าวสาร ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนิตยสารผู้หญิงประเภทนี้เป็นนิตยสารที่กลุ่มผู้อ่านส่วนใหญ่มี วัตถุประสงค์ในการอ่านเพื่อใช้เวลาให้ผ่านไป คืออ่านเมื่อมีเวลาว่าง และระดับการศึกษาส่วนใหญ่ที่พบคือระดับปริญญาตรี ทำให้ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่เป็นปัจจัยในการแสวงหา ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศในนิตยสาร ฯ

อาชีพ

กลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะอาชีพต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารความรู้ เรื่องเพศ จากนิตยสารผู้หญิงฯต่างกัน โดยการที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้นั้น อาจจะเป็นเพราะใน บุคคลที่ประกอบอาชีพแต่ละอาชีพมีเป้าหมายในการแสวงหาข่าวสารต่างกันไปตามลักษณะของ งาน โดยโอกาสและช่วงเวลาในการแสวงหาข่าวสารนั้นย่อมแตกต่างกันไปตามลักษณะทางอาชีพ เช่น นักเรียน นักศึกษา ซึ่งมีอายุอยู่ในช่วงวัยรุ่นย่อมมีโอกาสและเวลาในการแสวงหาข่าวสาร มากกว่า กลุ่มที่ประกอบอาชีพ ข้าราชการ พนักงานบริษัทต่างๆ หรือประกอบธุรกิจ เป็นต้น

ส่วนกลุ่มผู้อ่านที่ประกอบอาชีพข้าราชการ หรือพนักงานวิสาหกิจมีการแสวงหาข่าวสารที่น้อยกว่าพนักงานบริษัทหรือห้างร้านเอกชน นั้นอาจเนื่องมาจากลักษณะของงานที่ทำให้เป้าหมายในการแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Difference Theory) ของ บอลล์ – โรคิช และเดอเฟอร์ (Ball Rokeach and De Fleur , 1976) ที่ว่า บุคคลจะมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพ ทักษะสติ สติปัญญา ความรู้ และความสนใจ นอกจากนี้ ยังขึ้นอยู่กับสถานภาพทางสังคม และวัฒนธรรมของแต่ละบุคคลด้วย ซึ่งโครงสร้างต่าง ๆ เหล่านี้ จะมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดพฤติกรรมการรับรู้ หรือการเรียนรู้ของมนุษย์ ในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนการรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และจากแนวคิดด้านการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากร (Demographic Analysis of An Audience) ที่กล่าวว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย พฤติกรรมที่ต่างกัน ยังรวมถึงการเลือกใช้สื่อ หรือการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ตามความต้องการของแต่ละบุคคล เนื่องจากแต่ละคนที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรย่อมมีกิจกรรม การดำเนินชีวิต ตลอดจนการใช้เวลาว่างที่ต่างกัน (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ , 2534)

นอกจากนี้ยังสอดคล้องทฤษฎีที่อธิบายถึงปัจจัยที่มีต่ออิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ของฟิลิป คอตเลอร์ (Phillip Kotler,1991) ซึ่งกล่าวว่า อาชีพของแต่ละบุคคลย่อมจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการบริการสินค้าที่แตกต่างกัน เช่น งานวิจัยของ วิยดา เกียวกุล ที่พบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวจากสื่อแตกต่างกันด้วย โดยประชาชนที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ข้าราชการจะเปิดรับข่าวมากกว่านักเรียน นักศึกษา ผู้ที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป และผู้ที่มีอาชีพแม่บ้าน

สถานภาพการสมรส

กลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพการสมรสโสดและสมรสหรือหย่าร้าง มีการแสวงหาข่าวสาร จากนิตยสารผู้หญิง ไม่แตกต่างกัน โดยอาจเป็นเพราะประชาชนไม่ว่าจะมีสถานภาพการสมรสเป็นโสด หรือแต่งงานแล้ว ย่อมที่จะมีความอยากรู้ ความสนใจในข่าวสาร

ความรู้เรื่องเพศที่คล้ายกัน โดยเป็นไปตามธรรมชาติ และความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ และในนิยายสารผู้หญิงแต่ละฉบับ ก็มีการเสนอข่าวสารความรู้เรื่องเพศที่หลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันของผู้อ่านแต่ละคน

รายได้ต่อเดือน

กลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสาร จากนิยายสารผู้หญิง ไม่แตกต่างกัน โดยอาจเป็นเพราะเรื่องเพศเป็นเรื่องที่เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เป็นเรื่องธรรมชาติ ไม่เหมือนกับข่าวสารความรู้ในเรื่องอื่น ๆ ที่ต้องอาศัยปัจจัยอื่น ๆ ในการทำความเข้าใจ จึงทำให้ระดับรายได้ไม่ใช่ตัวแปรที่บ่งชี้การแสวงหาข่าวสารได้

กล่าวโดยสรุปคือ กลุ่มผู้อ่านจะมีการแสวงหาข่าวสารไม่แตกต่างกันตาม เพศ , ระดับการศึกษา, สถานภาพการสมรสและระดับรายได้ และแตกต่างกันตามอายุ และอาชีพ ตามทฤษฎี การแสวงหาข่าวสารของ (Krikeles ,1983) ที่ว่า การเลือกรับข่าวสารของผู้รับสารจะเป็นปัจจัยหนึ่งในการแสวงหาข่าวสาร ซึ่งผู้รับสารสามารถที่จะเลือกจดจำในข่าวสารที่ตนเองสนใจ ให้ความเชื่อถือ และตรงตามความเชื่อ ทศนคติ และความต้องการของตนเท่านั้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับสารของเคลปเปอร์ (Klapper,1990) ที่ได้กล่าวไว้ว่าบุคคลจะเลือกรับสื่อและข่าวสารต่าง ๆ ตามความสนใจ ความต้องการ เพื่อนำมาสนองความต้องการของตนเอง

สมมุติฐานที่ 2 การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิยายสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่อยู่ในนิยายสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ

ผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 พบว่า การแสวงหาข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่อยู่ในนิยายสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ ของกลุ่มผู้อ่าน

ในเขตกรุงเทพฯ โดยผู้อ่าน ที่มีการแสวงหาข่าวสารมาก ก็จะมีการนำสาระความรู้ที่ได้มาใช้ประโยชน์มากตามไปด้วย

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่ากลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ เมื่อได้อ่านแล้ว จะมีการนำความรู้ที่ได้รับมาใช้ในเรื่องกลุ่มผู้อ่านมีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากข่าวสารความรู้เรื่องเพศโดยรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการใช้ประโยชน์ในด้านการนำเอาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศที่ได้รับ มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุด

จากผลการวิจัยดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสารได้ส่งผลให้เกิดการใช้ประโยชน์ การใช้ประโยชน์นั้นสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่มนุษย์มีประสบการณ์ตรงจากสิ่งนั้น ๆ กล่าวคือ การได้เห็น ได้ยิน และได้ปฏิบัติจริง สอดคล้องกับแนวคิดของ แกร์สัน และมากูน (Garrison and Magoon, 1972) ที่กล่าวถึงการใช้ประโยชน์ว่าเป็นกระบวนการกลั่นกรองและตีความในสิ่งที่เราเห็น ได้ยิน สัมผัส ได้กลิ่น หรือได้ชิมรสมา ทำให้ทราบว่าสิ่งนั้นเป็นอะไร มีความหมายอย่างไร มีลักษณะอย่างไร โดยอาศัยประสบการณ์เป็นเครื่องช่วยในการตีความหรือแปลความ และสอดคล้องกับความคิดทางสังคมศาสตร์ของ เคอร์รี่ และ เวด (Curry and Wade, 1968) เกี่ยวกับการเลือกอย่างมีเหตุผลว่า มนุษย์ต่างเลือกประพจน์ ปฏิบัติ หรือตัดสินใจในทางที่จะให้ความพึงพอใจสูงสุดแก่ตน ซึ่งความพึงพอใจสูงสุดมิใช่เป็นการบรรลุถึงปริมาณที่มากที่สุด แต่เป็นความชอบและการได้รับประโยชน์ที่มากกว่า และยังคงสอดคล้องกับแนวคิดของ แมคควอล และคณะ (McQuail and Other) ที่ได้กล่าวไว้ในเรื่องของตัวแปรของความต้องการข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ว่า ความต้องการสารสนเทศ เป็นความต้องการที่เพื่อเป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำ ในการปฏิบัติ ความคิดเห็น และการตัดสินใจ รวมทั้งเพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสังคม

สมมุติฐานที่ 3 การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ

ผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 3 พบว่า การแสวงหาข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่อยู่ในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ ของกลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพฯ โดยผู้อ่าน ที่มีการแสวงหาข่าวสารมาก ก็จะความพึงพอใจในข่าวสารมากตามไปด้วย

กลุ่มผู้อ่านมีระดับความพึงพอใจในข่าวสารความรู้เรื่องเพศโดยรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง โดยพึงพอใจในการสามารถตอบสนองของความสนใจต่อประเด็นปัญหาในเรื่องเพศ ที่อยากรู้ได้มากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ในนิตยสารผู้หญิง มีการนำเสนอเนื้อหาของความรู้เรื่องเพศมากกว่า นิตยสารกลุ่มอื่น ๆ โดยจากงานวิจัย ของ จีรชอุบลย์ บุญยภักดี (2543) ที่ศึกษาเรื่อง "บทบาทของนิตยสารในการให้ความรู้เรื่องเพศ" พบว่า นิตยสารกลุ่มคนรุ่นใหม่หัวนอก มีการนำเสนอเนื้อหาของความรู้เรื่องเพศมากกว่านิตยสารกลุ่มชาวบ้าน กลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มคนรุ่นใหม่หัวไทย โดยมีการนำเสนอความรู้เรื่องเพศทั้งในด้านความรู้เรื่องเพศด้านชีววิทยา ด้านสุขวิทยา ด้านจิตวิทยา และสังคมวิทยา ทั้งนี้ กลุ่มนิตยสารกลุ่มคนรุ่นใหม่หัวนอกมีการนำเสนอลักษณะความรู้เรื่องเพศด้านสังคมวิทยามากที่สุด ซึ่งได้แก่ การปรับตัวเรื่องความรัก การเกี่ยวพาราตี การวางตัวกับเพศตรงข้าม การวางแผนอนาคต และการเลือกคู่ครอง ซึ่งสามารถตอบสนองต่อความสนใจในประเด็นปัญหาต่าง ๆ ของกลุ่มผู้อ่านได้เป็นอย่างดี

ส่วนความพึงพอใจที่น้อยที่สุดคือพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอของ ข่าวสารและความรู้เรื่องเพศนั้นอาจเนื่องมาจากนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศทั้ง 8 เล่มมีรูปแบบการนำเสนอที่ไม่แตกต่างกันมากนัก จะเห็นได้จากในนิตยสารแต่ละเล่มมีคอลัมน์ที่นำเสนอเรื่องเพศที่ไม่แตกต่างกันมากนัก โดยคอลัมน์ส่วนใหญ่มักจะเป็น คอลัมน์เทคนิคในการร่วมเพศ,ถาม-ตอบ ปัญหาเรื่องเพศสัมพันธ์, ทัศนะต่าง ๆ ในเรื่องเพศ,คอลัมน์ปัญหาหัวใจ, ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างชาย-หญิง เป็นต้น ซึ่งคล้ายกันในนิตยสารผู้หญิงแต่ละเล่ม

งานวิจัยของ สุปณี สุวรรณฉัตรชัย (2542) พบว่า การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารของนักท่องเที่ยว โดยการแสวงหาข่าวสารจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารมากกว่าการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจและสื่อประเภทอื่น

จากทฤษฎีของชาร์ลส์ แอตกิน (Charles Atkins) ที่ชี้ให้เห็นว่าการแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการสื่อมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือความต้องการข่าวสารที่จะลดความไม่รู้ หรือไม่แน่ใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก เรียกว่าข่าวสารที่ใช้ประโยชน์จะเป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจ เพิ่มพูนความรู้ ความคิด และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ ตามทฤษฎีเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อของ ปรมะ สตะ เวทิน (2539) ที่ว่า ผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกเนื้อหาข่าวสารเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของตนเอง

ดังนั้น การแสวงหาข่าวสารจากนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ นั้น ตรงตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จะเห็นได้ว่า กลุ่มผู้อ่านในฐานเป็นผู้รับสาร จะเป็นผู้เลือกที่จะแสวงหาข่าวสาร ความรู้ ซึ่งในที่นี้คือ ความรู้ที่เกี่ยวกับเรื่องเพศที่สนองความต้องการและให้ความพอใจแก่ตนเป็นหลัก ซึ่งการแสวงหาความพึงพอใจจะนำไปสู่การเปิดรับสื่อ บุคคลแต่ละคนย่อมจะมีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับสื่อแตกต่างกันไป โดยที่กลุ่มผู้อ่าน มีความตั้งใจและแสวงหาข่าวสารจากนิตยสารฯ เพื่อ สอนองความต้องการในการรับรู้ ความเคลื่อนไหวของข่าวสารต่าง ๆ ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน และมีวัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมายในการอ่าน รวมถึงประเภทที่ต้องการอ่าน ที่ชัดเจน ในอันที่จะนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาตนเอง เพิ่มความรู้ ความเข้าใจในความรู้และทัศนคติเรื่องเพศ ภายหลังจากที่ได้นิตยสารฯไปแล้ว

สมมุติฐานที่ 4 การใช้ประโยชน์ในเรื่องความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ

ผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 4 พบว่า การใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องความรู้เรื่องเพศที่อยู่ในนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ ของกลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มผู้อ่านที่มีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารความรู้เรื่องเพศมาก ก็จะมี ความพึงพอใจในข่าวสารความรู้เรื่องเพศมากตามไปด้วย และในทางตรงกันข้าม หากกลุ่มผู้อ่านมีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารความรู้เรื่องเพสน้อยก็จะมี ความพึงพอใจในข่าวสารความรู้เรื่องเพสน้อยตามไปด้วย

จากผลการทดสอบพบว่า ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับที่สูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจการชมรายการโทรทัศน์ของ ปาล์มกรีน เวนเนอร์ และ เทย์ม (Palmgreen,Wenner and Taybum ;1981) ซึ่งพบว่าความคาดหวังที่จะได้รับประโยชน์จากข่าวสารทั่วไป มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในประโยชน์ที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแบบจำลองของ แคทซ์และคณะ (Katz, 1974) ที่พบว่า สภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน และ ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคน คาดคะเนว่า สื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้ต่างกันไปด้วยจึงมีลักษณะการใช้สื่อแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากผลการวิจัยที่พบว่า กลุ่มผู้อ่านมีการแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในระดับปานกลาง ดังนั้นจึงควรมีการวางแผนในการนำเสนอข่าวสารดังนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มผู้อ่านมีการแสวงหาข่าวสารจากนิตยสาร Elle มากที่สุด และรองลงมา คือ นิตยสาร Cleo ถัดมา คือ Cosmopolitan โดยนิตยสารที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างอ่านน้อยที่สุด คือ นิตยสาร Slimming โดยเป็นการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศเพื่อวัตถุประสงค์ในการฆ่าเวลามากที่สุด จึงจะเห็นได้ว่าการให้ความรู้ในเรื่องเพศของนิตยสารจึงเป็นการให้ความรู้โดยทางอ้อม ผู้อ่านไม่ได้มีวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศในนิตยสารโดยตั้งใจ ผู้วิจัยจึงเห็นว่าหากผู้ที่เกี่ยวข้องในการผลิต มีการวางแผนในเรื่องของการให้ความรู้เรื่องเพศที่น่าสนใจ ถูกต้อง เหมาะสม หรือเป็นประเด็นที่กลุ่มผู้อ่านต้องการทราบจริง ๆ ก็น่าจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อ่านได้มากกว่า

2. ผลการวิจัยพบว่าประเภทของเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเพศที่ชอบอ่านมากที่สุด เทคนิคในการร่วมเพศ รองลงมา คือ เนื้อหาประเภทถามตอบปัญหาเรื่องเพศสัมพันธ์ และ ประเภทที่กลุ่มตัวอย่างชอบอ่านน้อยที่สุดคือ แบบทดสอบทางเพศ ดังนั้นเมื่อทราบถึงประเภทของความรู้เรื่องเพศที่ผู้อ่านต้องการมากที่สุดแล้ว ผู้ที่เกี่ยวข้องจึงอาจแทรกความรู้ข่าวสารเรื่องเพศที่ถูกต้องเหมาะสม ไปกับประเภทของความรู้เรื่องเพศที่ผู้อ่านสนใจ หรือสอดแทรกความรู้ในด้านอื่น ๆ ที่ยังมีการแสวงหาข่าวสารที่น้อยอยู่ให้เพิ่มมากยิ่งขึ้นไปด้วย

3. จากผลการวิจัยเรื่องความพึงพอใจพบว่าผู้อ่านมีความพึงพอใจในรูปแบบของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่น้อยที่สุด ดังนั้นจึงควรมีการปรับปรุงในด้านเนื้อหาที่น่าสนใจ มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้อ่าน

4. นิตยสารผู้หญิง ไม่ว่าจะเป็น นิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศ หรือนิตยสารผู้หญิงในกลุ่มอื่น ๆ ควรเน้นประเด็นการนำเสนอความรู้เรื่องเพศโดยให้ข้อเท็จจริง ให้มากขึ้น โดยอาจแทรกไว้ในเนื้อหาความรู้เรื่องเพศที่น่าสนใจ

5. คอลัมนิสต์ ควรที่จะเข้าใจ หรือ รู้จักวิธีที่จะนำเสนอเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสมกับวัย และสภาพสังคม ทั้งนี้เพราะเรื่องเพศเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน เป็นเสมือนดาบสองคม ดังนั้นการเสนอข่าวสารความรู้เรื่องเพศจึงควรที่จะกระทำโดยไตร่ตรองให้ถี่ถ้วน รอบคอบ ด้วยเหตุที่นิตยสารเป็นสื่อที่จับต้องได้ และสามารถเข้าหาได้ง่าย การจะนำเสนอเนื้อหาใด ๆ จึงควรที่จะกระทำโดยใช้ดุลยพินิจ และความระมัดระวังเสียก่อน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1. ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษา การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อความรู้เรื่องเพศ โดยขอบเขตการศึกษาได้วัดเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร. จึงเป็นกรอบการวิจัยที่ค่อนข้างจำกัด ผู้วิจัยจึงเห็นว่าหากมีการศึกษาในต่างจังหวัด หรือ จำกัดเฉพาะกลุ่มเช่น กลุ่มวัยรุ่น ,กลุ่มสตรีที่สมรสแล้ว ก็อาจจะทำให้เกิดประโยชน์ในด้านการวางแผนการให้ความรู้เรื่องเพศที่ชัดเจน และตรงตามเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

2. ควรจะมีการวิจัยเพื่อศึกษาเจาะลึกทางด้านเนื้อหาของข่าวสาร หรือ เจาะลึกในด้านการแสวงหาข่าวสาร การนำไปใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ หรือบทบาทในการพัฒนาความรู้เรื่องเพศที่เจาะลึก เพื่อให้มองเห็นประโยชน์ในภาพรวมที่เด่นชัดขึ้น

3. ศึกษาเพิ่มเติมในสื่ออื่น ๆ ซึ่งในปัจจุบันมีสื่อต่าง ๆ มากมายที่มีการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศ ไม่ว่าจะเป็นสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ โดยอาจมุ่งไปยังประเด็นอื่น ๆ ที่น่าสนใจ และเหมาะสมกับสภาพสังคมในเวลานั้น ๆ เพื่อที่จะได้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาสื่อเพื่อการสื่อสารในเรื่องเพศที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้น



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กนิษฐา พิงวร. การศึกษานิตยสารสตรีต่างประเทศฉบับภาษาไทยในการพัฒนาบุคลิกภาพ.

วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชานิตยสารพัฒนากาาร ภาควิชาประชา
สัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

กุลธิดา ท่วมสุข. นิตยสารสตรี – บทวิเคราะห์เนื้อหาและทัศนคติของนักศึกษานิติ.

รายงานการวิจัยภาควิชาบรรณารักษ์และสารนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น , 2534.

ชนิษฐา เบญจาทิกุล. ทัศนคติการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสารคดี ศึกษา

เฉพาะกรณี รายการหนึ่งนั้อย. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ,2535.

จิรัชอุลย์ บุญภักดิ์. บทบาทของนิตยสารในการให้ความรู้เรื่องเพศ. วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
,2543.

จตุมา เพชรรัตน์. การเปิดรับหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีเนื้อหาทางเพศของวัยรุ่นในเขต

กรุงเทพมหานคร กับทัศนคติต่อเพศสัมพันธ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชา
นิเทศศาสตร์พัฒนากาาร ภาควิชาประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,2541.

รุปนี สุวรรณฉัตรชัย. การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่

มีต่อข่าวสารของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาวิชานิตยสารพัฒนากาาร ภาควิชาประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย ,2542.

ธิดิมา อุ่นเมตตาจิต. ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ

ฟัดฟิดฟอไฟ กับแสงชัย สุนทรวัฒน์ ทางสถานีโทรทัศน์ ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. วิทยานิพนธ์
ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2533.

ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขต

กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชานิตยสารพัฒนากาาร
ภาควิชาประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

นันทวัน กิจธนาเจริญ. การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจจากข่าวสารและการปรับ

เปลี่ยนพฤติกรรมบริโภคในชีวิตประจำวันของประชาชนกรุงเทพมหานคร ในภาวะวิกฤต

- เศรษฐกิจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาประถมศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- นิชดา เจริญชัยศรี. การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด มหาชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาประถมศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- พรเพ็ญ พัทธมาภรณ์. การเปิดรับและใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของผู้สูงอายุไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาโทศึกษาศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาประถมศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- พรทิพย์ พัฒนานุสรณ์. การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับประเด็นทางเพศของวัยรุ่นไทยที่นำเสนอมผ่านทางอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาโทศึกษาศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาประถมศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ปรมะตตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2529.
- พีระ จีระโสภณ. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2535.
- พัชนี เจริญรยา. เมตาดาต วิจัย, ธีรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- ระวีวรรณ แสงฉาย. การให้ความรู้เรื่องเพศศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ที.พี. พรินท์, 2538.
- ระวีวรรณ ประกอบผล. นิตยสารไทย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.
- เริงฤดี ปราการะนันท์. การเปิดรับเนื้อหาทางเพศจากนิตยสารผู้หญิงและทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องเพศของสตรีวัยรุ่นและวัยทำงาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาโทศึกษาศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาประถมศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- ลักษมี ไชยทองศรี. บทบาทของนิตยสารสตรี ในการเผยแพร่ความรู้ด้านสุขภาพอนามัย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาโทศึกษาศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาประถมศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ยุบล เบญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- วันทนีย์ วาสิกะสินและคณะ. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเพศศึกษา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.

- วิทยา เกียวกุล. การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,2538.
- วิเชียร เกตุสิงห์ . การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร :จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,2537.
- สุชาติ และสุวรรณี โสมประยูร. เพศศึกษา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช ,2535 .
- สุพจน์ กุลปรารค์ทอง. พฤติกรรมทางเลือกซื้อนิตยสารสตรีของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.
- สุวรรณนา หงษ์ศรีสุวรรณ. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติ และการสื่อสารเรื่องเพศของผู้ปกครองนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- เสนอ อินทรสุขศรี. เพศศึกษา. กรุงเทพมหานคร :โรงพิมพ์โอเดียนสโตร์ ,2525.
- อรวรรณ วิจักขณะ .การเปิดรับและใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,2534.
- อุบลวรรณ ปิติพัฒน์โมเชิต. บทบาทของนิตยสารผู้หญิงในการให้ความรู้เพื่อพัฒนาสตรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,2529.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาษาอังกฤษ

Atkin, Charl K. Anticipated Communication and Mass Media Information Seeking. Public Opinion Quarterly. New York : Free Press, 1973.

Katz, E.J.G. Blumber and M. Gurevitch. Utilization of mass communication by the individual. The Uses of Mass Communication ,Beverly Hills , Sage 1973.

Klapper , Joseph P. The Effects of Mass Communication. New York : The Free Press 1960

Rogers Everett M. Communication Strategies For Family planning. New York : The Free Press , 1973

Mccomb , Maxwell and Becker,Le . Using Mass Communication Theory. New York : Prenticehall, 1979.

McQuail,Dennis and Sven Windahl. Communication Models . New York : Longman,1981.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

“การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อความรู้เรื่องเพศ
ของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร”

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้น เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท ตาม
หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย จึงขอความกรุณาท่านผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านตอบคำถามทุกข้อ เพื่อความสมบูรณ์
และเพื่อประโยชน์ในการทำวิจัย ผู้จัดทำขอขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้ด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ใน หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

(1) ชาย

(2) หญิง

2. อายุ _____ ปี

3. อาชีพ

(1) นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา

(2) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

(3) พนักงานบริษัท / ห้างร้าน ของเอกชน

(4) ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว

(5) แม่บ้าน / พ่อบ้าน / เกษียณอายุ

(6) รับจ้าง

(7) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. ระดับการศึกษา

(1) มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช., ปกศ.ต้น หรือเทียบเท่า

(2) อนุปริญญา, ปวส., ปวท., ปกศ.สูง

(3)ปริญญาตรี

(4) ปริญญาโท

(5) สูงกว่าปริญญาโท

5. สถานภาพการสมรส

(1) โสด

(2) สมรส

(3) หม้าย

(4) หย่าร้าง

6. รายได้ต่อเดือน

(1) ต่ำกว่า 5,000 บาท

(2) 5,001-10,000 บาท

(3) 10,001 -15,000 บาท

(4) 15,001 - 20,000 บาท

(5) 20,001 -25,000 บาท

(6) 25,001- 30,000 บาท

(7) 30,001-35,000 บาท

(8) 35,001-40,000 บาท

(9) มากกว่า 40,001 บาท

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศในนิตยสาร

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ใน ช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. ท่านอ่านนิตยสารสตรีภาษาไทยชื่อต่างประเทศต่อไปนี้บ่อยครั้งเพียงใด

ชื่อนิตยสาร	บ่อยมาก (ทุก ๆ เดือน)	บ่อย (2-3 เดือน ต่อเล่ม)	ปานกลาง (4-6 เดือน ต่อเล่ม)	ไม่บ่อยนัก (6 เดือน ขึ้น ไป ต่อเล่ม)	ไม่เคย
แอล (Elle)					
คอสมโพลิแทน (Cosmopolitan)					
คลีโอ (Cleo)					
เซเวนทีน (Seventeen)					
มาตาม ฟิกาโร (Madamme Figaro)					
เฮอร์ เวิลด์ (Her World)					
แมรี แคลร์ (marie - Claire)					

2. ท่านอ่านนิตยสารดังกล่าวข้างต้นด้วยวัตถุประสงค์ใด

วัตถุประสงค์ในการอ่าน	บ่อย มาก	บ่อย	ปานกลาง	ไม่บ่อย นัก	ไม่เคย
ด้านบันเทิง เพื่อฆ่าเวลา					
เพื่อความสนุกสนาน/เพลิดเพลิน					
เพื่อนำไปพูดคุย สนทนากับเพื่อนฝูง					
เพื่อพักผ่อนอารมณ์					
เพื่อสร้างจินตนาการ					
ด้านความรู้ เพื่อต้องการหาความรู้ (เพศศึกษา)					
เพื่อความอยากรู้อยากเห็น					
เพื่อประโยชน์หรือรับคำแนะนำในการปฏิบัติต่อตนเอง					
อื่น ๆ (โปรดระบุ)					

3. ประเภทของเนื้อหาความรู้เรื่องเพศที่ท่านชอบอ่านมักเป็นประเภทใด

ประเภทของเนื้อหา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.คอลัมน์ปัญหาหัวใจ, ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างชาย-หญิง					
2.ถาม-ตอบปัญหาเรื่องเพศสัมพันธ์					
3.ประสบการณ์เรื่องเพศจากบุคคลต่าง ๆ					
4.เทคนิคการสร้างความสัมพันธ์ต่อเพศตรงข้าม					
5.เทคนิคในการร่วมเพศ					
6.ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนครอบครัว					
7.ประเพณีและวัฒนธรรมต่าง ๆ					
8.ความรู้เรื่องเพศศึกษา (ความรู้เกี่ยวกับโครงสร้าง และหน้าที่ของอวัยวะต่าง ๆ ในร่างกายที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศ)					
9.ความรู้เกี่ยวกับสุขปฏิบัติทางเพศ.(การระวังรักษาร่างกายให้ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ , ข้อควรระวังและสุขปฏิบัติเกี่ยวกับอวัยวะเพศ)					
10.นวนิยายทางเพศ					
11.แบบทดสอบทางเพศ					
12.ทัศนะต่าง ๆ ในเรื่องเพศ					
13.ความรู้ทางจิตวิทยา (ความผิดปกติด้านอารมณ์และจิตใจในเรื่องเพศ,ความต้องการและความรู้สึกทางเพศ)					
14.อื่น ๆ(โปรดระบุ)					

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ในข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ใน □ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ประเด็นคำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.นำไปใช้ประโยชน์ในการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ					
2.นำไปใช้ประโยชน์ในการตอบสนองความสนใจต่อประเด็นปัญหาในเรื่องเพศ ที่อยากรู้					
3.นำเอาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศที่ได้รับ มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้					
4 ใช้ประโยชน์ในการนำเอาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศที่ได้รับไปเป็นแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ					
5.เมื่อได้อ่านแล้วทำให้มีความรู้เท่าทันในเรื่องเพศกับบุคคลรอบข้างมากขึ้น					
6.สามารถนำเอาข่าวสารและความรู้เรื่องเพศที่ได้รับไปเผยแพร่ให้บุคคลอื่นได้					
7.ได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน					
8. สามารถใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์					

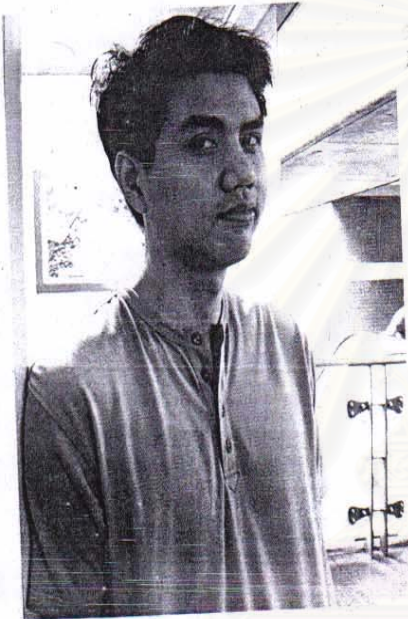
สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ใน หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ประเด็นคำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. นิตยสารผู้หญิงช่วยในการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ ของข้าพเจ้าได้เป็นอย่างดี					
2. นิตยสารผู้หญิงสามารถตอบสนองความสนใจต่อประเด็นปัญหาในเรื่องเพศ ที่อยากรู้ได้เป็นอย่างดี					
3. ข้าพเจ้าสามารถนำเอาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศที่ได้รับ มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้มากขึ้น					
4. ข้าพเจ้าสามารถนำเอาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศที่ได้รับไปเป็นแหล่งอ้างอิงได้อย่างน่าเชื่อถือ					
5. ข้าพเจ้าสามารถนำข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศที่ได้รับ ไปเผยแพร่ให้บุคคลอื่นได้อย่างน่าเชื่อถือ					
6. ข่าวสารและความรู้เรื่องเพศที่ได้รับมีความถูกต้องและชัดเจน					
7. ข่าวสารและความรู้เรื่องเพศมีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ					
8. ข้าพเจ้าได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และช่วยผ่อนคลายความตึงเครียด จากการได้รับข่าวสารและความรู้เรื่องเพศ					

Sex หน้าแตก ของพม



ณัฐพงษ์ อัยนอง
25 ปี, กิอปีไรตอร์

"ผมกับแฟนกำลังเล่นบรักันอยู่
ในห้องของเธอที่คอนโดแห่งหนึ่ง ฟังดู
เหมือนจะดีใช่ไหมครับ แต่ไม่หรอก เพราะ
เพื่อนชายที่แอบชอบเธออยู่ดันไขกุกแจ
ที่ผมก็ไม่รู้ว่าเขาทำได้ยังไง เขาเปิดประตู
เข้ามา เราทั้งคู่ตกใจมาก ในเวลานั้นผม
รู้สึกไม่อยากจะใกล้ๆ เธออีกแล้ว เพราะ
ผมรู้สึกเหมือนโดนหักหลัง เธอทำให้ผม
เสียหน้าและเสียใจมาก ผู้ชายคนนั้นโกรธ
ผมเหมือนอยากจะมีเรื่องด้วย แต่ผมไม่
ชอบการใช้กำลังหรอก เธอกันเขาไม่ให้
ทำร้ายผม ผมรีบคว้าเสื้อผ้าออกไปจาก
ห้องอย่างรวดเร็ว ลืมบอกไป... เธอเป็นคน
มีเสน่ห์จึงมีผู้ชายมาชอบเยอะ ผมเองไม่ได้
ระวังว่าจะมีใครนอกจากผมหรือเปล่า
หลังจากนั้นไม่นานเราก็เลิกกันครับ"

ความไม่สมบูรณ์เกิดขึ้นได้ทุกเรื่อง รวมถึง
เรื่องเซ็กซ์ด้วย ลองอ่านเรื่องราวหน้าแตกแบบ
ไม่คาดฝันของหนุ่มๆ บนท้องถนนเหล่านี้ดู
คุณอาจจะบ่ แต่พวกเขาบ่ หัวเราะไม่ออกเลยล่ะ

วิรุณ มณีโชติ 22 ปี, นักศึกษา

"เธอเข้ามาดูทีวีในห้องผมซึ่งเป็นหอพักรวม
พอนั่งใกล้กันนานเข้าก็รู้สึกอยากสัมผัสเนื้อตัว
ของเธอขึ้นมา แต่ด้วยความที่ผมขาดประสบการณ์
เลยทำให้ปลัดตะขอเสื่อชั้นในเธอไม่ออก คือมือ
มันลั่นจนไม่มีแรง เธอเองก็ขาดประสบการณ์
เหมือนกันจึงนั่งอยู่เฉยๆ ไม่ได้ช่วยอะไร ปลัด
อยู่นานมากจนรู้สึกหมดอารมณ์ คิดอีกทีก็รู้สึก
ว่าตัวเองไม่ได้ต้องการจะมีเซ็กซ์มากขนาดนั้น
เราสองคนเลยดูทีวีกันต่อ ถึงตอนนี้ก็ยังมี ความ
คิดว่าเซ็กซ์ยังไม่จำเป็นสำหรับวัยเรียนครับ"



“ไม่นานพมก็ถึงฝั่งแล้วครับ เธอถามว่าทำไป
เสร็จเร็วแบบนี้ล่ะ พมบอกตื่นเต้นไปหน่อย”

ชาญณรงค์ คงถาวร 25 ปี, วิศวกร



"ผมรู้ว่าการหลังเร็วเป็นปัญหาของผู้ชายส่วนใหญ่
แต่เพิ่งจะเข้าใจความรู้สึกจริงๆ ก็เมื่อปัญหานั้นเกิดกับตัว
ผมเอง หลังจากเล่าโลมแล้วจึงสอดใส่ ไม่นานผมก็ถึงฝั่ง
แล้วครับ แต่เมื่อมองไปที่หน้าเธอ โอ! หงุดหงิดเขียว
เธอถามว่าทำไมเร็วจังล่ะ ผมบอกตื่นเต้นไปหน่อย
เพราะหลังจากแฟนคนเก่าผมก็ไม่ได้มีอะไรกับใครมานาน
แล้ว มีเซ็กซ์กับเธอเป็นครั้งแรกด้วยจึงรู้สึกแปลกใหม่
พอได้ฟัง เธอถึงค่อยบอกว่าไม่เป็นไร (ยิ้ม) จริงๆ ผู้ชาย
ชอบผู้หญิงที่แสดงความรู้สึกออกมาอยู่แล้วครับ แต่น่า
จะอ่อนหวานกว่านี้สักนิดจะทำให้ผมอ่อนโยนลงครับ"

ภาพ : ฟรายเดย์ โนท์

ชนชาวอินดูได้ชื่อว่าเป็นเจ้าแห่งตำรับรักษาเกมสุครได้ให้ความสำคัญของการจูบว่า คือการสำรวจเรือนร่างและผ่านความรู้สึกของกันและกัน การจูบตามตำรับนี้จึงไม่จำกัดอยู่แค่ปากหรือแก้ม แต่จะไล่ลงมาตั้งแต่หน้าผาก คางตา แก้ม คอ ทรวงอก ริมฝีปาก จนมาถึงอวัยวะเพศ

ส่วนการจูบแบบฝรั่งเศสที่เรารู้จักกันในชื่อ French Kiss จะมีชื่อเสียงที่สุดในบรรดาการจูบ ซึ่งก็คือการใช้ปากและลิ้นของคู่จูบสำรวจริมฝีปาก ลิ้น และส่วนที่ลึกเข้าไปในช่องปากของเขาเพื่อสร้างอารมณ์เพศให้เกิดขึ้น นอกเหนือจากการบอกเขาให้รู้ว่าคุณกำลังอยู่ในอารมณ์ร้อนแรง การจูบแบบฝรั่งเศสในปัจจุบันเราจะเห็นได้จากภาพยนตร์ต่างประเทศที่คารามักคริมมีปากของกันและกัน มีการใช้ลิ้นพันกัน หรือใช้ริมฝีปากประกบคลายเป็นต้น เหมือนกับการพัฒนาจูบไปอีกขั้นเพื่อจะบอกถึงความนัยและความปรารถนาที่เปี่ยมล้น

จูบแบบไทย มีความหมายมากกว่ารัก

แม้ว่าการจูบไม่ใช่วัฒนธรรมของบ้านเรา หากนับย้อนไปสักห้าสิบลปีรับรองได้ว่าไม่เคยมีใครมาจูบกันให้เห็นในทีสาธารณะแน่นอน หนุ่มสาวที่รักกันอย่างมากที่สุดคือการหอมแก้มเบาๆ เท่านั้น ทว่าถึงวันนี้แล้วคงไม่มีใครไม่รู้จักคำว่าจูบ

ถ้าจะสรุปว่าจูบคือการอนุญาตให้มีเพศสัมพันธ์ได้ใช่หรือไม่ หรือว่ามีความหมายลึกลับกว่านั้นกันแน่ ถ้าจูบคือการสัมผัสตัวริมฝีปากอันเป็นการแสดงออกซึ่งความรักระหว่างกัน ผู้หญิงส่วนใหญ่จึงพอใจที่สามีหรือคนรักจะจูบเธออย่างสม่ำเสมอ แต่เรื่องราวของการจูบยิ่งน่าค้นหามากขึ้น เมื่อมีผู้คนพูดถึง ทัศนคติ หรือเขียนถึงการจูบว่าเป็นการเข้าอารมณ์เพศให้เกิดขึ้นอย่างแนบเนียนเป็นธรรมชาติ

การจูบของคนหนุ่มสาวคือการแสดงครั้งสำคัญที่สื่อความหมายว่าคนทั้งคู่รักกันและพร้อมจะมีเพศสัมพันธ์กัน ซึ่งถือเป็นการสัมผัสกันและกันอย่างใกล้ชิด สาวบางคนเปิดเผยว่าเธอรู้สึกได้ถึงความต้องการทางเพศของฝ่ายชาย เมื่อลิ้นของเขาเข้ามาพันอยู่ในช่องปากของเธอลิ้นยังทำหน้าที่สำคัญในการกระตุ้นจุดไวต่อความรู้สึกภายในปาก และละเอียดที่การร่วมรักหลังการจูบที่ยาวนาน

ในทางตรงข้าม เมื่อคนสองคนที่แต่งงานอยู่กินกันแล้วเลิกจูบกันหรือนานๆ ถึงจะจูบกันสักที ก็เป็นสิ่งบ่งบอกได้ว่าคนทั้งคู่เริ่มหมดความหวานชื่นและซักจะซัดซอกกันไปบ้างแล้ว เพราะจูบไม่ได้หมายถึงความต้องการทางเพศเพียงเท่านั้น แต่ยังมีความหมายว่า "สวัสดิ์" "ไปก่อนนะ" "คิดถึงคุณจัง" หรือ "คุณเป็นคนพิเศษของผม" ฯลฯ ในขณะที่ฝ่ายหญิงก็สามารถแสดงความรู้สึกของตนไปสู่สามีผ่านการจูบได้เช่นเดียวกันโดยไม่ต้องรู้สึกอึดอัดว่าเป็นการชวนเชิญร่วมเพศหรือไม่ ทั้งนี้ทั้งนั้นก็แล้วแต่สถานการณ์ที่จูบกันด้วย ลักษณะการจูบและท่าทีที่แสดงออกจะบ่งบอกความนัยของจูบได้เอง แม้แต่ศิลปินบนเวทีก็ยังแสดงความรักของตนกับผู้ชมด้วยการส่งจูบ และคนทั่วไปก็เห็นว่าการกระทำนั้นเป็นที่ยอมรับได้

จูบสื่อความรู้สึกลึกลับ

จูบกับความหมายพิเศษๆ สามารถเกิดขึ้นได้ ในขณะที่บางจูบก็ไม่มี ความหมายใดๆ เลย "สำหรับฉันจูบที่มีความหมายมากคือจูบที่เกิเกิดขึ้นในที่สาธารณะ บางครั้งอาจมีความนัยของการล้อเล่น สนุกสนาน หรือแสดงถึงความรักความใส่ใจ แต่สำหรับฉันมันคืออารมณ์ จูบบอกฉันว่าเธอต้องการฉัน และฉันเชื่อว่าคนอื่น ๆ ก็ส่งข้อความกันอย่างนี้" สาวคนหนึ่งเปิดใจ "จูบคือสัญญาณส่วนตัวที่เราส่งถึงกันว่าเราต้องการอะไร จูบที่ดีไม่ได้หมายถึงจูบอย่างยาวนาน แต่เป็นความผูกพันส่วนตัว

ของแต่ละคู่หนุ่มสาวว่าจะส่งสัญญาณความรู้สึกต่อกันอย่างไร แตกต่างกันไป จูบเป็นการตรวจสอบสามีว่าวันนี้เขาเปลี่ยนไปอย่างไรหรือไม่ เช่น เธอรู้ว่าเขากินช็อกโกแลต เขาสูบบุหรี่ หรือเขากินทองหยิบ (ซึ่งปกติเขาอาจจะไม่ชอบกิน)

แม้ว่าการจูบจะมีความหมายซับซ้อนอยู่บ้าง โดยเฉพาะในคู่ที่แต่งงานแล้ว แต่จูบก็ยังคงเป็นความผูกพันแนบแน่นของคนสองคน จูบแสดงถึงความกระหายในรักและความต้องการอยู่แนบชิดกัน เป็นการเติมเต็มความต้องการของกันและกัน

อย่างรวดเร็วและได้ผลที่สุด เราสร้างความประทับใจให้คู่ของมาได้ผ่านจูบ เพื่อแสดงให้เห็นว่าเราต้องการจากทักษะการจูบของเรา สาวคนใดที่อยากให้ฝ่ายชายสนใจก็อาจปลุกเร้าเขาด้วยจูบ หรือถ้าหากคุณอยู่กับเขานานๆ ไป จนกิจกรรมทางเพศเริ่มซ้ำซากจำเจเกินไปแล้ว ก็อาจมา รื้อฟื้นความรักให้ตื่นตื่นขึ้นได้ด้วยจูบเช่นกัน

ฟื้นความทรงจำหวานด้วยการจูบ

บางคนคิดว่าเมื่อหนุ่มสาวแต่งงานอยู่กินกันไปแล้ว เรื่องก็กึกกัมแบบ จูบๆ กอดๆ ก็คงไม่จำเป็น เป็นความคิดที่ผิด แม้ความต้องการทางเพศอาจลดลงในช่วงปีหลังๆ ของการแต่งงาน แต่ผู้เชี่ยวชาญด้านการบำบัดทางเพศก็ให้ข้อคิดว่า คุณสามารถเรียกวันหวานกลับคืนมาได้ผ่านการจูบที่ออกมาจากจิตใจและความปรารถนาของคุณ แล้วอาจเติมด้วยมือเท้าแสนโรแมนติก และการร่วมรักสุดประทับใจก็เป็นไปได้ เมื่อคุณรู้สึกพร้อมที่จะมีเซ็กซ์ก็ไม่จำเป็นต้องรีบร้อนสอดใส่เสมอไป แต่ให้ค่อยเป็นค่อยไปด้วยการกอดเคล้าคลึงและการจูบ เพียงเท่านั้นก็จะสร้างอารมณ์รักและปรารถนาให้ตะลึงหวีดได้ถึงขีดสุด การปล่อยให้ร่างกายสัมผัสกัน อย่างแนบชิดจะช่วยให้คุณหวัดคิดถึงการร่วมรักครั้งแรกๆ ที่เต็มไปด้วยความตื่นเต้น การค้นหา และความสุขสมที่นำพิศวง

ผู้เชี่ยวชาญด้านปัญหาทางเพศให้คำแนะนำแก่คู่สมรสที่มีปัญหาในการร่วมเพศว่า คนทั้งคู่อาจมีเซ็กซ์ที่เยี่ยมยอดได้โดยไม่ต้องสอดใส่ การสัมผัสร่างกายกันและกัน นอกจากจะเป็นการสำรวจที่ดี ยังเป็นการปลุกปลายประสาทที่มีอยู่ทั่วร่างกายให้ตื่นตัวขึ้น แม้ว่าบางคนจะล้มเหลวกับเสียวชานจากรสัมผัสที่เคยได้รับมาในกาลก่อนไปแล้ว หากในห้วงเวลานั้นคุณจะรู้สึกได้ว่าสามีคนเดิมกลับมาเป็นคู่รักคนใหม่ที่แสนจะเร้าร้อน และมีชีวิตชีวา และการแสดงความรู้สึกทางเพศแบบนี้ก็ไม่จำเป็นต้องรีบร้อน ปล่อยให้ทุกสิ่งดำเนินไปด้วยสัมผัสจากการกอดจูบ และปล่อยให้จินตนาการช่วยเติมเต็มความสุขให้คุณเอง

จูบจึงเป็นได้ทั้งสะพานเชื่อมความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้ง หรือเป็นไปเพื่อเซ็กซ์เท่านั้นก็ได้ เป็นประตูตราประทับระหว่างคุณทั้งคู่ ที่นึกถึงที่ไรก็อดไม่ได้ที่จะยิ้ม หรือยกมือลูบริมฝีปากด้วยความสุข ■ **บุษยาสาห์**

จูบคนร้อนแรงแบบนี้หรือเปล่า

● "นี่อ่อนไม่ทั้งคือเมื่อเพื่อนชายใช้ลิ้นเยอเขาออกไปดูของอื่น ไม่เคยรู้มาก่อนเลยที่ว่ามัน เป็นจุดที่ไวต่อความรู้สึกมาก ไม่ว่าจะเป็นการขบกัดเบาๆ หรือใช้ลิ้นกัดเบา มันปลุกอารมณ์ให้ อย่างฉับพลันแบบเอยาอะไรสักแล้ว" อสิศา 29 ปี, เสนาหาร

● "เมื่อคืนกับสามีของหน้ากัน เราตกลงจะกอดจูบกันเข่าข้างเดียวเขาหนีออกไป ออกไปไกลๆ กับมันคืออารมณ์เลย เมื่อเราร่วมรักไปด้วยก็ยิ่งรู้สึกดี และหากได้แบบว่า ออกด้วย ไบปร็องแอลกอฮอล์สักแก้วก็ทำให้เรารู้สึก มากยิ่งขึ้น" อสม 31 ปี, ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ

● "ตอนนั้นมันเพิ่งอายุ 17 และกำลังหลงรักแฟนที่แรกกับที่สถานตากอากาศ เราเข้าไปที่สถานตากอากาศจูบกันอย่างยาวนาน มันมันจูบครั้งแรกก็ทำให้ใจอยากของการจูบว่า รุนแรงขนาดไหน" เอมดี 25 ปี, แคชเชียร์

● "คืนแรกของการแต่งงาน สามีมอบจูบให้มันคือความรู้สึกที่เขามาบนเตียงไปปากและปล่อยให้มันไปต่อเข้าปากและล่อคอของอื่น มันมันเหมือน สบสพกับความตอและเข้าปากไปก็จูบปากเยื่อหน้ามันปลุกอารมณ์เพียงอย่างเดียวก็ ถึงวันนี้ก็ยังจำได้และแอบนึกถึงอยู่บ่อยๆ" กษกร 30 ปี, ธรณีเอนจิเนีย

for safe sex & life



จิตแพทย์

พญ. อัมพร เบญจพลพิทักษ์

Q อวัยวะเพศของแฟนมีขนาดเล็กข้างเล็ก กิ่งขาและด้วน กังวลว่าเมื่อเราแต่งงานกับแล้วจะมีปัญหาทำให้ด้วนไปมีความสุข คุณหมอมีคำแนะนำอย่างไร:

A ก่อนอื่นคงต้องทำความเข้าใจและสร้างความเชื่อมั่นกันก่อนนะคะว่า ถ้าคุณมีคนที่ตั้งใจจะใช้ชีวิตคู่อยู่ด้วยกันแล้ว ไม่ต้องสนหรอกว่าของเขามีสขนาดเท่าใด เนื่องจากสรีระของคุณย่อมปรับตัวให้กระชับเข้ากับเขา และได้สัมผัสรักที่ครบถ้วนไม่ตกหล่น เพราะสำหรับเรื่องนี้ขนาดไม่สำคัญ อยู่ที่มือและลิ้นคะ...แม้แต่คุณหอมทั้งหลาย ซึ่งเกิดมาแบบไม่ได้มีอะไรติดเนื้อติดตัวมาเลย เธอยังสามารถให้ความสุขแก่คู่ที่สาวจนติดอกติดใจกันเป็นแถว มีหน้าขำบรวดชายหนุ่มที่มีขนาดใหญ่โตเกินเหตุอาจทำให้ผู้หญิงเจ็บปวด และหมดอารมณ์ในบั้นต้นๆ ของเพศสัมพันธ์ด้วยซ้ำไป

ในภาพรวม เป็นที่ยอมรับกันว่าถ้าคุณผู้ชายมีอวัยวะเพศยาวเท่านี้ซึ่งของตัวเอง ก็ถือว่าเพียงพอต่อการใช้งานแล้ว นอกจากนี้หมอมองจะขออย่าให้มันใจยิ่งขึ้นด้วยสถิติจากขนาดมาตรฐานของอวัยวะเพศชายไทยที่คลุมหมอเทพพนม เมืองแมนเคยทำการสำรวจ โดยจ้างหมอนวด 3 คนใช้ไม้บรรทัดวัดขนาดอวัยวะเพศที่ได้เต็มที่ของแขกที่มาใช้บริการจำนวนกว่า 500 คน พบว่าขนาดสั้นที่สุดมีความยาว 3 นิ้วกว่าๆ และขนาดยาวที่สุดคือ 7.8 นิ้ว ความยาวเฉลี่ยก็ราว 5 นิ้วกว่าเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ปัญหาอาจเกิดขึ้นได้บ้างจริงๆ ก็คงในช่วงหลังจากที่คุณตั้งครรภ์ และผ่านการคลอดบุตรทางช่องคลอด เนื่องจาก

ในกระบวนการคลอดปกติ นั้น ช่องคลอดต้องรองรับการผ่านออกของศีรษะทารกซึ่งมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางมาตรฐาน 9.5 ซม. ในเวลานานพอสมควร จนผนังช่องคลอดมีการยืดขยายออกไปหรืออาจฉีกขาดได้บ้าง

ด้วยเหตุนี้คุณหมอมักแนะนำให้คุณแม่หลังคลอดนมบีบกล้ามเนื้อรอบช่องคลอดด้วยวิธีที่เรียกว่า "คีเกล เอ็กเซอร์ไซส์" คือให้ขมิบก้นวันละ 50-100 ครั้ง โดยต้องทำเหมือนกำลังกลั้นอุจจาระ นับ 1-10 ซ้ำๆ แล้วค่อยๆ ปล่อยคลายออก...แบบนี้เรียกว่าขมิบแบบช้า แล้วขมิบกกล้ามเนื้อแบบเร็วๆ อีก 5 ครั้ง เป็น 1 ชุด ทำวันละ 10 ชุด ไม่นานทุกอย่างก็จะเข้าที่เข้าทางและเข้ากับขนาดของเขาได้เหมือนเดิม

บอกเล่าแบบนี้แล้วคงสบายใจและมั่นใจขึ้นมาบ้างนะคะ แต่ถ้าคุณผู้ชายยังอยากมีขนาดใหญ่อยู่อีก จะไม่แนะนำเทคนิคให้ก็ดูจะใจร้ายเกินไป

หลักการพื้นฐานของการดูแลขนาดคงนี้ไม่พ้นต้องดูแลสุขภาพให้แข็งแรง ถ้าคุณผู้ชายทั้งหลายนอนหลับพักผ่อนเพียงพอ และมีการออกกำลังกายแบบผสมผสานอย่างสม่ำเสมอ มีสุขภาพดีทุกเช้าอวัยวะเพศจะแข็งตัวตื่นขึ้นมาพร้อมกับคุณเสมอ แต่ถ้าสุขภาพไม่ดี พักผ่อนไม่เพียงพอ เวลาตื่นเช้าขึ้นมาอวัยวะเพศก็จะพลอยเหี่ยวเฉาหงอยเหงา และเซื่องซึม ไม่ยอมลุกขึ้นมาสนุกสนานกับชีวิตประจำวันด้วย

นอกจากนี้อาจออกกำลังกายเพิ่มเติมเพื่อช่วยกระตุ้นอวัยวะเพศซึ่งทำได้เป็นประจำสม่ำเสมอ โดยทุกครั้งที่คุณผู้ชายอาบน้ำชำระร่างกาย ให้ใช้มือบีบเนคทิวๆ ตรงอวัยวะเพศ แต่ห้ามทำอะไรรัดจนสำเร็จความใคร่หรือออกัสซึมคะ แต่ปลุกให้ตื่นขึ้นมาออกกายบริหารทุกวัน สักวันละ 5 นาทีก็พอแล้ว

การใช้อุปกรณ์เช่นเครื่องดูดสุญญากาศยังไม่อยากแนะนำให้ใช้ในเบื้องต้นนี้นะคะ เพราะหากเจอสินค้าที่ไร้คุณภาพหรือใช้แรงดูดมากเกินไป แทนที่ขนาดจะขยาย อาจทำให้เส้นเลือดโป่งพองจนแตกและมีเลือดคั่ง กลายเป็นเรื่องเจ็บปวดรวดร้าว และวุ่นวายกันไปใหญ่คะ ■



สูติรีแพทย์

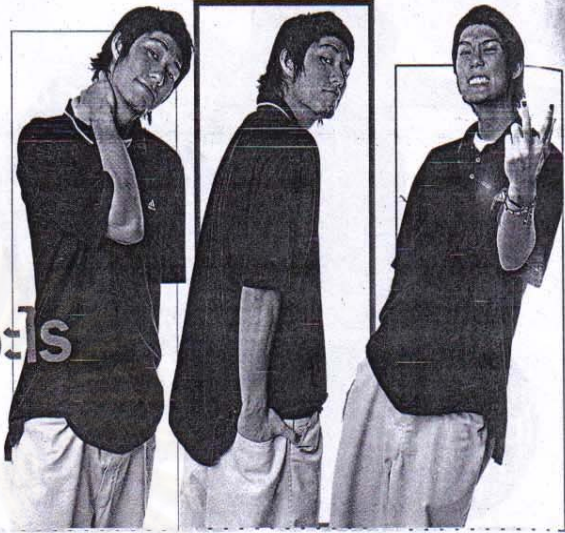
พญ. ยาวลักษณ์ รติพัฒน

Q รู้ว่าเซ็กซ์ไม่ใช่ทั้งหมดของชีวิตคู่ แต่ตลอดเวลาก็แฟนบาสมาบีบเค้นทำให้ด้วนถึงจุดสุดยอดได้เลย มีวิธีแก้ไขไหมคะ:

A ปัญหาที่ฝ่ายหญิงไม่เคยจุดสุดยอดนั้นเป็นปัญหาที่พบได้บ่อยมากถึงมากที่สุด เพราะผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันในเรื่องการตอบสนองทางเพศ ฝ่ายชายอารมณ์จะพุ่งขึ้นเร็วพร้อมจะมีเซ็กซ์ได้ทันที และเมื่อเสร็จสมอารมณ์หมายแล้ว อารมณ์เพศเขาก็ดับหมดลงอย่างรวดเร็ว ถ้าเปรียบผู้ชายเป็นเตาแก๊ส ผู้หญิงก็คือเตาถ่าน ค่อยๆ ติดไฟ และค่อยๆ ตีบ ดังนั้นผู้หญิงจึงต้องการการการเลียโลมก่อนไม่ใช่จู๋ๆ ก็กระโดดขึ้นคร่อมแล้วกระโดดลงทันทีเหมือนไปยังไม่ถึงขั้น การเลียโลมต้องเริ่มด้วยการสัมผัสภายนอก โดยเริ่มจากบริเวณห่างไกลจากอวัยวะเพศก่อน มีการกอด จับสัมผัสต้นคอ ดึงหู หลัง ต้นขา แล้วจึงเลื่อนมาที่เต้านม และสุดท้ายคืออวัยวะเพศ โดยในระยะแรกๆ อาจยังไม่มีการสอดใส่กันเลย ทำอย่างนี้สักพักแล้วจึงค่อยสอดใส่ และขณะที่ฝ่ายชายสัมผัสส่วนต่างๆ ของร่างกาย ฝ่ายหญิงก็ควรบอกเขาด้วยว่าจุดไหนเป็นจุดที่ "ใช่เลย" สำหรับคุณ และให้เขาสัมผัสส่วนนั้นไปเรื่อยๆ ขณะที่ความสัมผัสนั้นยังคงดำเนินอยู่ และตัวคุณเองก็ต้องมีสมาธิอยู่กับกิจกรรมที่กำลังทำด้วย ไม่ใช่ใจไปพล่ไปคิดถึงแต่เรื่องที่เราไม่ชอบใจ เช่น เรื่องข้อบกพร่องของเขาคิดถึงเรื่องงาน เรื่องสอบ เรื่องลูก เรื่องเพื่อน เป็นต้น ขณะมีเซ็กซ์ขอให้คิดว่าโลกนี้มีแค่เราสองคนเท่านั้น นอกจากนี้ท่าทางในการร่วมเพศก็สำคัญ คุณจะรู้เองว่าท่าไหน "ใช่เลย" และถ้ามีโอกาสหมอมองจะพูดถึง "G-spot" ว่ามันคืออะไร อยู่ตรงไหนของผู้หญิง เพราะเป็นจุดสำคัญอีกจุดหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้หญิงเราถึงสวรรค์ได้โดยไม่ยากเลยคะ ■

answer boy

น้อยใจ...เขาไม่เคยให้อะไร ในวันเกิด!!



แล้ว เพทาย พลอยมีคำ
ยอมรับมาพลิกผัน
เรื่องราวทวงใจ ให้กลายเป็น
เรื่องง่ายา ธรรมดา รวกับว่า
เคยผ่านการเป็น 'ศิราณี' มานาน
เต็มทีแล้ว แต่ก่อนที่จขบปัญหา
หัวใจเขาก็เฉลยให้เราฟังถึงฉายา
เพทายลับดำ (ข้างเดียว) ว่า
เป็นเพราะถนัดมือขวา ก็เลยท
ลับได้แค่ข้างซ้ายข้างเดียว!??



Q : ดันคบกับแฟนมานานแล้วค่ะ แต่ช่วงหลังๆ นี้ เขาเรียนหนัก เราก็เลยไม่ค่อยได้เจอกันเท่าที่ควร พอฉันจอนา เขาก็หายปลื้มพักหนึ่งแล้วก็โทร.มาใหม่ เขาเชื่อนฉันหรือเปล่าคะ

A : ผมคิดว่าถ้าเรื่องราวมันไม่ถึงขนาดว่าผู้ชายบอกเลิกแล้วละก็ ไม่น่าจะมีอะไรนะจริงๆ แล้วเขาอาจจะยุ่งหรือเรียนหนักจริงๆ ก็ได้ เพราะผู้ชายจะมีช่วงที่อยากอยู่กับเพื่อน อยากทำอะไรคนเดียว หรือทำอะไรตามที่ตัวเองต้องการบ้าง ถ้าเราไปตามเขามากเกินไป หรือไม่มีเหตุผลมากๆ บางทีมันก็อาจจะเป็นเหตุผลให้ทะเลาะกันได้ ส่วนเรื่องเบื้อหรือปล่านั้นก็อาจจะมึ้นบ้างนิดหน่อย ทางที่ดีควรปรับความเข้าใจกัน หรือปล่อยให้ผ่านไปสักระยะหนึ่งแล้วค่อยมาคุยกันก็อาจจะทำให้อะไรๆ ดีขึ้นก็ได้

Q : ใกล้ถึงวันครบรอบวันเกิดของผู้ชายที่ฉันกำลังคบอยู่ เราคบกันมาได้สักระยะหนึ่งแล้วค่ะ แต่ฉันยังไม่รู้เลยว่าให้อะไรแก่เขาดี ระหว่างของที่เปรี๊ยะประดอยทำขึ้นเอง กับของที่ลงทุนซื้อให้ อย่างไหนน่าจะทำให้เขาประทับใจที่สุด

A : ของอย่างนี้นั้นขึ้นอยู่กับรสนิยมของแต่ละคนครับ สำหรับผมแล้วหากแฟนให้อะไร ผมก็ดีใจทั้งนั้น ผมคงจะไม่ได้อธิบายว่าผู้ชายส่วนใหญ่เขาอยากได้อะไรกัน ทางที่ดีควรสังเกตุดูว่าช่วงเวลานั้นเขากำลังอยากได้อะไร และเมื่อคุณซื้อสิ่งที่เขานึกอยากได้ให้เป็นของขวัญวันเกิดแก่เขาแล้ว ก็น่าจะเป็นอะไรที่ทำให้ประทับใจ ส่วนเรื่องประดิษฐ์ของให้ นั้น ผมมองว่าความละเอียดอ่อนระหว่างผู้ชายกับผู้หญิงนั้นแตกต่างกัน ผู้หญิงส่วนใหญ่อาจจะดีใจหากผู้ชายทำอะไรให้ด้วยตัวของเขาเอง เพราะมันดูโรแมนติก แต่สำหรับของที่ผู้หญิงตั้งใจทำให้ผู้ชายนั้น มันอาจจะดูมีค่าของที่ซื้อมา แต่เมื่อถึงเวลาหนึ่งมันก็คงเป็นอะไรที่ธรรมดา ผมคิดว่าผู้ชายส่วนใหญ่น่าจะชอบอะไรที่ใช้งานได้มากกว่า

Q : ถ้าเราเจอแฟนของตัวเองเดินอยู่กับผู้หญิงอื่น เราควรจะถามเขาตรงๆ ไปเลยดีมั้ย หรือเก็บไว้ในใจจะดีกว่า

A : ผมว่าคุณควรถามกันตรงๆ ไปเลยดีกว่าครับ เพราะบางทีสิ่งที่เราเห็นอาจจะไม่ได้เป็นอย่างที่เราคิดก็ได้ แต่ถ้าคุณมั่นใจว่าผู้หญิงที่เดินกับเขาไม่น่าจะใช่เพื่อนแน่ๆ อย่างนั้นมันก็อีกเรื่องหนึ่ง แต่ถ้ายังไม่มั่นใจก็ถามกันไปให้รู้ตัวแดงไปเลยดีกว่า จะได้ไม่ต้องมานั่งกังวลอยู่อย่างนี้

Q : คบกันมาได้ 2 ปีแล้วค่ะ เขาไม่เคยซื้อของขวัญให้เราเลยสักชิ้น ไม่แม้แต่จะพูดอวยพรวันเกิดด้วยซ้ำ แต่เรารู้ว่าเขาตั้งใจดี เพราะถึงวันเกิดเราก็โทร.ไปบอกเขาเราไปกินข้าวในบรรยากาศที่แปลกๆ ใหม่ๆ ทุกที เราเองก็ไม่ได้อยากได้อะไรมากมายจากเขาหรอกนะ เพียงแค่ของเล็กๆ น้อยๆ ให้เราได้เก็บไว้เป็นที่ระลึกก็พอ

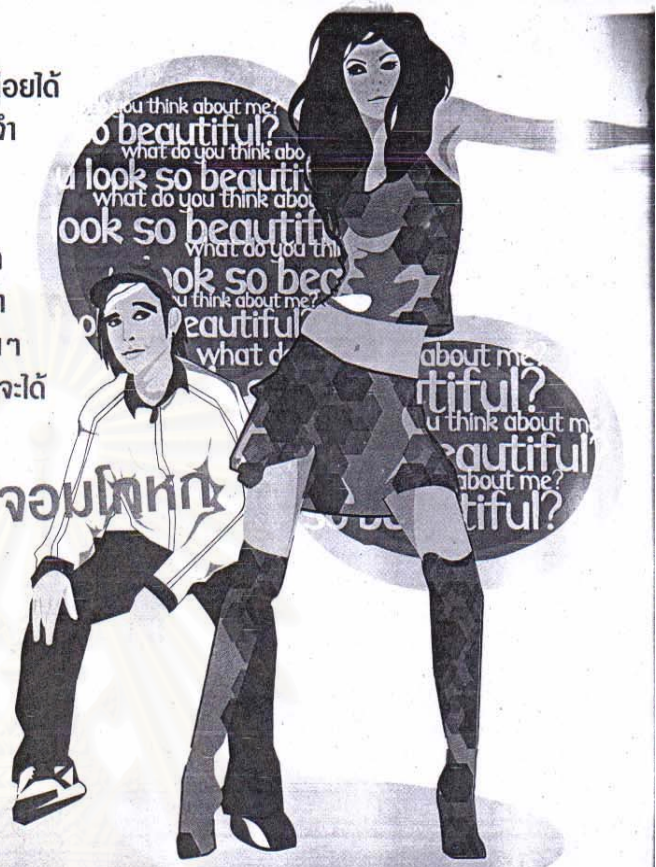
A : ผมคิดว่าความรักกันมันก็คือการดูแลกันและการพาไปกินข้าวมันก็เหมือนกับเขาได้ให้ของขวัญชิ้นหนึ่งแล้ว ซึ่งที่จริงเขาก็ควรจะให้ของเล็กๆ น้อยๆ เพื่อแสดงความเอาใจใส่กับเราบ้าง ถึงแม้มันจะไม่ใช่อะไรที่มีมูลค่ามากมายอะไร แต่ในเมื่อเขาเป็นอย่างนี้ และเขาก็อยากเก็บอะไรสักอย่างไว้ให้ระลึกถึง ก็ลองถ่ารูปตอนที่เขาพาเราไปกินข้าวในบรรยากาศดีๆ เก็บไว้ก็น่าจะเป็นทางออกที่ดีกับทั้งสองฝ่ายนะครับ *

มีอยู่เรื่องหนึ่งซึ่งผู้หญิงส่วนใหญ่ทนไม่ค่อยได้ นั่นคือ การที่แฟนหนุ่มชอบโกหกเป็นประจำ จิบไม่ได้ไล่ไม่ทันเป็นต้องฟังคำโกหกคำโตให้เข้าใจกันอยู่ร่ำไป เอาดีกว่า เรามาหัดสังเกตสัญญาณทางกายและเทคนิคต่างๆ ที่พวกหนุ่มๆ เขาชอบใช้เวลาที่กำลังป็นนี้ ป็นตัวอยู่ จะได้จับได้คนซี้ไม่มีได้อย่างเนียนๆ แล้วดักคอกกลับไปให้หน้าหงาย คราวหน้าจะได้ไม่ต้องมาโกหกกันอีก

จิบให้ได้ไล่ให้ทันผู้ชายจอมโกหก



feat. Captain M



4 ระดับขั้นของการป็นน้ำเป็นตัว

เรื่องของพฤติกรรมโกหกโกหกเป็นเรื่องซับซ้อนไม่ใช่เล่นเลยนะ นักจิตวิทยาแบ่งประเภทของการโกหกออกเป็น 4 ระดับขั้นตามเจตนา วิธีการ และเหตุผลที่ทำให้แต่ละคนต้องรู้เรื่องขึ้นมา

❖ แบบที่หนึ่ง เรียกว่า White Lie หรือพูดแบบไทยๆ ได้ว่า "โกหกเพื่อรักษาหน้าใจ" อะไรประมาณนี้ เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นได้แทบทุกวัน แม้แต่ตัวเราเองยังเคย "ต้อง"ทำ เพื่อรักษาน้ำใจคู่สนทนาไม่ให้เสียใจ เช่น ถ้าเพื่อนสาวที่ออฟฟิศได้กระป๋องตัวใหม่มาทำงาน เธอปลื้มแสนปลื้มกับกระป๋องสีเขียวยี่ห้อที่กำลังอยู่ในสมัยนิยม แต่มันช่างไปกันคนละทางกับเสื้อตัวบนของเธอ อย่างไรก็ตามเราก็จำเป็นต้องถอนหน้าใจเพื่อนด้วยการบอกว่า "อืมมม...สวยดีนะ เข้ากับเสื้อดีจัง" นี่แหละที่เรียกว่า White Lie ละ

❖ แบบที่สองเป็นการพูดไม่ตรงกับความจริงเพื่อช่วยเหลือผู้ที่เป็นเรื่องให้ฟัง เช่น หมอต้องโกหกคนไข้บอกว่าไม่ได้เป็นอะไรมาก เพื่อให้คนไข้มีกำลังใจที่จะต่อสู้กับความเจ็บป่วย เป็นการบิดเบือนความจริงที่เต็มไปร้อยเจ็ดนาศี ต้องการให้คนที่เราโกหกได้รับประโยชน์

วิธีโกหกสองวิธีแรก เป็นเรื่องดี ๆ ที่น่าให้อภัย กระตือรือร้นมีผู้โกหกทำไปเพื่อให้อีกฝ่ายสบายใจในหัว มาดูสองแบบหลัง ที่เราต้องระวังกันไว้ให้ดี เพราะสองแบบนี้จะกลลวงต่อไปในแบบหนึ่งเรียกว่า "การหลอกลวง" และอีกแบบคือ "การใส่ร้ายป้ายสี" ฟังแค่ชื่อก็อยากหนีไปให้ไกลๆ แล้วใช้ไหม

❖ การโกหกแบบหลอกลวงเกิดขึ้นจากผลประโยชน์ของผู้โกหกล้วนๆ ตัวอย่างเหตุการณ์ เช่น "หญิง" กำลังบึ้งอยู่กับ "เมฆะ" หมู่ที่เจอกันระหว่างไปเที่ยวพักผ่อน แต่ก่อนที่เรื่องไรแฉนตึกต่างๆ จะดำเนินต่อไป "เจ้า" เพื่อนในกลุ่มเดียวกัน

กับหญิงก็มาเตือนเธอว่า ระวังเมฆะให้ดีจ้ะ เพราะเขาเป็นเสือผู้หญิง ทำให้หญิงซึ่งเป็นคนเรียบร้อยและยังไม่เคยคบใครเป็นเรื่องเป็นราวค่อยๆ ถอนตัวจากเมฆะเพราะความไม่แน่ใจ แต่ปรากฏว่าอีกไม่กี่เดือนต่อมา ขณะที่หญิงกำลังเดินซื้อบิงซูอยู่ในห้าง เธอก็เห็นเมฆะเดินควงแขนมาจับเจ้าเพื่อนผู้หญิงตั้งแต่ประแสงค์ร้ายคนนั้นนั่นเอง กรณีนี้ เจ้าคือตัวอย่างของการพูดโกหกแบบหลอกลวง เพราะเธอแต่งเรื่องขึ้นมาให้หญิงฟัง เพื่อจะกำจัดหญิงให้พ้นทางของเธอนั่นเอง น่าขนลุกมาก ขออย่าให้ใครได้เจอเรื่องแบบนี้เลย

❖ แบบสุดท้ายที่น่ากลัวไม่แพ้กัน คือ "การใส่ร้ายป้ายสี" ฟังจากชื่อคงพอนึกออกว่าเป็นยังไง นั่นก็คือ การแต่งเรื่องร้ายๆ ขึ้นมาเพื่อที่จะทำให้คู่แข่งชั้นต้องเสื่อมเสียชื่อเสียง หรือเป็นรองในการแข่งขันใดๆ ก็ตามกับผู้ที่สร้างเรื่องโกหก ตัวอย่างที่ชัดเจนมาก ให้นึกถึงการปล่อยข่าวสาดโคลนใส่กันของพรรคการเมืองในฤดูกาลเลือกตั้ง นั่นละตัวจริงเสียงจริงของการใส่ร้ายป้ายสี ส่วนดีกรีจะหนักจะเบาแค่นั้นขึ้นอยู่กับแต่ละกรณีไป

ทั้งสี่พฤติกรรมของการโกหก เชื่อว่าเราต่างคงเคยมีประสบการณ์กันมาบ้างแล้ว

เซียนโกหก 2 สไลด์ ที่สาว พิธะวง

ได้เรียนรู้และเข้าใจถึงแรงผลักดันในการโกหกกันแล้ว คราวนี้มาดูลีลาของ 'นักโกหกมือโปร' กันบ้าง หลักๆ พวกนี้จะแบ่งออกเป็น 2 สไลด์ คือ 'การโกหกอย่างเป็นธรรมชาติ' ซึ่งเป็นกลุ่มที่ถือว่าชั่วโม่งบิ่นสูงมาก และประเภทที่สอง ซึ่งผู้หญิงวัยละอ่อนควรระวังอย่างมาก คือ 'การโกหกแบบโรแมนติก'



นักโกหกอย่างเป็นธรรมชาติ คือคนที่ฝึกฝนวิธีการไปปดคมเห็นมาแต่อ่อนแต่อก อาจจะเกิดขึ้นเพื่อต้องการหลีกเลี่ยงการลงโทษของพ่อแม่สมัยเป็นเด็ก จนติดเป็นนิสัย การโกหกของเขาจะแนบเนียนและแทบจะจับไม่ได้เลย เพราะความเชื่อมั่นในตัวเองและทักษะจากการโกหกมาอย่างโชกโชน

นักโกหกแบบโรแมนติก จัดเป็นภัยอย่างร้ายแรงสำหรับผู้หญิง เพราะเมื่อใดก็ตามที่บรรดามือโปรเหล่านี้เริ่มลงมือ 'โกหก' ขึ้นมาละก็ รับรองว่าไม่มีทางที่สาวๆ จะรู้เนื้อรู้ตัวว่ากำลังโดนหลอกอยู่ ลองนึกถึงเรื่องราวของลิโอนาร์โด ดิคาปริโอ ในหนัง Catch me if you can ดูก็แล้วกัน ลีลาของพวกเขาจะเป็นประมาณนั้น คือจะล่อลอบจัดมาก และสิ่งที่พวกเขาใช้ล่อเหยื่อมักจะเป็นคำบอกรักหวานๆ และความตื่นเต้นหรือหวาดในความสัมพันธ์ เพื่อแลกกับเช็คซ์ ที่อยู่อาศัย หรืออย่างเลวร้ายคือเพื่อหวังเงินทอง นักโกหกอย่างเป็นธรรมชาติหลายๆ คนหันมาฆ่าตัวตายหลังจากโกหกแบบโรแมนติกได้ไม่ยาวนานมีแนวโน้มอยู่แล้ว

ความหมายที่แท้จริงของคำโกหกสุดฮิต

ประโยคสุตรสำเร็จของจอมกะล่อนมักมีคีย์เวิร์ดอยู่ไม่กี่คำ ลองศึกษาจากถ้อยคำสุดฮิต ที่มีความหมายแอบแฝงไปอีกทางหนึ่งต่อไปนี้

สิ่งที่พูด	ความหมายที่แท้จริง
1 "สื่อที่สมพูดเถอะ"	"ฉันไม่อยากให้คุณเชื่อแบบที่คุณก็เชื่อตามนั้น"
2 "เธอเป็นแค่เพื่อนเท่านี้เอง"	"เธอเป็นมากกว่าเพื่อนนะ" หรือฟังคำว่า 'แค่' ให้ดีๆ
3 "ผมจะพยายาม" หรือ "ผมจะทำได้ที่สุด"	"ผมไม่แน่ใจว่าคุณจะทำได้หรือเปล่า"
4 "ผมจะโกหกคุณทำไม" "ไม่มันมีเหตุผลที่มึงต้องโกหกคุณเล่า"	"ระวังให้ดี ตามผมให้ทันแล้วกัน"
5 "มันเป็นเรื่องของผู้ชาย"	"มันไม่มีเหตุผลพอที่จะอธิบายเรื่องนี้ได้หรอก ผมพูดขึ้นมาเพื่อจะให้คุณไม่มาจ้ำจี้จ้ำไชกับผมเท่านั้น"

จับให้มันคั่นให้ตายจากกายกายและคำพูด

รู้จักนักโกหกมืออาชีพที่สาวๆ ควรหลีกเลี่ยงไปให้ไกลๆ เพราะยากที่เราจะแก้ไขนิสัยโกหกที่ฝังลึกอยู่ในจิตใจเขาได้แล้วยังยากที่จะไล่ตามจับเขาทัน มาดูแบบเบาๆ ที่โกหกกลมเกลียวรอดไปวันๆ บ้างดีกว่า และนี่คือ 9 วิธีจับโกหกผู้ชายของคุณให้อยู่หมัด เอาไว้ป้องกันตัวเองและหลบหลีกพวกหลอๆ ทั้งหมดให้หายสาบสูญไป

1 เมื่อเริ่มต้นโกหก กล้ามเนื้อบนใบหน้าจะมีการกระตุก เพราะสมองจะพยายามสั่งการไม่ให้ใบหน้ามีปฏิกิริยาโต้ตอบใดๆ เพราะกลัวว่าอีกฝ่ายจะจับได้ไม่สบตา นี่เป็นเบสิคเลยก็ว่าได้ ถ้าอยู่ในห้องที่มีประตู สายตาของเขาจะมองออกไปทางประตูเสมอ

2 นิ้วชี้ข้าง ไขว้ขา หรืออกตอก ซึ่งเป็นพฤติกรรมพื้นฐานในการปกป้องตัวเอง

3 ยิ้มโดยไม่เปิดปาก เป็นรอยยิ้มที่เสแสร้งว่าจริงใจ ซึ่งเกิดขึ้นได้กับนักโกหกทั้งหญิงและชาย

4 ลูกตาดำหดแคบ พูดไวกว่าปกติ

5 ซอมนิ้วไว้ในกระเป๋าสลือหรือกางเกง พูดผิดหรือพูดเสียงพึมพำ

6 ดูเอาอกเอาใจหรือหัวเราะเกินเหตุ เพราะคิดว่าเมื่อเราชอบเขาแล้ว จะได้เชื่อในสิ่งที่เขาพูด



วิธีรับมือกับจอมกะล่อน

คราวต่อไปถ้ามีสัญญาณของการปั่นเรื่องเกิดขึ้น มาอีกละก็ รับมือด้วยวิธีการแจ่มๆ ข้างล่างนี้ละ นิ่งอยู่ในตำแหน่งที่สูงกว่าจอมโกหก เพราะเป็นรูปแบบหนึ่งของการข่มขู่แบบแนบเนียน ไม่ไขว้ขา ไขว้ห้าง หรืออกตอก พร้อมกับเอนหลังสบายๆ เพื่อเปิดรับแต่'ความจริง' อย่าไปบอกจอมโกหกเป็นอันขาดว่าเราเริ่มจับได้ไล่ทันแล้ว ทำเป็นไม่รู้ไปก่อน ทั้งระยะห่างพอสมควร โกล้งเกินไปจะทำให้อีกฝ่ายอึดอัด

พยายามเลียนแบบการวางท่าและการเคลื่อนไหวของเขา(ให้เนียนๆ นะ) จะทำให้อีกฝ่ายลำบากในการโกหกเรา

เยือกเย็นเข้าไว้ ทำที่ตกใจหรือนึกไม่ถึงของเราจะทำให้หมดโอกาสที่จะรู้ความจริง

ให้โอกาสเป็นครั้งสุดท้ายในการโกหก เพราะถ้าปล่อยไปเขาจะได้ใจและทำอีก

ประมวลข้อมูลอีกครั้ง แล้วเก็บงำไว้ใช้จับโกหกผู้ชายของคุณ อย่าลืมว่า'เยือกเย็นเป็นต่อ' ค่อยๆ ตะล่อมเพื่อจับให้อยู่มือ ก่อนจะฟันโพละเดียวจอด แต่หากยังคงต้องไม่เลิกนิสัยแบบนี้ เห็นทีคงต้องคิดให้ดีๆ แล้วละว่าจะคบผู้ชายที่วางใจไม่ได้คนต่อไปหรือเชยๆ ก็ดูบายดี *

nerology

ดูชายให้ดู “ช่อ”

ดูชายให้ดูทาง ดูนางให้ดูแม่ ดูให้แม่ให้ดูที่ชาย
นี่ถ้าเป็นชาย โบราณใ้ดูการตากผ้าขามา
ที่ชายใดตากผ้าสองชายเสือกกับ ถือเป็นชาย
ที่ดีมีความเรียบร้อย ไม่หยาบกรด่าง ฟังฟังได้
สยสครที่จะพากายเลวอาจให้เป็นที่ของเขา
แต่สมัยนี้คงยากที่จะดูเขาตากผ้าขามา เพราะ
สมัยนี้คนมีแค่ผ้าขนหนู หรือกางเกงในเท่านั้น
ถ้าไปเจอคนตากผ้าขามาเป็น “โรคจิต”

เป็นสาวเป็นนาง คนเคารพ รักที่นิยมชมชอบ ความจริงแล้ววิถีที่
ชายคนนี้ได้ดูอย่างทลายวิธีก่อนใครนั้นจะลงมาเป็นวิถีการที่ดูชาย
แม่ให้ดูอย่างประหลาด มีหัตถกรรมที่เล็ก โดยดูจากชื่อ

ช่อ แทนความเป็นตัวตนของคน เมื่อเรียกก็ตั้งชาน เมื่อชม
ก็มักยิ้ม เมื่อคำเข้าก็โกรธ เมื่อศาลลงโทษประหารชีวิตชื่อใด คนชื่อนั้น
ก็ตาย ชื่อจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ประเภทชื่อด้อยมีชัยไม่จริง
ไม่เชื่อไปถาม “แห้ว” ดูสิ ตั้งแต่เปลี่ยนชื่อ เป็น “สมหวัง” แล้วชายก็
เป็นเทพเจ้าเท่าแต่ไหน ยุคสมัยวัตถุนิยมสุดๆ อย่างปัจจุบัน ผู้คนมักหา
ชื่อที่เชื่อว่าเป็นมงคลในทางส่งเสริมความร่ำรวย เช่น เท่งทองแท้

พิมพ์ทองแท้, มั่งมี, มั่งคั่ง ฯลฯ

แต่สูตรนี้ไม่ได้ให้ความสำคัญกับความหมายมงคลที่เป็นเปลือก
ภายนอกให้สักขณะนั้น แต่เป็นการถอดรหัสตัวอักษร ค้นหาความเป็น
ตัวตนของคนชื่อหนึ่ง และสูตรนี้ไม่ใช่หลักรัตนวิทยา แต่เป็นสูตร
โหราศาสตร์ประยุกต์ ที่คุณลองสำรวจความแม่นยำดู

ถ้าจะค้นหาความเป็นตัวตนของชายหนุ่มที่ถูกต้องทางรบ ไม่ว่าเพื่อ
คนไหนแต่ คู่เทียม คู่รัก คู่รัก ดูได้ง่ายๆ โดยเอาชื่อหนึ่ง นั้น จะเป็น
ชื่อเล่นหรือชื่อจริงก็ได้ ทีนี้ล่ะ คุณจะได้เห็นความสำคัญช่อชื่อ แล้วนำ
มากำหนดดวงทวารเวลาความสัมพันธ์เพื่อผูกใจเขาค้นนั้นของคุณ

ท่ามกลางขุนเขาและสายหมอก แม้เขาจะไม่โรแมนติกนักแต่บรรยากาศโบราณก็ช่วยให้ทุกอย่างดูโรแมนติกมาก เขาอาจจะจำได้ว่าคุณเป็นคู่รักของเขามาตั้งแต่ชาติปางก่อนก็ได้ หรือไม่กี่ขวบคุณเรื่องคอมพิวเตอร์ เรื่องเทคโนโลยีสมัยใหม่ไปเลย

ชายหนุ่มหมายเลข 10 เป็นคนชอบสีแดง และสีดำ เขาเป็นคนที่รูปร่างงามสง่า ชอบใช้พระเขมามากกว่าพระคุณ ชอบเป็นผู้นำ ถือเกียรติศักดิ์ศรีสูง เขามักเก็บกด เช่น เมื่อเห็นคนรักไปเดินกับคนอื่นก็ไม่พอใจ นั่งเงียบเฉยแข็ง ไม่เข้าไปถามว่าคนรักว่าเดินกับใคร รักเขาหรือไม่ พอจะแสดงออกก็ไม่รู้ว่าเรื่องอะไร จับต้นชนปลายไม่ถูก พลุพังล่านไปเสียทุกเรื่อง

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 10 เขาชอบของฝากของขวัญประเภท ไฟ เตายก ไฟแช็ค ไฟฉาย ทองคำ

ชายหนุ่มหมายเลข 11 เป็นคนชอบสีขาว สีแดง สีดำ ชอบเป็นผู้นำ เป็นช่างทำหน้า สอนสิ่งสิ่งใดคู่รักของเขาเห็นคล้อยตาม เพราะเขาดูแลคนอื่นดี มีเหตุผล วางตัวเหมาะสม จึงถูกหลักให้อยู่แถวหน้า เป็นผู้นำที่มีฐานรองรับหรือได้รับการรับรองจากคนแถวหลัง แน่นเป็

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 11 คุณควรชวนเขาไปเที่ยว ยังในที่หรูหราโอ่อ่าระดับชาติ หรืออะไรๆ ที่ผู้นำเขาไปกิน เช่น ภัตตาคาร ดีไซน์ดี โมเดิร์น ดีไซน์เย็น เมื่อคุณต้องการให้ของขวัญของฝากแก่เขา ควรเป็นของที่ดูดี สวยงาม หรูหรา

ชายหนุ่มหมายเลข 12 เป็นคนชอบสีน้ำตาลอ่อน สีส้ม สีสด เป็นคู่รักที่กระตือรือร้น ดูแลเอาใจใส่มากจนเกินพอดี รักใคร่ก็ดูแลเอาใจใส่เป็นพิเศษจนแทบจะอึด คู่รักของเขาถึงกับเอ่ยว่า ไม่ต้องถึงขนาดนั้นก็ได้

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 12 คุณควรชวนไปเล่นกีฬา ดูงานแฟร์ มหกรรมสินค้า ดูการแข่งขันกีฬาที่สำคัญ ของฝากประเภทอาหารรสเปรี้ยวทุกชนิด

ชายหนุ่มหมายเลข 13 เป็นคนชอบสีส้ม สีสดสดใส เป็นคู่รักที่ฉลาดจัดการเก่ง หุ่นดีขี้ขลาด เขาจริงจัง รับแจ้งจัดการหาความโรแมนติกทุก

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 13 ถ้าใครคิดจะเอาใจเขา ควรซื้อเพลงมาร์ช เพลงร็อค เพลงเพื่อชีวิตฯ พาไปดูหนังที่ห้ามันๆ หรือหากเขาจะสนใจใคร เขาต้องรับรู้ว่ามีภารกิจท้าทายแข่งขันชิงรัก เดิมพันวันวิวาทประมาณนี้ เขายังทำตัวให้เป็นทีสนใจเข้าร่วมชิงรักอย่างไม่ลดราวาคอกเขียว

ชายหนุ่มหมายเลข 14 เป็นคนชอบสีเขียวทองอ่อน เป็นคู่รักที่ไครยลยินเป็นต้องหลงลมคารมปากอย่างไม่รู้ตัว ความช่างมีเหตุผล ความถ่อมถ่อมจะ รักใคร่ก็จริงจังมีเหตุผล ไม่ทุ่มเทจนเกินงาม ฉะนั้นถ้าโดนปฏิเสธเรื่องความรักก็ไม่ถึงกับอกหัก

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 14 ควรตั้งตนเป็นคนชอบวิพากษ์วิจารณ์ทุกเรื่อง ความเชื่อ เหตุการณ์ต่างๆ รอบกาย เขาจึงพร้อมโดดเข้าร่วมคลุกวงในกับคุณด้วยเหตุผล

ชายหนุ่มหมายเลข 15 เป็นคนชอบสีขาว สีฟ้า เป็นคนรักที่สวยและมีสมอง ดูแลเอาใจใส่พอดีไม่ขาดไม่เกิน มีปัญหาที่ปรึกษาอารมณ์ปรับความเข้าใจกันง่าย ไม่โหม่งผาง

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 15 ไม่ว่าคุณจะให้ของฝากของขวัญใดเขาก็แสดงความชื่นชมและขอบคุณทุกอย่าง แต่สิ่งที่คนมีสมองอย่างเขาชอบมากที่สุดไม่พ้นอาหารสมอง ประเภทวรรณกรรม ปรัชญา ศิลปะ หนังสือให้สาระความรู้ ภาพยนตร์คลาสสิก หรือที่นำเสนอใจ ทุกประเภทแต่อยู่ในแพ็คเกจที่สวยงาม

ชายหนุ่มหมายเลข 16 เป็นคนชอบสีฟ้า เป็นคนรักที่มีเสน่ห์จริงจังต่อผู้อื่นมาก จึงมีเพื่อนฝูงมาก เมื่อมีคู่รักก็แสดงท่าทีด้วยความเป็นเพื่อนพิเศษใกล้ชิด แต่ก็ยังคงความเป็นเพื่อนอยู่มา เขาจะไม่ดูแลใครคนเดียวเป็นพิเศษ จะดูแลเพื่อนคนอื่นด้วยเสมอ ดังนั้นถ้าใครจะรักเขาก็ต้องรักเพื่อนของเขาด้วย

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 16 ทำตัวเป็นเพื่อน แสดงความจริงใจ เขาก็จะแสดงความจริงใจตอบคุณทันที ของฝากของขวัญประเภทของสวยงาม เครื่องไม้ ยาสมุนไพร ที่ให้ด้วยความจริงใจจะชอบเป็นพิเศษ

ชายหนุ่มหมายเลข 17 เป็นคนชอบสีน้ำตาล เป็นคู่รักที่สงบสง่า เชื่อมมั่นในตนเอง บุคลิกเรียบร้อยตั้งตรงแต่รักใคร่ ถ้าลงจะวิ่งไปทางใดก็วิ่งไต่ดะไปอย่างเชื่องช้าแต่มั่นคง ไม่ว่าข้างหน้าจะมีสิ่งใดมาขวางรถแต่ก็วิ่งไม่ถอยในเส้นทางของมันต่อไป คนรักของเขาจะเห็นว่าเขาดีพร้อมแต่มีพลังปลอดภัยไว้ใจได้ แต่จริง ๆ แล้วไม่เป็นอย่างนั้น ควรเตือนไว้บ้างเพราะหัวใจของเขาจะจัดให้มีห้องว่างสำรองไว้รับแขกเสมอ

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 17 แต่งตัวดูเซ็กซี่ ปอุง หักคุณทำตัวหรูหราจะไกลห่าง เมื่อได้เวลาอาหารก็ล่องชวนไปทานอาหารบิงย่าง เนื้อย่างเกาหลีหรือเครื่องในสัตว์

ชายหนุ่มหมายเลข 18 เป็นคนชอบสีเหลือง สีส้มร้อนๆ ชอบคิดจินตนาการถึงอดีต ถนัดทำนายกับคู่รักมักมาสาย ตั้งใจจะเอาของมาฝากแต่กลับลืมเสียนี้ แต่เรื่องอดีตกลับจำแม่น โดยเฉพาะถ้าเป็นเรื่องของความรัก เขาจะจำเหตุการณ์ภาพรวมๆ นั้นไม่ลืม แต่ลืมรายละเอียด

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 18 เข้าดีสนิทสนมคำปรึกษาให้ช่วยเหลือการซ่อมเครื่องใช้ ดูพระเก่า บริการช่างคุณภาพดีความตั้งใจหลายแล้วก็ตอบแทนเขาด้วยการนำของเก่าแก่ เสริฟเป็นของฝาก หรือเก็บดอกไม้ลอยน้ำ หรือเก็บดอกหญ้ามาฝาก แต่ในที่สุดก็ได้ใจเขาไปครองแต่ให้ระวังหัวใจของเขาจะถูกใจจนเข้ามาจับจองอย่างง่าย อยู่เรื่อย

ชายหนุ่มหมายเลข 19 เป็นคนชอบสีแดงดำ เป็นคู่รักที่ขี้เหงามีจินตนาการสูงแปลกๆ ลางสังหรณ์แม่นยำ ของฝากที่ซื้อใจเขาได้จะเป็นประเภท หนังสือ เทคโนโลยีล้ำสมัย หนังสือธรรมะ ดอกไม้ประดิษฐ์ ดอกไม้แก้วว่า ความโรแมนติกไม่ค่อยมี คงต้องพึ่งคุณมากกว่า

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 19 คุณอาจจำเป็นต้องจัดการสร้างบรรยากาศรักท่ามกลางการท่องเที่ยวผจญภัย และการดูภาพยนตร์แนวไหนก็ได้ ยิ่งเป็นหนังพีเรียลจะยิ่งประทับใจเขาได้ง่าย

ชายหนุ่มหมายเลข 20 เป็นคนชอบสีขาว สลับ สีดำ เป็นคนรักที่นุ่มนวล ชอบจินตนาการ ไม่ชอบความรุนแรงก้าวร้าว หากมีใครทำก้าวร้าวจะเท่ากับเป็นการปิดประตูรัก ถ้าใครเขียนกลอนฝากรักหรือเขียนสื่อรักแบบน่ารักไว้แต่เพียงสาเขาจะชอบมาก สำคัญคือไม่ต้องเน้นสาระ

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 20 ให้เน้นบันเทิงเข้าไว้ บรรยากาศที่แสนโรแมนติกสำหรับเขา คือ ริมฝั่งน้ำ นั่งเรือทานอาหารยามค่ำ และสิ่งสำคัญคือ คุณอย่าลืมเตรียมยาแก้ท้องเสีย ท้องอืด ท้องเฟ้อ ซึ่งเป็นโรคประจำตัวของเขา ไปเอ่ยขยหายให้เขาแก้ก็ชนะใจเขาได้แล้วสบายๆ

ชายหนุ่มหมายเลข 21 เป็นคนชอบสีส้ม สีน้ำตาลอ่อน เขาเป็นคนที่เก่งกล้าสามารถ ดูแลปกป้องผู้อื่นได้เป็นอย่างดี บทะเลเขาใจใครก็สนใจใส่ใจในรายละเอียดทุกอย่าง ไม่ว่าจะในวันเกิด เลขบัตรประจำตัว ขนาดรองเท้า เสื้อใน กางเกงในก็พร้อมที่จะสรรหามาได้ทุกประการ แต่บทวิจัยจะออกอย่างตรงไปตรงมาโดยไม่ถนอมหน้าใจใคร

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 21 ถ้าใครจะมัดใจเขาต้องทำตัวเป็นคนคล่องแคล่วว่องไว ชอบให้บริการแก่เขา ทำดีแม้เล็กน้อยๆ เขาจะประทับใจมาก สนใจพูดคุยเรื่องกีฬาที่เขาสนใจ

ชายหนุ่มหมายเลข 22 เป็นคนชอบสีชาว สีเขียว เป็นคนจินตนาการสูงมาก เจ้าบทเจ้ากลอน ชอบประเมินคนที่มาเข้าใกล้ แต่มีมารยาทที่ดีที่ไม่ได้วิจารณ์ให้ผู้อื่นเสียหาย

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 22 อาจชวนเขาไปเที่ยวหน้าคอกเที่ยวทะเล บรรยากาศที่มีน้ำล้อมรอบ และมีเสียงน้ำไหลริน เป็นบรรยากาศที่ชวนฝัน

ชายหนุ่มหมายเลข 23 เป็นคนชอบสีส้มอ่อน เป็นคนที่ทำอะไรจริงจัง เมื่อคิดจะทำสิ่งใดแล้วจะกัดไม่ปล่อย เชื้อมันในตนเอง ปรกติกจะไม่ค่อยประจบใจใคร แต่ถ้าประจบใจใครแล้วก็จะประจบใจอย่างกระตือรือร้น ในขณะเดียวกันก็มีผู้อื่นที่ตกหลุมรักเขาอย่างมองตาบิบิร้องไห้เลย

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 23 เมื่อจะรักคนคนนี้แล้ว ต้องทำให้เห็นว่าคุณก็จริงจังแบบเดียวกับเขา อะไรที่ไม่คุ้นเคยคิดไม่ออกก็ขอคำปรึกษาเขา และยกย่องความคิดของเขา คิดฝันหวังเพื่อนอนาคตที่มีเป้าหมายเสมอ แต่คุณควรระวังที่จะอยู่กับเขาสองต่อสองในที่ลับตาคน เพราะเขาอาจจะประจบใจคุณกระตือรือร้น จนคุณตั้งตัวไม่ทัน ปล่อยตัวปล่อยใจให้เขาโดยไม่รู้ตัว

ชายหนุ่มหมายเลข 24 เป็นคนชอบสีฟ้า เป็นคนหล่อคนงาม หวานหอม อ่อนโยน นุ่มนวล เขาเป็นคนมีเสน่ห์ที่เพียบพร้อม ละเอียดอ่อน พิถีพิถัน มีรสนิยมทางศิลปะดี ลินก็สามารถแยกรสอาหารได้ดี เป็นคนพูดจาไพเราะอ่อนหวาน จะไม่มีวาจาก้าวร้าวให้ใครเจ็บช้ำน้ำใจ

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 24 หากจะผูกใจด้วยของขวัญต้องเป็นของขวัญที่สวยงาม มีสไตล์ มีรสนิยมทางศิลปะ และหอมดีเรียบร้อยละเอียดอ่อน

ชายหนุ่มหมายเลข 25 เป็นคนชอบสีน้ำตาล เป็นคนไม่ใจเรื่องการเรียน แต่ไม่ใช้การศึกษาในระบบเข้าห้องเรียน แต่เป็นการไปเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างกว้างขวางลึกซึ้ง ชำนาญวิชาข้ามสายวิชาทั้งวิทยาศาสตร์ ศิลปะศาสตร์ สังคมศาสตร์ โดยเฉพาะงานที่เกี่ยวข้องกับดิน กระจาด ต้นไม้

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 25 ง่าย ๆ เช่น นำหนังสือสาระน่ารู้ไปฝาก หรือ ชวนกันไปเที่ยวหาสาระความรู้ ฟังการสัมมนา บรรยายไฮต์ปาร์ตี้

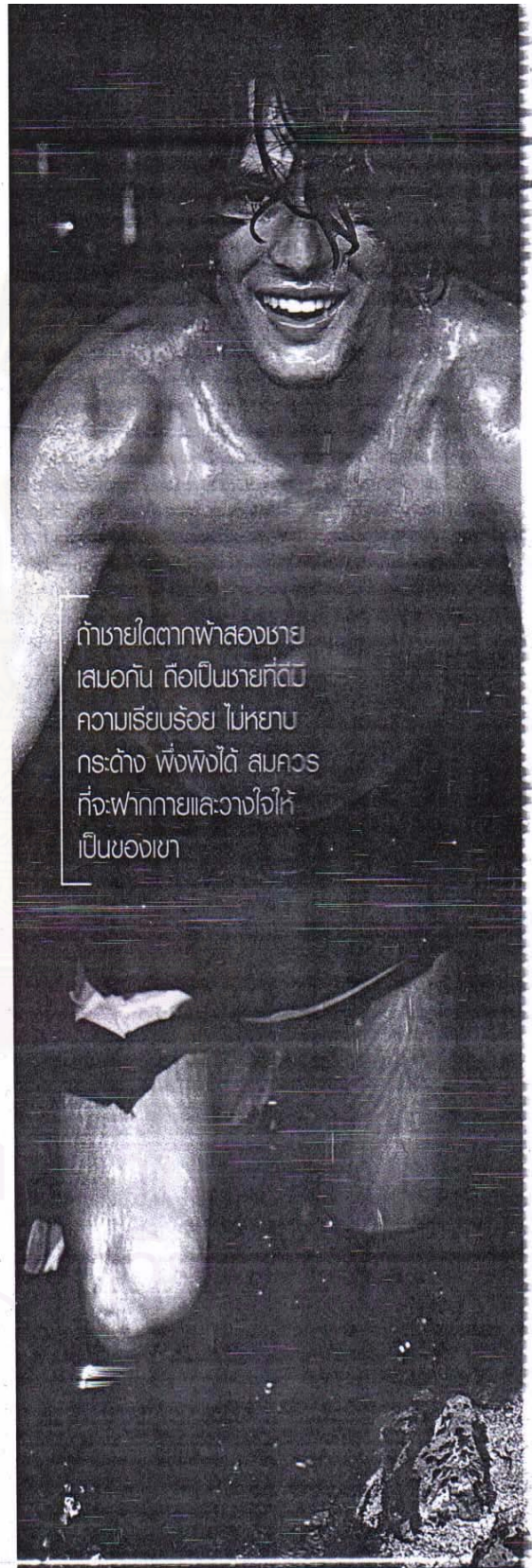
ชายหนุ่มหมายเลข 26 เป็นคนชอบสีซีด สีหม่นออกเขียว เขาเป็นหนุ่มหล่อคนสวย แต่ซีดสีม มักทำอะไรเป็นๆ เช่น ลืมชุดไปโรงเรียน มักทำอะไรผิดเรื่องซ้ำ ลากๆ ขาดความพิถีพิถัน อธิยาศยดี แต่มีเรื่องราวส่วนตัวที่ไม่อยากให้ใครมาล่วงละเมิด ด้วยเป็นเรื่องราวที่ควรปกปิด เขาเป็นคนรักเมื่อเลือก แม้ดูรักใคร่จริงจัง แต่ก็พร้อมถอนสมอบ่ายหัวเรือไปเทียบท่ารักอื่น

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 26 ชวนไปสถานที่เย็นๆ สลัวๆ เสียงเพลงเบา จิบไวน์ สั่งอาหารประเภทเนื้อสัตว์หรือเครื่องในสัตว์

ชายหนุ่มหมายเลข 27 เป็นคนชอบสีน้ำตาล หรือสีชาวเทา คุณอาจเห็นเขา นั่งพับกระดาษเป็นรูปสัตว์ ของใช้ เครื่องบิน เล่นอย่างเพลิดเพลินหรือไม่ก็ขลุกอยู่กับหนังสือหมอดู ศาสตร์ลึกลับ และถ้าเขา ตกเดือนหรือทำนายด้วยศาสตร์ลึกลับ คุณจงฟังเขาเพราะอย่างน้อยต้องมีความจริงเกินครึ่ง

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 27 ชวนเขาเดินป่า ผจญภัย ท่ามกลางป่าเขาลำเนาไพร ชวนกินอาหารป่า อาหารประเภทเนื้อสัตว์แปลกๆ อย่านชวนไปทะเลเด็ดขาดเพราะเขาไม่ชอบ หากจะซื้อของฝากลองซื้อของขวัญประเภทประติมากรรมจากวัสดุธรรมชาติ

ชายหนุ่มหมายเลข 28 เป็นคนชอบสีโทนเขียวเข้ม สีดำ เขาเป็นคนขี้อ่อน การเผาผลาญอาหารดี หลังงานสูง มักมีเหงื่อออกมาก ระบบเลือดไม่ค่อยดี มักเป็นตุ่มเป็นมัน มีสิว ดูเป็นคนขี้ดี แต่เอาเข้าจริงแล้วเจ็บ



ถ้าชายใดตกฟ้าสองชาย
เสมอกัน ถือเป็นชายที่ดี
ความเรียบร้อย ไม่หยาบ
กระด้าง ฟุ้งฟิงได้ สบควรว
ก็จะพำกายแลดวงใจให้
เป็นของเขา

ไม่ติดสักคน เมื่อมีคนรักแล้วก็ไม่ค่อยนอนม จะสอดสายสายตาหาคนรักที่ส่องที่สามไว้เพื่อเลือกเสมอ เพราะเขาคิดว่าเป็นการสร้างเสน่ห์ให้ตนเอง ทั้งๆ ที่ความจริงแล้วยังทำให้คนรักที่รักแล้วคลายรักลงและไปไปในที่สุด

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 28 เมื่อคุณนัดเขาได้แล้วคุณต้องตรงเวลา แม้ว่าเขาจะไม่ค่อยตรงเวลาก็ตาม เขาไม่ชอบความร้อน เพราะมีเหงื่อออกง่าย กล้ามักลื่นอับชื้น แม้ว่าเขามักลื่นตัวง่าย คุณก็ไม่ควรซื้อยาระงับกลิ่นกายให้เขา เพราะเขาจะคิดว่าคุณรังเกียจ

ชายหนุ่มหมายเลข 29 เป็นคนชอบสิบลอนซ์เทา สีดำ และสีแดง เขาเป็นคนผิวซีด รุขุมขนกว้าง สันเท่าแตกแห้งง่าย แม้เขามีเพื่อนฝูงมาก และมีคนที่นิยม มักจะชอบให้เขาเป็นผู้นำ แต่ลึกๆ แล้วเขารู้สึกโดดเดี่ยวท่ามกลางผู้คน สิ่งที่น่าสนใจเป็นเรื่องจินตนาการลึกลับ เช่น แฮรี่ พอตเตอร์ จนบางครั้งคิดจะตั้งโรงเรียนสอนเวทย์มนตร์ขึ้นมา

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 29 ง่าย ๆ คือ ชวนคุยเรื่องคอมพิวเตอร์ ภาพยนตร์วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีล้ำยุค หรือ สิ่งลึกลับ ชอบทำอาหารนอกสูตรได้อร่อยมาก

ชายหนุ่มหมายเลข 30 เป็นคนชอบสีส้ม สีแสดสด เขาเป็นคนรูปร่างสูงเพียว คล่องแคล่ว ว่องไว แสดงออกตรงไปตรงมา ไม่มีการ

เก็บอารมณ์ความรู้สึก ชอบบอกชอบ ไม่ชอบบอกไม่ชอบ คบง่าย โกรธง่ายหายเร็ว

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 30 ไม่ยาก ชวนเขาไปเล่นกีฬาแทบทุกประเภทเขาจะไม่ปฏิเสธ โดยเฉพาะกีฬาทางบก ของผากของขวัญประเภทเครื่องเล่นกีฬา วิดีโอคาราโอเกะเครื่องเพลงดีนซ์ เพลงร็อค เพลงฮิปปี้ชอบมันๆ

ชายหนุ่มหมายเลข 31 เป็นคนชอบสีแสดสด เขาเป็นคนปราดเปรียว คล่องแคล่ว และเชื่อมั่นในตนเอง ถือเกียรติและศักดิ์ศรี พร้อมลุยจัดการกับปัญหาต่างๆ ถ้ามีปัญหาแก้ไม่ได้โดยเฉพาะเรื่องท้าทายใหม่ๆ โปรดแจ้งเขา แต่ถ้าเขาไม่เห็นด้วยก็จะบอกทันทีว่าไม่เล่นด้วยโดยไม่เกรงอารมณ์ความรู้สึก

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 31 ชวนไปทำกิจกรรมลุยๆ งานสาธารณประโยชน์ทั่วๆ ไป ของผากที่ถูกใจ เป็นพวก ดินสอ ปากกา เครื่องกีฬา หรือของขวัญที่มีลักษณะแหลมๆ เป็นแห่งเป็นเหลี่ยม

ชายหนุ่มหมายเลข 32 เป็นคนชอบสีน้ำตาลอ่อน สีส้ม เขาเป็นคนกระตือรือร้น ไม่ค่อยแข็งแรง ประเภทขี้นัวและฟัน ینگตอนเด็กๆ ฟันหลุดตลอดเขียวแหละ แต่นิสัยเป็นคนทำอะไรจริงจัง ลองตั้งใจจะทำอะไรแล้ว ไม่มีทางที่จะเลิกจะทิ้งกลางคัน จะรักใคร่รักขึ้นมากระทั่งหันหัน รวมทั้งถูกผู้อื่นประทุษร้ายกระทบหันหันด้วยเช่นกัน

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 32 ขอคำปรึกษา ข้อเสนอแนะ แต่คุณต้องทำให้เขาเชื่อว่าคุณต้องการเรียนรู้จริงๆ ทำจริงจัง ฟังการบรรยาย ไม่จำเป็นอย่าไปขัด คุณเคยกรองเองเพื่อนำสู่การปฏิบัติ ของผากที่ถูกใจประเภทหนังสือที่ใส่สติปัญญา

ชายหนุ่มหมายเลข 33 เป็นคนชอบสีแสด สีนํ้าเงิน แคล้วคล่อง ว่องไวและเป็นที่รักของทุกคน ใครเห็นก็อดนึกชมเขาไม่ได้ว่า "ทั้งเก่งและน่ารัก" รูปร่างได้สัดส่วนไม่อ้วน ขมิ้มขมับบริการเก่ง ไม่ชอบทำให้ใครเจ็บช้ำน้ำใจ มีเสน่ห์ รักสนุก ผูกมิตรเก่ง ได้รับการยอมรับจากคนทั่วไป ใครที่หนีออกยากจิบอยากชอบเขาก็เข้าหาไม่ยาก ถ้าไม่ชอบมาพากลก็มีสติปัญญาป้องกันตัวเองได้เสมอ

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 33 ทำตัวสดชื่น คุยสนุกสนาน กระตือรือร้น อารมณ์ดีอยู่เสมอ ชวนไป ชวนไปรับประทานอาหารประเภทต้มยำกุ้ง

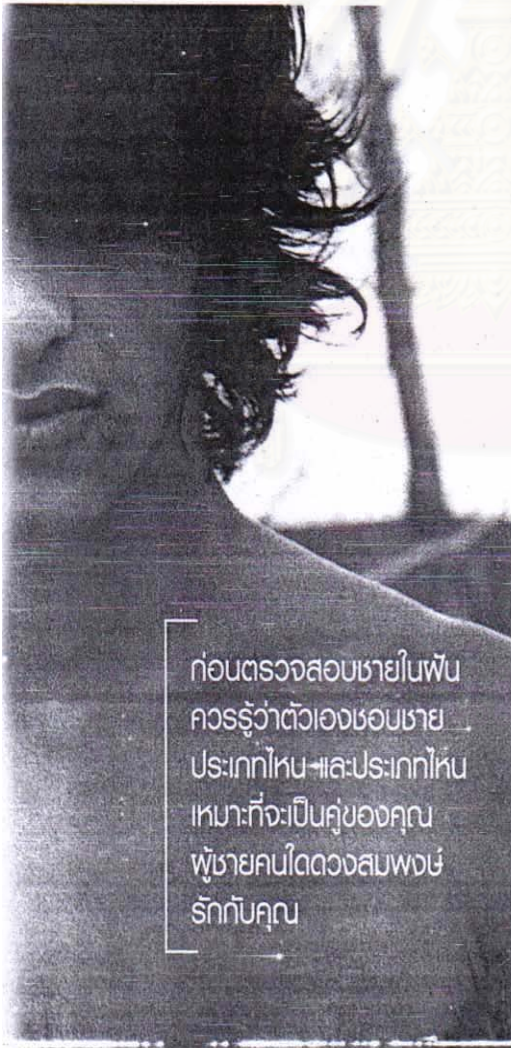
ชายหนุ่มหมายเลข 34 เป็นคนชอบสีส้ม น้ำตาลอิฐ สีโอลด์โรส พุดจาดตรงไปตรงมา พูดสั้นแต่ตรงและฟังเขาก็รู้สึกถึงหัวใจ เขาชอบลุย กล้าจัดการ กล้าได้กล้าเสีย ไม่กลัวอะไร อะไรจะเกิดก็ต้องเกิด

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 34 ได้ด้วยการที่คุณชวนเขาไปเดินทางท่องเที่ยว แล้วชวนทานอาหารต่างสถานที่ เขาจะมีความสุข สนุกสนานมาก ของผากของขวัญก็ไม่มากเรื่อง ของกินต่างถิ่น ประเภทหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ร้อยเอ็ดเจ็ดย่านน้ำ สรรหามากิน ชลช แค่นี้ก็ใช้ได้แล้ว

ชายหนุ่มหมายเลข 35 เป็นคนชอบสีเขียวหม่น ความคิดกับการกระทำของเขาไม่ค่อยจะสัมพันธ์กัน คิดอยากจะไปแต่ก็ไม่ได้ไป คิดอยากจะให้ทันเวลาก็พลาดสายทุกที มักมีคึดหรือเรียกเลิกนัดบ่อยๆ

วิธีการเข้าหาหนุ่มหมายเลข 35 คุณควรทำตัวให้ลึกลับ จะเล่าเรื่องอะไรที่เขาสนใจมากๆ ต้องปกป้องปากทำระชิบกระชาบ ประเภทรู้แล้วเหยียบไว้เลยนะ จะทำให้สนใจยิ่งนัก ของผากของขวัญประเภทของหมักคอง ลูกอมเหล้า เบียร์ ไวน์ หนังสือประเภทสืบสวนสอบสวนคดี ปกปิดซ่อนเร้น หนังสือลับปกปิด

ชายหนุ่มหมายเลข 36 เป็นคนชอบสีชาวม่น สีบรอนซ์เทา คาดหวังในเรื่องระดับเล็กน้อยสูง เช่นคาดหวังเมื่อให้ของขวัญแล้วจะได้รับการขอบคุณตอบแต่กลับไม่ได้รับ เขาก็จะซึ้งเศร้าย่ำคิดย่ำซึ้ง คนอื่นก็ไม่เข้าใจการซึ้งเศร้าของเขา เลยคิดว่าเขาเป็นคนเรื่องมากเอาใจยาก



ก่อนตรวจสอบชายในฝัน
ควรรู้ว่าตัวเองชอบชาย
ประเภทไหน-และประเภทไหน
เหมาะที่จะเป็นคู่ของคุณ
ผู้ชายคนใดดวงสมพงษ์
รักกับคุณ

วิธีการเข้าหาหุ่นหมายเลข 36 ใครจะเข้าหาเขาก็ต้องพยายาม ทำความเข้าใจ เพราะเขาจะไม่บอกสิ่งที่เขาต้องการ ด้วยเชื่อว่าคนอื่น จะตรัสรู้ได้เองทุกเรื่อง ของฝากแปลกๆ จากแดนไกล หรือ หนังสือ ประเภทโหราศาสตร์ลึกลับ

ชายหนุ่มหมายเลข 37 เป็นคนชอบสีดำ บุคลิกหอม ผิวแห้ง ระบบ เลือดหมุนเวียนไม่ค่อยดี ใจร้อน เก็บกดง่าย ไม่ชอบการรอคอย หรือ อดทนต่อสิ่งใดๆ แต่ก็มักมีเรื่องให้ต้องอดทนอยู่เสมอ สุขภาพกาย สุขภาพใจไม่ค่อยแข็งแรง

วิธีการเข้าหาหุ่นหมายเลข 37 จะนัดหมายอะไรเขาก็อย่าให้เขา รอนาน กิจกรรมกลางแจ้ง สร้างซ่อมบ้าน อาคารฯ ของฝากควรเป็น พวกอาหารเสริมสวยจากภายใน ยาบำรุง รังนก มักกระที่บรใจ พญา- ข้างสาร นางครวญ

ชายหนุ่มหมายเลข 38 เป็นคนชอบสีดำ สีแดง สีเขียวเข้ม บุคลิก ลีลาดี เข้าใจยาก ชอบเสียงไซด เสียงภัย ได้ประโยชน์จากผู้อื่นอย่างง่าย ๆ เสมอๆ ใครจะมาจับมาชอบก็ต้องนำของฝากของขวัญมาให้อยู่เสมอ

วิธีการเข้าหาหุ่นหมายเลข 38 ขวนคุยเรื่องเล่นหุ่นเล่นหอย จะเป็นเรื่องที่เขาจะทำให้ความสนใจเสมอ เมื่อจะแต่งงานหากเป็นชาย ก็มักไม่ต้องการเสียสินสอดทองหมั้น ของฝากง่ายๆ ลีตเตอร์เลตต์สักใบ สิ่งของซึ่งไซดน้ำไซด

ชายหนุ่มหมายเลข 39 เป็นคนชอบสีน้ำตาล สีเทา สีเขียว รุขมขน กว้าง บุคลิกดูเจียมเจียมเหงามๆ คิดหรือสนใจในสิ่งที่เหนือธรรมชาติ เทคโนโลยีล้ำยุคล้ำสมัย

วิธีการเข้าหาหุ่นหมายเลข 39 เข้าหาเขาได้ง่าย ลองชวนไปดู งานมหกรรมเทคโนโลยี ประดิษฐ์กรรมใหม่ๆ หรือชวนไปชมภาพยนตร์ ทั่วไป ลีลับ เขาจะชอบมาก ของฝากของขวัญประเภทเครื่องมือเครื่องใช้ ล้ำยุค คอมพิวเตอร์ เขาชอบมากๆ

ชายหนุ่มหมายเลข 40 เป็นคนชอบสีเขียว เป็นคนพูดจาไม่ค่อยรู้เรื่อง หรือมีเสียงแปลกๆ ระวังระวังเรื่องการเงิน จัดสรรการเงินได้ดีเยี่ยม จนเพื่อน ๆ อาจหาว่าเขาคือคนขี้เหนียวได้ แต่ความจริงเขาเป็นคนมี วินัยเรื่องการใช้เงินเท่านั้น

วิธีการเข้าหาหุ่นหมายเลข 40 คุณควรชวนเขาคูยในเรื่องการ วางแผนชีวิต แผนการใช้เงิน เขาจะประทับใจคุณ

ชายหนุ่มหมายเลข 41 เป็นคนชอบสีขาว สีเหลือง มีเหตุมีผล จริงจัง พูดจาด้วยความเชื่อมั่น ยึดหลักการไม่ยืดหยุ่นพอง เหตุผล หลักการอาจไม่ตรงกับคนในสังคม แต่รับรองได้ว่าเป็นเหตุผลที่บริสุทธิ์ ไม่ใช่เพื่อการเข้าข้างใครทั้งนั้น

วิธีการเข้าหาหุ่นหมายเลข 41 คุณควรชวนพูดคุยเหตุการณ์ ฆาตกรรมฆาตกรรมหนังสือพิมพ์ หรือสารทั่วไป ของฝากของขวัญหนังสือ สารประเภทเขาชื่นชอบมาก

ชายหนุ่มหมายเลข 42 เป็นคนชอบสีฟ้า สีน้ำเงิน พูดจาม่วนวอล อ่อนหวาน ผิวพรรณผ่องใส อวอบมีน้ำมีนวล มีเสน่ห์เป็นที่รักของ เพศตรงข้ามและคนทั่วไป ทำอะไรอาจจะเรื่องซ้ำ ไม่ค่อยสนใจการกีฬา

วิธีการเข้าหาหุ่นหมายเลข 42 คุณต้องนุ่มนวล กระทำด้วยความ โรแมนติกอ่อนหวาน ของฝากของขวัญจำพวก น้ำหอม ของ สวยงามมีสไตล์เรียบร้อย

ชายหนุ่มหมายเลข 43 เป็นคนชอบสีส้มน้ำตาล มีอำนาจในการพูด ไม่พูดมาก หรือย่ำคิดย่ำๆ พูดจาคม ตรงจุดตั้งคึดเตอร์กิริตระดาศ มิวาจาเป็นอาวุธคุมกริบ จนฝ่ายตรงข้ามต้องหลบและยอมจำนนปฏิบัติตาม

วิธีการเข้าหาหุ่นหมายเลข 43 อาจใช้วิธีการชวนกันเดินทาง ไปแวะทานอาหารไป ถ้าต้องการรู้แหล่งอาหารพื้นที่ ถูกปากแหล่งไหน ถามเขา เขาจะตอบคุณได้เป็นฉากๆ ของฝากเป็นของกินรสจัดเปรี้ยว จัดเผ็ดรสถูกใจก็หนัก

ชายหนุ่มหมายเลข 44 เป็นคนชอบสีเขียว ข่างพูด ข่างไม่ จินตนา- การมาก สร้างเรื่อง เล่าเรื่องได้ออกสรรออกชาติกับคนที่เขาค้นเคย แม้เรื่องนั้นจะถูกใส่สติไซ้ก็เพื่อปรุงแต่งรสชาติให้มันอร่อย มีโชเจตนา เพื่อหาประโยชน์

วิธีการเข้าหาหุ่นหมายเลข 44 ง่าย ๆ แค่ชวนกันไปดูภาพยนตร์ เกี่ยวกับงานราตรี หรืองานวัด ของฝากอาจเป็นพวกของหมักดอง เช่น เหล้า สาโท น้ำตาลเมา ไวน์

ชายหนุ่มหมายเลข 45 เป็นคนชอบสีขาวซีด สีเทา เป็นหนุ่มที่ซีเหงาม มีจินตนาการสูง ลางสังหรณ์แม่นยำ แต่การพูดกับความคิดเขาไม่ สัมพันธ์กัน ทำให้สื่อสารผิดพลาด คนจะเข้าใจผิดง่าย

วิธีการเข้าหาหุ่นหมายเลข 45 ของฝากที่ซื้อใจเขาได้จะเป็น ประเภท หนังสือ เทคโนโลยีล้ำสมัย หนังสือธรรมะ ดอกไม้ประดิษฐ์ ดอกไม้แก้วเป่า ความโรแมนติกไม่ค่อยมีคงต้องพึ่งอีกฝ่ายมากกว่า เขาชอบบรรยากาศรักท่ามกลางการท่องเที่ยวผจญภัย หรืออาจจะชอบ พาตุ๊กตไปชมภาพยนตร์ลึกลับหรือล้ำยุคล้ำสมัย

ชายหนุ่มหมายเลข 45 เป็นคนชอบสีโทนดำแดง ถึงก็เกียรติ ศักดิ์ศรีสูง มักจะขี้ใจน้อย อึดอัดขัดใจง่าย คิดว่าเขาคำดีแล้วกลับ ได้รับความก้าวร้าวตอบ แต่เขาก็พยายามรักษาความดีต่อไป ทำให้ ค่อนข้างเก็บกดอารมณ์อัดแน่นไว้ในใจ พอจะแสดงออกก็พลุ่พล่าน ไปเสียทุกอย่าง

วิธีการเข้าหาหุ่นหมายเลข 46 ชวนกันไปเที่ยวทะเล ชวนทาน อาหารชดน้ำร้อนๆ สุกๆ จุ่มจุ่ม ข้าวต้มร้อนตัก

ชายหนุ่มหมายเลข 47 เป็นคนชอบสีโทนน้ำตาลเข้ม สีดำ หยิ่งใน เกียรติศักดิ์ศรี จะหาตุ๊กตี่ช่างเลือก คนที่เขารักมักเป็นหญิงชายแถวหน้า คือมีสถานภาพที่ดีหรือเลือกตุ๊กตี่ที่จะพึ่งพาได้ทางทรัพย์สิน

วิธีการเข้าหาหุ่นหมายเลข 47 คุณต้องทำตัวเป็นคนมีมาด หรือวางมาดสง่างาม ของฝากของขวัญที่เขาโปรด เช่น ดินสอ หนังสือนิยาย ประดับ หนังสือเกี่ยวกับการปลูกบ้าน ตกแต่งบ้าน ปลูกต้นไม้

ชายหนุ่มหมายเลข 48 เป็นคนชอบสีเขียว ทั่วที่เป็นมิตร บริการ แบบหลังผลแลกเปลี่ยนแก่ พูดจาโหมน้ำวอก ทำตัวเป็นที่ปรึกษา ไซปัญหาหัวใจให้ผู้อื่นได้ สรรหาเหตุผลหวานล่อมให้คนอื่นเชื่อได้ง่ายๆ ทั้งๆ ที่มีความที่ขบขุ่นอยู่มาก

วิธีการเข้าหาหุ่นหมายเลข 48 คนที่เขารักมักเป็นคนทั้งที่เขา และเออออตามเขา ของขวัญของฝากที่ระลึกประเภทกล่องใส่ของกระจุก กระจุกเป็นสิ่งที่เขาชอบมาก

ชายหนุ่มหมายเลข 49 เป็นคนชอบสีเทา สีขาวอมเขียว พูดจาลึก ล้ำ พูดว่าอะไรก็ต้องถอดรหัสถอดสแควร์รูหยาบกำลัง กว่าใครจะรู้ว่าถูกว่า เขาก็กลับถึงบ้านนอนตีพุงเล่นไปแล้ว

วิธีการเข้าหาหุ่นหมายเลข 49 เขาชอบผู้หญิงที่กระตือ รือร้อน เก่งกล้า ทำทนายแบบ...คุณเชื่อหรือไม่ พิลสตาร์พันลึก ชอบของฝากของ ขวัญประเภทเครื่องเสียงสเตอริโอหรือหวานน้ำมัย

ชายหนุ่มหมายเลข 50 เป็นคนชอบสีเหลืองหม่น สีขาว ทำที่เป็น คนลึกลับ สงสัยง่าย ไม่กล้าตัดสินใจ ชอบศาสตร์ที่หาค่าตอบที่ชัดเจนไม่ได้ เช่น ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ใฝ่ปรัชญา ไอเรกักริม เข็มเข็เสียงรัก

วิธีการเข้าหาหุ่นหมายเลข 50 ง่าย ๆ ก็ชวนทำกิจกรรมที่เขา ชอบข้างต้น ของฝากประเภทหนังสือทำนองดวงต่างๆ เครื่องราง ของขลังพลังลึกลับ เช่น หนังสื พระ ตะกรุดฯ

คุณต้องตรวจสอบตัวเองให้ชัดเจน ก่อนตรวจสอบชายในฝัน ควรรู้ว่าตัวเองชอบชายประเภทไหน และประเภทไหนเหมาะที่จะเป็นคู่ ของคุณ ผมจะมาช่วยตรวจสอบว่าผู้ชายคนใดดวงสมพงษ์รักกับคุณ เป็นคู่ที่เสริมส่งคุณ เป็นคู่ที่เติมเต็มคุณ อยู่ใกล้หมั่นมองถึงชายในดวงใจ แล้วพบกันฉบับหน้า ๘ ปางช้าง ภัยทศภัย

marie claire | SINGLES



ผู้ชาย 30%
คือรักเธอทันทีเมื่อได้สบตา

1. สาวทึกทึก



ผู้ชาย 16%
คิดว่าเธอจะนอกใจเป็นอันดับสอง
รองจากหมายเลข 4

2. สาวไอโซ

ผู้หญิง สไตล์ ผู้ชายชอบแบบไหน

ทรงผม สีสลิปสติก และเสื้อผ้า คือสิ่งบ่งบอกตัวตนของผู้หญิงแต่ละคน เราอยากรู้ว่าผู้ชายจะคิดอย่างไรกับเราขณะเดินสวนกันบนถนน เลยชักชวน นิน่า เอสตริงส์ สาวสวยผู้ช่วยบรรณาธิการนิตยสาร Big Chilli มาร่วมสนุก โดยการแปลงโฉมเป็นหญิงสาว 6 สไตล์แล้วถ่ายภาพ จากนั้นนำภาพถ่ายทั้งหมดไปให้ชายหนุ่มต่างอาชีพจำนวน 100 คนพุดถึงเธอ มาดูกันว่าเมื่อเราเดินคล้อยหลังไปแล้ว พวกเขาพุดถึงเราอย่างไรบ้าง

ภาพ : TOMMY/สไตลิ่ง : สิวรัช สุภาเกษมสิน/ผม : วิฬาริมา สาศรี/หน้า : อภยา วัฒนศิริ

arie claire | SINGLES



"น่าจะชอบท่าเซอร์ไพรส์ให้พบในวันเกิด แต่ถ้ามีปัญหาเรื่องก็ทำงานพบคงปรึกษาเธอไม่ได้"

อ. 24 ปี, โปสรูกรมอเตอร์

ผู้ชายส่วนใหญ่พูดถึงเธอว่า : "กล้าแสดงออก ร่าเริง มักเข้ากับคนอื่น ๆ ได้ดี มีเสน่ห์ ชอบเลี้ยงหัวเราะ แต่เป็นคนเก็บกด มีความกระตือรือร้น ใจโลเลไม่แน่นอน จนบางครั้งไม่รู้ว่าจะไปทางซ้ายหรือขวาดี ซึ่เล่น มีอะไรก็ก๊ากเสมอๆ อยู่ด้วยแล้วสนุก มีชีวิตชีวา น่าจะชอบท่าเซอร์ไพรส์ให้ผมในวันเกิด แต่หากมีปัญหารื่องที่ทำงาน ผมคงปรึกษาเธอไม่ได้ เลยคิดว่าต้องเป็นผู้มาให้ เธอไม่ค่อยจริงจังกับอะไรและเอาแต่ใจตัวเอง ซึ้งอน ซึ้งอน ชอบให้อะไรๆ อดทนน้อยเพราะยังมีความเป็นเด็กค่อนข้างสูง ตามติดแพชั่นประเภทมือถือและเสื้อผ้าคอลเล็กชั่นใหม่ๆ"



"เหมือนรถสปอร์ต สวย เจ๋ง แต่พบไม่ยากได้"

ป.อ. 24 ปี, นักศึกษาระดับปริญญาโท

ผู้ชายส่วนใหญ่พูดถึงเธอว่า : "น่ารักขวนไม่ตันรำ ดูเปรี้ยว มันใจสูง ลึกกลับ ถ้าใครมาไม่ตั้งใจสวนกลับได้ทันควีน ประเภทตาต่อตา ฟันต่อฟัน แรงแมาแรงไป พร้อมจะเปิดใจคุยกับเพื่อนใหม่ๆ ว่าไปแล้วก็น่าเข้าไปคุยด้วยเหมือนกันแต่กลัวโดนกัดและคิดว่าคงเป็นคนที่คุยด้วยลำบาก ฉะนั้นเก็บไป เหมือนรถสปอร์ต สวย เจ๋ง แต่ผมไม่ยากได้ ถ้าจะให้มาเป็นแฟนคงต้องเปลี่ยนอะไรอีกหลายอย่าง ชอบที่เธอแต่งตัวเซ็กซี่ แต่ถ้าให้มาเป็นแฟนคงไม่เอา เดี่ยวผู้ชายคนอื่นมอง ดูเธอเป็นคนชอบเสีง จะไม่คบกับคนที่อยู่ในระดับต่ำกว่าตัวเอง มองแล้วรู้สึกสะอึดๆ แต่ในท้ายที่สุดแล้วเธอคงจะไม่ได้อยู่กับเรา ถ้าคบกันคิดว่าน่าจะมีปัญหาเรื่องทิ้งขว้างตามมาแน่นอน"



"คงต้องมีเงินเล่นตำแหน่งสูงกว่านี้ เธอถึงจะยอมกับผมเอง"

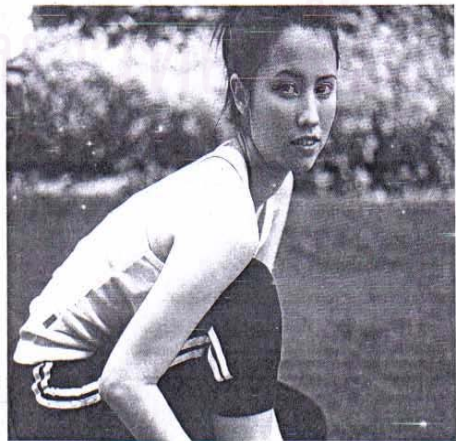
กฤษณ์, 26 ปี, นักธุรกิจ

ผู้ชายส่วนใหญ่พูดถึงเธอว่า : "น่ารักหาแต่ไม่กล้าเข้าหาเพราะเธอวางตัวดี และมีคนห้อมล้อมเยอะ รู้จักกาลเทศะ เข้าสังคมเก่ง จนบางทีเธออาจกำลังโยนหาความจริงใจอยู่ก็เป็นได้ ผ่านชีวิตมาพอสมควร มีความเป็นผู้ใหญ่มากแต่เธอก็อยากได้คนที่เก่งกว่ามาเป็นผู้นำ เช่น ถ้าเธอคือกรรมการผู้จัดการ เขาก็ต้องเป็นประธานบริษัท ดูเธอเป็นคนให้ความสำคัญเรื่องศักดิ์ศรีและอำนาจ กล้าได้กล้าเสีย ถ้าคิดจะจับ ผมคงต้องมีเงินและตำแหน่งสูงกว่านี้ เธอถึงจะยอมหันมามอง"

"ถ้าผมยังติดบุหรี่ยู่ เธอคงหาทางทำให้ผมเลิกได้ในที่สุด"

วิชญ์, 25 ปี, พนักงานบริษัท

ผู้ชายส่วนใหญ่พูดถึงเธอว่า : "เป็นคนง่าย ๆ มีน้ำใจนักกีฬา อาจจะออกแดดกันที่ฟิตเนส แต่กลัวว่าบางทีเธออาจจะสนใจเรื่องสุขภาพมากจนลืมสนใจเรื่องอื่น (ครอบครัว) เป็นคนลุยๆ สนุกสนาน กล้าตัดสินใจ อารมณ์ดี ทะมัดทะแมง คล่องแคล่ว เธอจะไม่ทำลายสุขภาพตัวเอง และถ้าผมยังติดบุหรี่ยู่ เธอคงหาทางทำให้ผมเลิกได้ในที่สุด ชอบทำอาหาร ผู้หญิงที่ชอบออกกำลังกายน่าจะมีเซ็กซี่ที่ดี หากเข้าร้านหนังสือจะชอบอ่านพวกหนังสือสุขภาพ และถ้าไปกินข้าวกัน รู้เลยว่าต้องสั่งน้ำผลไม้ให้"





“ป้าจะช่วยลูกทำการบ้าน และจัดตารางสอนได้อย่างสนุกสนาน”

เดียร์, 29 ปี, วิศวกร

ผู้ชายส่วนใหญ่พูดถึงเธอว่า : “เป็นกันเอง สนบายๆ ไม่ต้องมีพิธีรีตอง และไม่พิถีพิถันมาก นำพาไปเดินเล่นที่สวนหลวง ร.9 รู้สึกว่าถูกดึงดูด โดยความเป็นธรรมชาติของเธอมากกว่าผู้หญิงแบบอื่นๆ อบอุ่น หวาน ซอบอย่างไรก็แต่งอย่างนั้น มันใจ

ในตัวเอง จริใจกับความรู้สึกของตัวเอง บุชาความรัก น่าจะเป็นคนที่ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เปิดเผย มีอารมณ์ขัน แต่อาจจะไม่มากเท่าผู้หญิง ในหมายเลข 1 ดูเป็นสาวใสๆ บริสุทธิ์ ซอบหาทหาย สายลม แสงแดด เป็นคนดี คล้ายๆ จูเลีย โรเบิร์ตส์ในหนังเรื่องนอตติ้งฮิลล์เวลาอยู่บ้าน เป็นคนมองโลกในแง่ดี น่ารัก สุภาพ อ่อนโยน ดูแล้วไม่เบื่อ อยู่ด้วยแล้ว น่าจะมีความสุข เป็นแม่ที่ดี เอาใจใส่ลูกอย่างใกล้ชิด น่าจะช่วยลูก ทำการบ้านและจัดตารางสอนได้อย่างสนุกสนาน”

“กลัวเธอทำงานมากจนไม่มีเวลาดูหนังกับผม”

พุ่ม, 28 ปี, ช่างภาพ

ผู้ชายส่วนใหญ่พูดถึงเธอว่า : “ค่อนข้างดู ไม่ค่อยพูด ซีเรียส มาดมั่น มีฟอร์ม มีกรอบให้ชีวิต รอบคอบ มีความ



เป็นผู้นำสูง เอาจริง เอาจังกับสิ่งที่เธอทำ ทุกเรื่อง ปราดเปรียว แต่จะไป ก็กลัวเธอ ทำงานมากจนไม่มีเวลาไปดูหนังกับผมนะสิ คิดว่าเธอน่าจะเป็น นักวิชาการ อาจารย์ มหาวิทยาลัยหรือ นักกฎหมาย ดูเธอเป็นคน เต็มขนาด กล้าตัดสินใจ และรักความก้าวหน้า จนบางที่อาจลืมนึกถึงคนอื่นไป”



สำรวจจากผู้ชาย ไม่จำกัดกลุ่มอายุ ในย่านสยามสแควร์ สีลม และถนนวิภาวดี 100 คน พวกผู้ชายส่ง แบบสอบถามกลับคืน พร้อมรอยยิ้มและ ความประทับใจ

12 คำถามโดนใจกานายสปีกของเขา



ถ้าต้องพูดเกี่ยวกับผมให้คนอื่นฟัง	13	10	15	1	36	25
คุณแม่ผมต้องชอบเธอแม่เลย	12	8	11	6	15	48
ผมบอกกันว่าใครยังไม่เป็นแฟน	30	9	19	3	28	11
ผู้หญิงคนไหนน่ารักที่สุด	1	18	2	47	3	29
ถ้าคบกับแล้ว คิดว่าใครจะนอกใจคุณ	10	16	1	66	2	5
ผู้หญิงแบบนี้เป็นได้แก่กับของผม	14	18	5	50	2	11

4 หนุ่มพ่อกับแม่บอก...



อรรถพร ธีมากร

นักแสดงละครเวทีและซีรีส์
ชอบหญิงสาวหมายเลข 5
เพราะดูเป็นธรรมชาติและเป็น
คนมีใจในตัวอง
ผู้หญิงมีเสน่ห์กับผู้หญิงสมัยนี้

"ผู้หญิงมีเสน่ห์ในสายตาผม คือคนสบายๆ มั่นใจในความคิด สติปัญญา และความเป็นผู้หญิงของตัวเอง ชอบให้คนเมื่องข้างในมากกว่าการแต่งตัว ผมว่าผู้หญิงสมัยนี้ก็สวยๆ เก่งๆ เยอะ แต่ที่แปลกๆ หน่อยก็จะฉาบฉวย

คือใช้ความพอใจเพียงชั่วคราวตัดสินอะไรบางอย่างลงไป ซึ่งอาจทำให้รู้สึกแยภายหลังได้ เช่นในเรื่องความสัมพันธ์ เรื่องความรู้สึกที่เดี๋ยวนี้ไม่ว่าอะไรก็นิยมใช้ความรวดเร็ว เข้าหากันมากขึ้น ความรักเลยเป็นเหมือนงู ก้น ผมอยากให้ผู้หญิงค่อยเป็นค่อยไปกับความต้องการของตัวเอง มากกว่านั้นสักนิดจะดีไหม รอบคอบและคิดหน้าคิดหลัง กับความรู้สึกที่จะเกิดขึ้นแม้กระทั่งเรื่องการแต่งตัวที่ดูแล้ว น่ากลัวๆ ออกไปเกี่ยวกับเพื่อนนะ ผมว่าไม่ต้องถึงกับให้ใครมาลวนลามหรือทัก แต่วิธีมองของผู้ชายก็น่าจะรู้สึกได้ถึงอันตรายแล้วละ"

ธีรเดช วงศ์พิ้วพิณส์

นักแสดงสมทบแบบเบื้องหลัง
ชอบหญิงสาวหมายเลข 5 เพราะ
เรอดูสบายๆ (อย่างที่เขาบอกไว้
บ้างบ้างนี่แหละ)

ผู้หญิงก็ทำให้เราเป็นตัวเองมากที่สุด "ไม่ต้องมีพิธีรีตองอะไรมากมาย ไม่ต้องคอยบงการชีวิตกันตัวเองทำอย่างโน้นอย่างนี้ ไม่ต้องนั่งหลังตรง คือถ้าสนิทกันแล้วก็ไม่ต้องการแบบนั้น อย่างเวลากลับไปถึงบ้าน ผมสามารถกระโดดขึ้นเตียง แล้วกลิ้งไปสามตลบ โดยไม่ต้องกลัวว่าเขาจะมองเราอย่างไร

ไม่ต้องการให้ใครมาสังเกตพฤติกรรมผมว่า เฮ้ย! ผู้ชายคนไหนทำอะไร น่าจะอยู่ด้วยกันสบายๆ หรือที่อะไรก็รักกับเรา เหมือนตอนเราอยู่บ้านตัวเอง เป็นเวลาที่สามารถแสดงคว มาแกล้งต หรือขี้เกียจออกมาได้อย่างไม่อาย อีกอย่างหนึ่งคือไม่ชอบผู้หญิงพูดมาก เพราะผมจะปวดหัว ถ้าคุยกันก็คุยกันได้แบบมีสาระ แต่ถ้าอยากจะพูดก็ไปเม้าท์แตกกับเพื่อนจะสนุกกว่า แต่ไม่ใช่ว่าเม้าท์กันไปนะ ผมชอบคนสนุกสนานเฮฮา แต่ไม่ขี้บ่นและจู้จี้จุกจิก"



marie claire



กมลสุภร ทัฬหะรังสี

เจ้าหน้าที่พัฒนาระบบงาน บริษัท
กรีนลอบดา (ประเทศไทย) จำกัด
ชอบหญิงสาวหมายเลข 1
เพราะดูเรอสดใส ร่าเริง และ
กระฉับกระฉ่อง

ผู้ชายกลัวผู้หญิงเก่งจริงหรือเปล่า

"สำหรับผู้ชายที่ไม่มั่นใจในตัวเอง จะกลัวเพราะรู้สึกด้อยกว่า แต่ผมไม่กลัว แต่ก็ไม่ชอบ ที่ไม่ชอบเพราะเธออาจจะก้าวร้าวเกินไป หมายถึงว่า ฉันทัน ฉันทันจะพูด ฉันทันแก่ง ฉันทันคิดว่าฉันทันถูกคนเดียว ลุยเองทุกอย่าง คือเธอมุ่งมั่นและมั่นใจในตัวของเธอเกินไป เอาจริงเอาจังเกินไป คุณสมบัติที่น่าจะเป็นนิสัยของผู้ชายมากกว่าในการเป็นผู้นำ ซึ่งผมว่าไม่เหมาะกับผู้หญิง ผู้หญิงเก่งที่มีเสน่ห์จะต้องรับฟังความคิดเห็นของคนอื่น อ่อนไหวและอ่อนหวาน ดูแล้วรูปร่างหน้าตาให้ดูดีอยู่เสมอ ซึ่งจะมีคุณความเป็นผู้หญิงสูง ที่สำคัญ ผมชอบให้ผู้หญิงทำงาน ไม่ชอบให้อยู่เฉยๆ เพราะจะรู้สึกว่าคุณเอ๋อมีสาระ มีคุณค่าในตัวเอง แล้วต้องไม่มีความเป็นกุลสตรีไทยด้วย แต่ไม่ใช่หนึ่งร้อยพวงมาลัยอยู่บ้าน คือให้มีความประพฤติดี จิตใจดี ไม่ดูถูกคนอื่น รักครอบครัว"



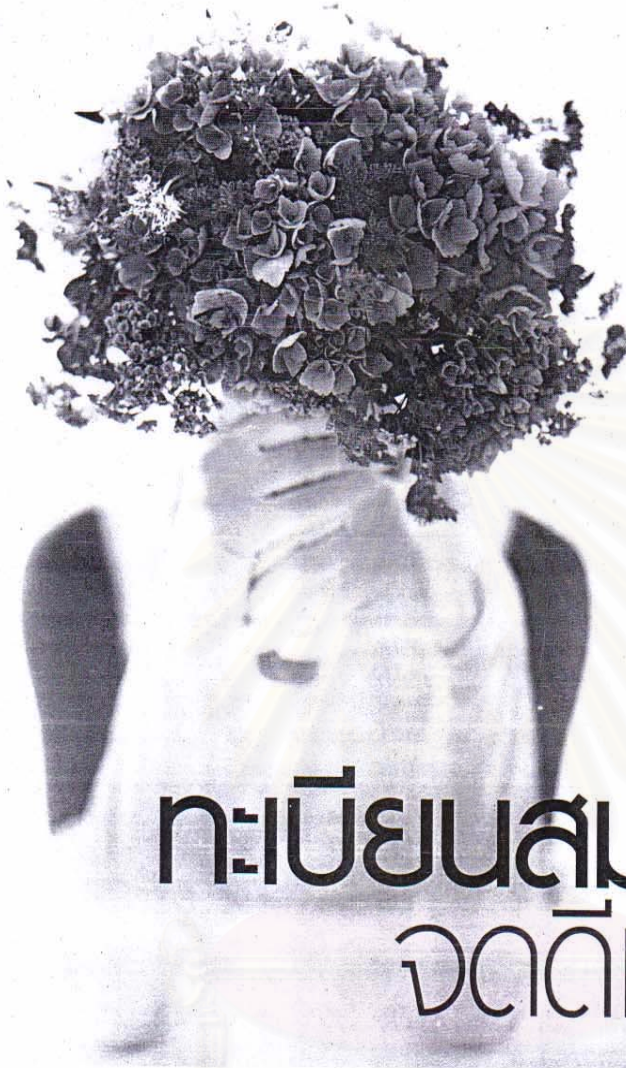
อนิศ ใสสนาปานคราะห์

เจ้าของหนังสือ "หักหลังผู้ชาย"
อับโตดัง และโปรดิวเซอร์รายการ
"สับหลังความรัก"
ชอบหญิงสาวหมายเลข 1

เพราะอยู่ด้วยแล้วคงช่วยขึ้นหัวใจ
ผู้หญิงที่งัดใจผู้ชายไม่ได้ไม่มีก็
ต้องเป็นคนแบบไบโตน

"หนึ่ง เป็นแฟนของเรา มีก็รักก็รัก คุยกัน หอมแก้มกันบ้าง สอง พอกลับมาในครอบครัวจะต้องเป็นแม่ที่ดีของลูก รับผิดชอบ การงานและครอบครัว บ้านช่องต้องดูแลสะอาดและรู้จักประหยัด แต่อะไรที่ต้องใช้จ่ายก็จัดการได้ สาม เป็นเพื่อนที่ดีของเรา คือไม่ใช่ว่าเดินๆ อยู่ ผมมองผู้หญิงเหลียวหลังก็ทิ้ง ไปดูหนึ่งกัน ผมชมคาเมรอน ดิแอส ก็ทิ้งอีก อย่างนี้คงอยู่กันไม่ได้ เพราะบางทีเราก็อยากเม้าท์กับแฟนเหมือนคุยกับเพื่อนบ้าง สิ่ ถ้าพูดแบบสบายๆ ก็คือ ผู้หญิงต้องเป็นเหมือนโสเภณีส่วนตัวของเรา หมายถึงเข้ากันได้ในเรื่องเซ็กซ์ สมมติผู้ชายชอบลองทำอะไรแปลกใหม่หน่อย เช่น อยากลองเปลี่ยนท่า แต่ผู้หญิงบอกไม่เอา บาย! บอก โอ๊ย! ทำนี่อย่างกับสัตว์เณ ถ้าเอออายุ ตรงนี้เข้ากันไม่ได้แล้ว แต่ผู้ชายเองก็ต้องปรับตัวนะ ไม่ใช่จะให้แต่ผู้หญิงปรับ สมมติผู้หญิงมีความต้องการสูง เป็นสาวเฟลิร์ท เบียร์ว มั่นใจ ถือว่าเรื่องเซ็กซ์เป็นเรื่องสนุกสนานในชีวิต แต่ผู้ชายราบเรียบมาก อยู่กันไป ผู้หญิงมีก็รักซั้ว แต่ถ้าใครมีสี่ข้อนี้ในตัว แฟนไม่มีก็กลัวมากแล้วครับ" ■ นิตยบุษ ญางภา

ภาพ : นิตยบุษ ญางภา



ถึงแม้จะเป็นเพียง
แค่กระดาษแผ่นเดียว
แต่มีผลกระทบต่อ
ชีวิตคุณทั้งชีวิต

ทะเบียนสมรส จดดีหรือไม่

ทะเบียนสมรสเป็นสิ่งที่แสดงความสัมพันธ์ของคนสองคนซึ่งตกลงปลงใจจะอยู่กินร่วมกันฉันสามีภรรยาอย่างถูกต้องตามกฎหมาย แต่ปัจจุบันนี้มีคู่รักหลายคู่ที่อยู่ด้วยกันโดยไม่ได้จดทะเบียนสมรส ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลด้านหน้าที่การงาน ทรัพย์สิน หรือเหตุผลทางใจ เรื่องของความมั่นใจในความรัก หรือเหตุผลส่วนตัวใดๆ ก็ตาม โดยเฉพาะฝ่ายหญิงที่ไม่อยากเปลี่ยนคำนำหน้านามจาก "นางสาว" มาเป็น "นาง"

อะไรจะเกิดขึ้นถ้าไม่จดทะเบียนสมรส

การทำงานในความหมายของกฎหมายคือการที่ชายกับหญิงจดทะเบียนสมรสกันเท่านั้น งานแต่งงานถึงแม้จะจัดใหญ่โต

หรูหราแค่ไหน ก็ไม่อาจทำให้คนสองคนกลายเป็นสามีภรรยากันได้โดยชอบด้วยกฎหมายได้ เพราะฉะนั้น ถ้าไม่อยากกลายเป็นภรรยาโดยไม่รู้ตัว เมื่อคิดจะแต่งงานก็ควรคิดเรื่องจดทะเบียนสมรสด้วย เพื่อเป็นการรับรองสิทธิของภรรยาโดยชอบด้วยกฎหมาย

กฎหมายแพ่งเรื่องครอบครัวบัญญัติว่า "ชายหรือหญิงจะทำการสมรสในขณะที่ตนมีคู่สมรสอยู่ไม่ได้" ดังนั้นถ้าชายหรือหญิงคนใดมีคู่สมรสที่จดทะเบียนด้วยกันอยู่ก่อนแล้ว ก็ไม่สามารถไปจดทะเบียนสมรสกับใครได้อีก ถ้าไปจดทะเบียนสมรสใหม่ การจดทะเบียนสมรสครั้งหลังจะกลายเป็นการจดทะเบียนสมรสซ้อนทันที ซึ่งทางกฎหมายถือว่าเป็นโมฆะหรือใช้ไม่ได้นั่นเอง

อย่างกรณีของดาวเรืองซึ่งอยู่กับสมภพมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 โดยมีการจัดงานฉลองสมรสกันใหญ่โต เชิญแขกมาเป็นสักขีพยานมากมาย ใครๆ ก็ทราบทั่วทั้งสองคนเป็นสามีภรรยากัน แต่ดาวเรืองไม่ได้จดทะเบียนสมรสกับสมภพ เพราะเธอไม่เห็นว่าการจดทะเบียนสมรสจะสำคัญกับชีวิตแต่งงานตรงไหน แคร์กันก็เพียงพอแล้ว แต่ความรักของเราเชื่อว่า จะสวยงามหอมหวานเหมือนตอนแรกรักกันเสมอไป สิบหกปีต่อมาดาวเรืองจับได้ว่าสมภพไปมีคนอื่น แต่นั่นยังไม่พอ สมภพกลับไปจดทะเบียนสมรสกับผู้หญิงคนใหม่ซึ่งเพิ่งเจอกันไม่นานด้วย

ตามกฎหมายภรรยาของสมภพคือคนที่จดทะเบียนสมรสอยู่ในมือ ส่วนดาวเรืองนั้นในแง่



ความสุข ของนักชู้หญิง

ความสุขตามธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่งคือ การมีเซ็กซ์ แต่คงไม่ใช่ทุกครั้งเลมอไป ที่ใครจะมีเซ็กซ์ได้อย่างมีความสุข ถึงแม้เราต่างก็อยากให้ลุลุลุดๆ ทุกครั้ง ถ้าอย่างนั้นลองทำตามคำแนะนำที่นำไปใช้ได้ง่าย ๆ ของเอริน สมิธดังต่อไปนี้

การเปลือยอย่างมีความสุขมองเห็นสวรรค์อยู่ตรงหน้า เป็นสิ่งที่หญิงสาวทุกคนปรารถนา แม้จะไม่มีกฎตายตัวในเรื่องนี้ แต่เราก็ไม่เคยหยุดยั้งที่จะค้นหา อันที่จริงความสุขจากการเปลือยเกิดจากความจริงบนพื้นฐานเพียงไม่กี่ข้อ แต่สำหรับผู้หญิงแล้ว เป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องรู้ไว้ เพื่อที่ตัวเองจะได้สัมผัสความรู้สึกจากการมีเซ็กซ์ที่ดีและมีความสุข และกฎทองของการมีเซ็กซ์ที่ดีทั้งหมดต่อไปนี้ ก็ไม่ใช่เรื่องยุ่งยากเกินไปนัก สำหรับการเริ่มต้นมีเซ็กซ์ครั้งต่อไปของคุณ

ต้องรู้จักร่างกายและสรีระของตัวเอง

ก่อนมีเพศสัมพันธ์คุณควรรู้จักร่างกายตัวเองให้ดีเสียก่อน คือต้องยอมรับส่วนดีและส่วนที่บ่งพร่องของสรีระตนเอง และควรลองสัมผัสลูบไล้เรื่อหน้า เพื่อเรียนรู้ว่ามีจุดใดบ้างที่ไวต่อความรู้สึก และมีความสุขหากได้รับการสัมผัส เพราะนั่นคือสิ่งสำคัญที่คุณสามารถแนะนำชายหนุ่มของคุณได้ หรืออาจช่วยนำทางให้ โดยนำมือของเขาไปวางที่จุดนั้น และกระซิบเบาๆ ว่า "ตรงนั้นแหละที่รัก" แค่นี้เขาก็รู้แล้วว่าจุดต้องการอะไร

ต้องรู้จักดีกับคู่นอน

ผู้หญิงมักให้ความสำคัญต่ออารมณ์และความรู้สึกก่อนมีเซ็กซ์ ฉะนั้นคู่นอนต้องเป็นคนที่คุณรู้สึกไว้วางใจ หรือชอบพอในระดับหนึ่ง และจะยิ่งดีหากเป็นคนที่คุณรัก เพราะนั่นจะยิ่งช่วยให้คุณรู้สึกของคุณเต็มเปี่ยมไปด้วยความเพลิดเพลิน หรือจะเป็นของเขา และพร้อมที่จะรับความสุขจากการเมกเลิฟได้อย่างเต็มที่โดยไม่ลังเลว่า "เอ๊ะ เราชอบเขาไหม" หรือ "เขาชอบเราหรือเปล่า" เพราะฉะนั้นอย่างน้อยๆ คุณควรมีความรู้สึกที่ดีกับเขาก่อนคิดจะมีเซ็กซ์ด้วยกัน

รู้จักวิธีเมกเลิฟ

ทั้งหมดคือสิ่งที่ผู้หญิงเป็นฝ่ายสนอง หรือให้ผู้ชายเป็นผู้บรรเลงอยู่ฝ่ายเดียวแล้ว การตอบสนองไม่ว่าจะเป็นการสัมผัสกันและการจูบโดยใช้ลิ้น หรือการจับต้องส่วนต่างๆ ล้วนเป็นเรื่องที่ผู้หญิงต้องให้ความร่วมมือด้วยอย่างสม่ำเสมอ เพราะการตอบสนองคือการเล่าโลมจะทำให้คุณดูมีเสน่ห์ และช่วยจุดประกายไฟให้การเมกเลิฟเร้าร้อนยิ่งขึ้น และเมื่อถึงเวลาอันเหมาะสม คุณก็พร้อมที่จะเคลื่อนไหวและโยกย้ายร่างกายให้เป็นไปตามจังหวะพร้อมๆ กับชายหนุ่มของคุณ

การเล่าโลม

ผู้หญิงเป็นเพศที่ละเอียดอ่อนในเรื่องอารมณ์เสมอ การเมกเลิฟของผู้หญิงหมายถึงการดำเนินไปอย่างช้าๆ มีการปลุกเร้าอารมณ์ในช่วงต้น ด้วยการใช้สัมผัส กอดรัด และประทับรอยจูบกันอย่างนุ่มนวลละมุนละไม แล้วจึงค่อยๆ เพิ่มระดับความเร้าร้อนขึ้น จนกระทั่งผู้หญิงเกิดอารมณ์อย่างเต็มที่ และพร้อมจะ

ขึ้นสวรักร่วมกับชายหนุ่มของเธอ แต่การเมกเลิฟไม่ได้จบอยู่แค่นั้น ผู้หญิงยังต้องการเวลาที่จ้อย่อยอยู่บนเตียงในอ้อมกอดของกันและกัน เพราะความสุขหลังการเมกเลิฟก็คือการตื่นขึ้นในอ้อมแขนอันอบอุ่นของชายที่เธอพึงพอใจ

จินตนาการ

เชื่อว่า 99 เปอร์เซ็นต์ของเซ็กซ์ที่ตื่นนั้นต้องมีจินตนาการร่วมด้วย ผู้หญิงหลายคนยอมรับว่า เธอแอบจินตนาการว่าคู่นอนของเธอมีหน้าตาเหมือนดาราคคนที่เธอชื่นชอบ และส่วนหนึ่งชอบจินตนาการว่า ตัวเองกำลังแอบมีความสัมพันธ์กับคู่นอนของคนอื่น หรือนึกถึงหนังเอ็กซ์โดยที่ตัวเองเป็นตัวละครหนึ่งในนั้น จินตนาการจะช่วยให้คุณมีความสุข และเกิดอารมณ์มากขึ้น ที่สำคัญ ไม่มีใครรู้หรือว่าคุณคิดอะไรอยู่ ฉะนั้นจงใช้มันให้เต็มที่เพื่อสร้างความสุขสมให้ตัวเอง

การร่วมรัก

การร่วมรักที่ดีไม่ใช่เพียงการมีเพศสัมพันธ์เท่านั้นแต่หมายถึงการมีความรักร่วมกัน และความรักนั้นจะช่วยให้ถึงจุดสุดยอดร่วมกัน การร่วมรักจึงต้องทำด้วยความรู้สึกที่ออกมาจากภายใน เป็นเรื่องที่คนสองคนมีความสุขร่วมกัน ตอบสนองความต้องการของแต่ละฝ่ายไปพร้อมๆ กัน การร่วมรักที่ดีจะทำให้คุณรู้สึกอึดอึด แต่ขณะเดียวกันก็กลัวถึงกระนั้นหาอยู่เรื่อยๆ และมีความสุขเสมอเมื่อได้คิดถึง

ช่วงเวลาที่เหมาะสม

หมายถึงช่วงเวลาที่คุณเกิดอารมณ์ และต้องการอย่างเต็มที่ ไม่จำเป็นต้องเป็นช่วงเวลากลางคืนเสมอไป ผู้หญิงหลายคนชอบมีเซ็กซ์ในตอนเช้า เพราะมันช่วยให้เริ่มต้นเช้าวันใหม่ได้อย่างสดชื่น ที่สำคัญคือตื่นตื่นและกระฉับกระเฉงกว่า เนื่องจากมีเวลาเพียงน้อยนิดก่อนไปทำงาน แต่บางคนบอกว่า ชอบเซ็กซ์ตอนกลางคืนมากกว่า จะได้ใช้เวลาอ้อยอิ่งกับมันได้อย่างเต็มที่ และแสงไฟสลัวๆ ก็ช่วยสร้างบรรยากาศได้ดีกว่าด้วย

เรื่องต้นตอ

เซ็กซ์ที่ดีต้องไม่ซ้ำซากจำเจ หากคุณมีเซ็กซ์แบบเดิมๆ ทุกวัน พอเริ่มต้นก็ได้ออกแล้วว่าเหตุการณ์ต่อไปจะเป็นอย่างไร

และจบลงแบบไหนละก็ แสดงว่าเซ็กซ์ของคุณเริ่มจะเป็นรูทีนแล้ว และกลายเป็นเรื่องของหน้าที่มากกว่าเป็นการร่วมรัก ดังนั้นควรหาอะไรใหม่ๆ มาช่วยปลุกเร้าให้เซ็กซ์ตื่นตื่นขึ้นบ้าง เช่น เปลี่ยนสถานที่ ใช้ sex toys หรือบางทีการใส่ชุดนอนเซ็กซี่ ฉีดน้ำหอมกลิ่นใหม่ ก็ช่วยเพิ่มความเร้าใจได้เหมือนกัน แต่ถ้ายังไม่ตื่นตื่นพอ ลองมีเซ็กซ์ในที่สาธารณะแบบช่วงเวลาจำกัดดูบ้าง รับรองว่าหายเบื่อแน่นอน

ออกัสซิม

ผู้หญิงต่างจากผู้ชายตรงที่เราไม่จำเป็นต้องออกัสซิมทุกครั้งที่ร่วมรัก แต่สำหรับผู้ชายแล้ว ออกัสซิมเป็นสิ่งสำคัญ ราวกับว่ามันคือเป้าหมายของการร่วมรักทุกครั้ง ในขณะที่ผู้หญิงจะออกัสซิมก็ต่อเมื่อเธอต้องการ ฉะนั้นการร่วมรักสำหรับผู้หญิงไม่จำเป็นต้องจบลงด้วยการถึงจุดสุดยอดเสมอไป ผู้หญิงให้ความสำคัญเรื่องความรู้สึก การเอาใจใส่ กอด จูบ สัมผัส และคำพูดหวานๆ ระหว่างร่วมรักมากกว่า รวมถึงการได้เห็นชายหนุ่มของเธอถึงจุดสุดยอดด้วย แต่ถ้าเมื่อไรผู้หญิงต้องการถึงจุดสุดยอดบ้าง เธอก็จะได้มันทุกที ไม่ต้องกังวล

Good Sex is Safe Sex.

เซ็กซ์ที่ดีต้องปลอดภัย ข้อนี้ห้ามลืมโดยเด็ดขาด มันล้ำสมัยไปแล้วที่จะรักสนุกแต่ต้องมากทฤษีกรรมในภายหลัง แม้ว่าคุณจะใช้ก๊วนของคุณเองก็เถอะ แต่ยังมีอีกหลายอย่างที่ควรระวัง และเขาก็คงไม่คิดจะบอกใครอยู่แล้ว ฉะนั้นการใช้ถุงยางจะช่วยป้องกันเรื่องการตั้งครรภ์ และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ได้ โดยเฉพาะเชื้อเอชไอวี เพราะมันไม่คุ้มเลยที่จะตั้งตัวเองเข้าไปเสี่ยงโรคร้ายโดยไม่หาวิธีป้องกันไว้ก่อน

ทั้งหมดที่กล่าวมาเป็นแค่กฎพื้นฐาน เพื่อให้คุณมองเห็นแนวทางการสร้างความสุขได้ แต่เหนือสิ่งอื่นใด เซ็กซ์ที่ดีต้องประกอบด้วยจิตใจที่เปิดกว้าง พร้อมเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ ละทิ้งค่านิยมเก่าๆ และความเชื่อผิดๆ ไปให้หมด ที่สำคัญ คุณต้องมีทัศนคติที่ดีต่อเซ็กซ์ด้วย ไม่อย่างนั้นเราคงต้องย้อนกลับไปเริ่มตั้งต้นทำความเข้าใจเรื่องเซ็กซ์กันใหม่ อีกรอบเป็นแน่ ■

for safe sex & life



จิตแพทย์

พญ. อัมพร เญงพแพทย์

Q เพราะเหตุใดทุกครั้งที่มี การร่วมเพศจะรู้สึกเจ็บ เวลาสอดใส่ และจะมีวิธี แก้ไขได้อย่างไร

A ความเจ็บปวดจากการสอดใส่ขณะ ร่วมเพศของแต่ละคน แต่ละวัย หรือแต่ละสถานการณ์อาจมีที่มา แตกต่างกันได้

สวามิภักดิ์ส่วนใหญ่บอกเป็นเสียงเดียวกันว่า ประสบการณ์ครั้งแรก นั้นมักเจ็บปวดน่าขม อาจด้วยความวิตกกังวล รวมถึงการที่ไม่ได้ ใช้เวลาทำความรู้สึกอุ่นเครื่องจนกระทั่งฝ่ายหญิง ตอบสนองทั้งทางจิตใจและทางกายเพียงพอ ทำให้ไม่รู้สึกผ่อนคลาย และน้ำเมือกที่ควรหลั่ง ออกมาหล่อลื่นบริเวณช่องคลอดขณะร่วมเพศ มีไม่เพียงพอ เมื่อเป็นเช่นนี้แล้ว ไม่ว่าจะขนาด ของฝ่ายชายจะใหญ่หรือเล็กแค่ไหนทำให้ ฝ่ายหญิงเจ็บได้ทั้งนั้น

ความเจ็บปวดนี้อาจทำให้ผู้หญิงหลายคน รู้สึกกังวลและเจ็บยิ่งขึ้นในครั้งต่อไป จนดูเหมือนว่าตนเองไม่สามารถมีความสุขทางเพศ หรือถึงขั้นหวาดหวั่นการมีเพศสัมพันธ์ด้วยซ้ำไป ทางออกในเรื่องนี้ควรเริ่มตั้งแต่การเรียนรู้ วิธีปล่อยวางความเครียดสารพัดชนิด ที่อาจ ทำให้หวั่นหวาดเวลาเมื่อมีเพศสัมพันธ์ แล้วหา ทางแก้ไข เช่น ถักลัวท้องก็หาวิธีคุมกำเนิด ถักลัวคนเห็นก็หาสถานที่ที่เป็นส่วนตัว ฯลฯ เพศสัมพันธ์ที่มีการเตรียมพร้อมมักให้ผลเป็นที่น่าประทับใจค่ะ

นอกจากนี้ยังต้องรู้จักสร้างบรรยากาศให้ โรแมนติก เพื่อช่วยผ่อนคลายจากความเครียด และได้คลั่งกักกับความรักใคร่ ไม่ว่าจะด้วยความ

อบอุ่นของสถานที่ ความอ่อนนุ่มและวามหวิ ของเสื้อผ้า ความละมุนละไมของแสงเทียน และเสียงเพลงแผ่วๆ ตามรสนิยม

องค์ประกอบเหล่านี้ช่วยให้เกิดการตื่นตัว ทางเพศได้เร็วขึ้น จนลดช่องว่างความแตกต่าง ทางอารมณ์ของคู่รักลงได้ แต่คุณผู้หญิงบางคน อาจยังรู้สึกอึดอัดขัดเคืองกับการบอกเล่าความรู้สึกทางเพศพอๆ กับที่ไม่กล้าสร้างบรรยากาศ และอารมณ์ความรักใคร่ ทั้งที่สิ่งเหล่านี้ล้วน เป็นเครื่องจรรโลงเสน่ห์แห่งชีวิตคู่ให้สดชื่น และยั่งยืนยาวนานยิ่งขึ้น

หากได้ลองสารพัดวิธีข้างต้นแล้วยังเจ็บอยู่ คงต้องนึกสาเหตุขบถอยๆ ที่ไม่ค่อยเจอบ่อยนัก เช่น มีเนื้องอกบริเวณช่องคลอด หรือความผิดปกติของโครงสร้างช่องคลอดที่เป็นมาโดย ก่าเนิด ซึ่งสาเหตุเหล่านี้ต้องอาศัยสูตินรีแพทย์ ช่วยตรวจรักษาให้เข้าสู่ภาวะปกติต่อไป

สาวๆ บางคนมีช่วงเวลาแห่งความสุขสม แต่บางเวลาทีเจ็บปวดขณะสอดใส่ นั่น อาจมี สาเหตุมาจากการติดเชื้อในช่องคลอด กรณีนี้ มักสังเกตเบื้องต้นได้จากอาการมีตกขาวมากขึ้น และมีลักษณะผิดปกติ เช่น สีเหลืองคล้าย หนอง มีกลิ่น และอาจรู้สึกแสบคันแสบไม่ได้ ร่วมเพศ นอกจากนี้อาจมีอาการปัสสาวะแสบ ขัดจากการติดเชื้อที่ทางเดินปัสสาวะซึ่งอยู่ใน บริเวณใกล้เคียงกัน กรณีเช่นนี้ก็ควรปรึกษา คุณหมอเช่นกันค่ะ

สาเหตุความเจ็บปวดอีกข้อหนึ่งคือ เมื่อ ผู้หญิงเราก้าวเข้าสู่วัยทอง ระดับฮอร์โมน เอสโตรเจนจะลดลง ทำให้ร่างกายลดการผลิต น้ำหล่อลื่น เยื่อบุบริเวณช่องคลอดฝ่อบางลง จนเป็นผลให้ช่องคลอดแคบและรู้สึกเจ็บง่ายขึ้น กรณีเช่นนี้ สูตินรีแพทย์อาจพิจารณาให้ ฮอร์โมนเสริมในรูปยาทาหรือยาทา หรืออาจ แนะนำเพียงให้ซื้อเจลหล่อลื่นตามร้านขายยา มาใช้เองก็ได้

ลองสำรวจตรวจตราว่าคำแนะนำส่วน ไหนบ้างที่ตรงใจตรงชีวิตคุณ แล้วรีบจัดการ แก้ไขเสียจะคะ



สูตินรีแพทย์

พญ. ยศวลักษณ์ รพีพัฒน

Q การทำออร์ลเซ็กซ์บน ฤงยางสองพออะไรต่อ สุกภาพหรือไม่ และการ กลืนน้ำอสุจิขณะทำออร์ลเซ็กซ์ จะเป็นอันตรายไหม

A การทำออร์ลเซ็กซ์ขณะที่คู่รักใส่ ฤงยางอนามัย มีความปลอดภัย เกือบร้อยเปอร์เซ็นต์ เพราะฤง ยางอนามัยช่วยลดความเสี่ยงและป้องกันโรค ติดต่อทางเพศสัมพันธ์ได้ ฤงยางอนามัยที่ใช้ กันในบ้านเราทำมาจากน้ำยางธรรมชาติ (rubber หรือ latex) บางประเทศทำจากลาไม้ของ สัตว์ เช่น แกะ หรือทำมาจากพลาสติก (ซึ่ง ไม่มีขายในเมืองไทย) ฤงยางอนามัยเหล่านี้ สามารถป้องกันโรคซิฟิลิสได้ประมาณ 50-90 เปอร์เซ็นต์ ป้องกันโรคเริมได้ประมาณ 10-50 เปอร์เซ็นต์ ป้องกันโรคพยาธิในช่องคลอดได้ มากกว่า 90 เปอร์เซ็นต์ แต่ป้องกันโรคหูด หองอนไถ่ได้น้อยกว่า 10 เปอร์เซ็นต์

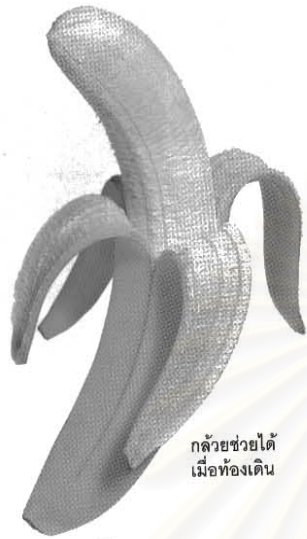
สำหรับอวัยวะเพศหญิงควรใช้พลาสติก คลุมอาหาร (plastic wrap) ฤงยางตัดจุกสี ออกเป็นสี่เหลี่ยม หรือ Sheer Glyde Dams ซึ่งทำมาเพื่อออร์ลเซ็กซ์โดยเฉพาะ เพียงแต่ ตอนนี้อยู่ไม่มีขายในบ้านเรา

ส่วนคำถามที่ว่ากลืนน้ำอสุจิจะเป็นอันตราย หรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับฝ่ายชายว่าเป็นโรคอะไร หรือเปล่า เพราะน้ำอสุจิเป็นแหล่งเก็บเชื้อโรค มากมายโดยเฉพาะเชื้อเอชไอวี

การมีออร์ลเซ็กซ์ให้ปลอดภัย ควรทำความสะอาด ร่างกายโดยเฉพาะบริเวณอวัยวะเพศ ใช้ฤงยางทุกครั้ง ก่อนทำออร์ลเซ็กซ์ไม่ควร แปร่งฟันหรือใช้ไหมขัดฟัน เพราะจะทำให้เกิด แผลในช่องปาก ซึ่งอาจเป็นช่องทางให้เชื้อโรค เข้าสู่ร่างกายได้ และไม่ควรถ้าแบบลึกมากถึง ล้าคอ เพราะอาจเป็นอันตรายต่อเนื้อเยื่อใน ล้าคอจนติดเชื้อได้ง่าย

ที่สำคัญก่อนมีเซ็กซ์กับใคร ขอแนะนำให้ ลองตรวจตราดูสักนิดว่า หน้าตาของเขาคงกับ ฤงยางดีนะ ฝ่ายชายผิดปกติหรือเปล่า อย่าให้ ความรักทำให้ตาบอด ข้ำแถมโรคมามากจะคะ

+ **cosmo gyno**



กล้วยช่วยได้เมื่อท้องเดิน

จัดการกับปัญหาประจำเดือน

มีเลือดออกตอนมีประจำเดือนก็หนักหนาสาหัสพออยู่แล้ว แต่เนี่ยยังไม่พอ ประจำเดือนยังทำให้เกิดปัญหาอื่น ๆ ตามมาอีกมากมายต่อไปนี่คือวิธีจัดการกับปัญหา

ปัญหา

ปวดท้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวันแรกที่มา
สาเหตุ ฮอร์โมนพรอสตาแกลนดินส์ ทำให้มดลูกบีบตัว เพื่อขจัดเยื่อผนังมดลูก

ที่มา: พญ.เอศิชาเบ็ธ กุนเทอร์ ผู้อำนวยการฝ่ายบริการโรคสตรีจากสมาคมแพทย์ยารักษารัดนมมารัด และผู้แต่งหนังสือเรื่อง The V Book

วิธีแก้ รับประทานยาแก้ปวดที่หาซื้อได้ตามร้านขายยาทันทีที่เริ่มมีอาการปวดท้อง หรือไม่ก็รับประทานก่อนประจำเดือนจะมาหนึ่งหรือสองวัน ถ้าหากปวดท้องมาก อาจปรึกษาแพทย์ทางนรีเวชว่าควรรับประทานเพิ่มหรือไม่

ปัญหา

ท้องเสียหรือท้องผูก
สาเหตุ พรอสตาแกลนดินส์อาจกระตุ้นให้ระบบย่อยอาหารทำงานมากขึ้นกว่าเดิม ทำให้ลำไส้บีบตัวมากขึ้น เป็นสาเหตุให้ท้องเสีย หรือไม่เช่นนั้นถ้าหากรับประทานอาหารที่มีไขมันสูงหรืออาหารหวานๆ ในขณะที่มีประจำเดือน ลำไส้ก็อาจบีบตัวน้อยลง

วิธีแก้

ยาอิมโมเดียมซึ่งมีขายตามร้านขายยา สามารถหยุดอาการท้องเสียได้ ดื่มน้ำและของเหลวเยอะๆ การรับประทานอาหารที่มีโปรตีนสูง เช่น กล้วย จะช่วยทดแทนน้ำและแร่ธาตุที่ร่างกายสูญเสียไปได้ ถ้าหากคุณมีปัญหาท้องผูก ต้องดื่มน้ำและรับประทานอาหารที่มีกากใยสูงๆ

ปัญหา

ปวดศีรษะไมเกรน
สาเหตุ ระดับฮอร์โมนเอสโตรเจนที่ลดลงอย่างฉับพลันในขณะที่มีประจำเดือน จะทำให้คุณปวดศีรษะอย่างรุนแรง อาจมีคลื่นไส้ร่วมด้วยและอาจรู้สึกไวต่อแสง

วิธีแก้

ปรึกษาแพทย์เกี่ยวกับการรับประทานยาแก้ไมเกรน เช่น ยาไฟรวาอิมมิเทิร์กซ์ และไซมิก

“สัญญาณแรก ๆ ของการตั้งครรภ์มีอะไรบ้าง?”



ตั้งครรภ์แล้วก็อาจมีประจำเดือนได้

ก่อนประจำเดือนจะขาดหายไป ร่างกายอาจส่งสัญญาณหลายอย่างเพื่อบอกให้คุณตั้งครรภ์ แคริ แบลสเนอร์ แพทย์ทางสูตินรีเวช และผู้เขียนหนังสือเรื่อง *Advice From a Pregnant Obstetrician* อธิบาย สัญญาณต่างๆ เหล่านี้มี เจ็บคัดเต้านม บริเวณรอบหัวนมโตขึ้นและคล้ำขึ้น เหนื่อยง่าย และปัสสาวะบ่อย ผู้หญิงที่ตั้งครรภ์บางคนจะมีเลือดออกเล็กน้อยในช่วงเวลาที่ประจำเดือนควรจะมา “ใช่ที่ได้รับการผสมแล้วจะฝังตัวเข้าไปที่ผนังมดลูก” ดร.แบรลเนอร์อธิบาย “ซึ่งอาจทำให้มีเลือดออก และผู้หญิงที่ตั้งครรภ์อาจเข้าใจผิดคิดว่าเป็นเลือดประจำเดือน”

โดย Rachel Grumman

เรื่องน่าประหลาดใจเกี่ยวกับการตกไข่

ผู้หญิงไม่ได้ตกไข่เดือนละครั้งอย่างที่คิดแล้ว



รังไข่ของคุณทำงานล่วงหน้าหรือเปล่า

แพทย์เคยเชื่อกันมาตลอดว่า ผู้หญิงจะมีไข่ตกเพียงแค่เดือนละครั้ง อย่างไรก็ตาม การศึกษาวิจัยครั้งใหม่ ที่เพิ่งตีพิมพ์ในวารสาร *Fertility and Sterility* มีข่าวใหม่ที่น่าประหลาดใจมาบอก นั่นก็คือ ร่างกายของผู้หญิงสามารถมีไข่ตกได้หลายครั้งต่อเดือน “เราพบว่าผู้หญิงประมาณ 68 เปอร์เซ็นต์ที่เราศึกษาจะมีไข่ตกขึ้นสองช่วงตัวด้วยกัน ในขณะที่ผู้หญิงอีก 32 เปอร์เซ็นต์มีไข่ตกขึ้นสามช่วง ซึ่งก็แปลว่าผู้หญิงเหล่านี้สามารถมีไข่ตกได้มากกว่าหนึ่งครั้งในรอบหนึ่งเดือน” ดร.รอนเจอร์ เพียร์สัน หัวหน้าโครงการวิจัยและเป็นศาสตราจารย์ทางด้านสูติ-นรีเวช มหาวิทยาลัยซัสเซกซ์เคอเทอ-กัน ในแคนาดาอธิบาย

การค้นพบดังกล่าวคือเหตุผลอีกข้อหนึ่งที่ช่วยสนับสนุนว่าการคุมกำเนิดโดยใช้วิธีนับวัน (ไม่มีเช็ทกในระหว่างที่ไข่ตก) เชื่อถือไม่ได้ เราจำเป็นต้องทำงานวิจัยเพิ่มมากขึ้น เพื่อระบุให้ได้ว่าการมีไข่ตกขึ้นนั้นมีรูปแบบที่แน่นอนอย่างไร และดูไข่ดังกล่าวกลายเป็นการตกไข่มากขึ้นหรือไม่เห็น อย่างไรก็ตาม ข้อความที่สื่อออกมาจากการค้นพบครั้งนี้นั้นชัดเจนมาก คือ ไม่มีช่วงเวลาไหนที่ปลอดภัยสำหรับการมีเช็ทกโดยไม่ดีป้องกัน

LOVE... SEX & MEN BY INTIMACY & LOUIE

ข้อระวัง..ห้ามพลาด เวลาออกเดท



เดือนธันวาคมแบบนี้มีปาร์ตี้เยอะแยะไปหมด ถ้าบังเอิญว่ามีหนุ่มหน้าใหม่มาชวนเดท คุณๆ ที่ร้างราจากวงการเดทไปนานซักจะลืมๆ แล้วว่าอาการโตนไม่ควรแสดงออกต่อหน้าหนุ่มๆ นี้คือ 4 รายการต้องห้าม...ไม่จิ้นแค่เดทแรกก็จ้อดไม่ต้องแจว

1. พยายามเกินเหตุ : ไม่ต้องพยายามทำตัวเป็นผู้หญิงที่เข้าใจผู้ชายตลอดเวลาที่ได้ การพยายามเข้ากับทุกสิ่งทุกอย่างที่เขาชอบเพื่อจะได้คุยกับเขา เรื่องอาจจะทำให้คุณดูงี่เง่า ถ้าคนเราไม่คลิกกัน ยิ่งงั้นก็ยิ่งไม่คลิกกันอยู่ดีแหละ ซึ่งถ้าคิดในแง่ดีเราก็ควรจะคิดว่านายคนนั้นเชื่อถือจริงๆ เลยก็ไม่คลิกกับคนสวยเร็ดแสดเวลาต่ออย่างคุณ

2. แอลกอฮอล์ยอมใจมากไปหน่อย : ก็รู้ๆ กันอยู่ว่าเราไม่ได้แค่น้อยขนาดนั้น จะให้ระยับอาการตื่นเดินได้สติก็คงแปลก ดื่มเล็กๆ น้อยๆ อาจจะช่วยให้คุณผ่อนคลาย แล้วก็กล้าพูดได้มากขึ้น แต่ถ้าดื่มมากเกินไปคุณอาจคอมพิงแล้วพูดอะไรก็ไม่ตั้งใจขึ้นมา ถ้ารู้ว่าตัวเองค่อนข้างหิวหรือร้อนสร้างความกล้าคิดว่า คุณคงไม่ยากให้ตกใจในวันนั้นลองเอ่ยด้วยการที่เขาดึงหัวไปคุยไปส่งหน้าบ้านหรอคะ แคมถ้าผู้ชายคนนั้นเป็นพวกฉวยโอกาส คุณอาจตื่นเข้ามาอยู่ในโรงเรือนบ้านรุคที่โตนสักแห่ง จนต้องรีบวิ่งหาคุณปวีณาแทนไม่ทันก็ได้

3. เฟล โทหกทั้งพิ : แล้วถ้าคุณเฟลเนี่ย คนที่จะรู้สึกอึดอัดที่สุดก็คือคุณเองนั่นแหละ โทนจะต้องตัดเสียงให้สวยตลอดเวลา หลังตรงไม่ให้พุงปิ้นเดินอย่างนกกระยางเพราะใส่รองเท้าส้นสูง 3 นิ้ว จากที่ปกติลากเตะตลอด ถ้าเขาจะชอบคุณก็ควรจะชอบที่คุณเป็นคนไม่ใช่หรอ?

4. แสดงตัวเป็นเช็ทซ์ปรีด : ไข่แล้วเรื่องเช็ทซ์เป็นเรื่องธรรมชาติ เป็นหนึ่งในหัวข้อที่ใครๆ ก็คุยกันได้ เพราะอาจจะเป็นการเปลือยกาย กับชุดของคุณในเดทแรกก็ได้ แต่ไม่ใช่พูดจนถึงขนาดที่เขาคิดว่าคุณผ่านศึกรักมาแล้วก็ครั้ง และอาจจะมากกว่าที่เขาจับได้ ขอบอกว่าสิ่งที่ดีที่สุดแค่ส่งสายท้าวความแทนคำพูดโจ่งแจ้งจะดีกว่านี่ย โทเขาคิดว่าคุณเช็ทซ์ ดีกว่าเช็ทซ์ช่างแบงจะรอขอคุณไปเดทอีกครั้งไม่ไหวดีกว่า

J. Lo XXX-UNCENSORED

หลายๆ คนคงไม่รู้ว่าเมื่อปี 2001 ที่เกือบจะมีไอวอดีของ เจ.โล กับพี่นักเริ่มพิพาทกันนานว่า ป้า พี.ดี.ดี ออกมาขายแบบคุณหนูปารีส ฮิตตะนะแล้ว เรื่องมันก็มีอยู่ว่านักข่าวคนหนึ่งไม่ชอบชื่อนี้ พี.ดี.ดี ไปได้กลับวันนั้นมา แต่เจ.โลก็โหวตตัวกัน จัดการฟ้องดำเนินข่าวคนนี้ในข้อหาละเมิดสิทธิส่วนบุคคลเสียก่อน สรุปแล้วเรื่องนี้เขาก็เลยไปตกลงกันได้นอกศาลตามแบบชาวฮอลลีวูด แต่ที่ดูแล้วจากกรณีของ ปารีส ฮิตตัน ที่ตั้งกระทู้จากบทปล้มของเธอ เจ.โลนี่ก็เสียตายเป็นไปได้ปล่อยให้หลุดออกมาช่วงที่หนัง Gigli กับ Jersey Girl ออกฉาย ไม่เงินหนังอาจจะดีกว่านี้ก็ได้เน



Buy Him!



ไปใหม่หน้าของขวัญให้ชายหนุ่มสุดที่รักของคุณอยู่หรือเปล่า? แนะนำเช็ทซ์นี้เลย Jean Paul Gaultier "Le Male" จาก Jean Paul Gaultier ให้เขาตัวหอม แคมยังเช็ทซ์ด้วย มีกลิ่นหอม 1ขวด ที่เป็นขวดทรงเรียวร่างสำนึกของชายหนุ่ม กับคือไอเดแรก สติ๊ก ก็ไม่พลาดแอลกอฮอล์ด้วยนะ

She's hot!

ไปดูหนังเรื่องสายล่อฟ้ามา แล้วรู้สึกว่ามีผู้หญิงคนนี้มีว่าจะทำอะไรก็เช็ทซ์ไปเสียหมด ขนาดว่านั่งเฉยๆ ยังอึดได้ขนาดนั้น คุยกับหนุ่มๆ ที่ไปดูเรื่องนี้มาเหมือนกัน ทุกคนก็พูดเป็นเสียงเดียวกันว่า เธอฮอตมาก สาวคนนี้ แมย์ พิงก์นาฏ สาขากร ก่อนหน้านี้เธอเคยโด่งดังมาแล้วจากบทคุณหญิงเล็ก จากละครเรื่องสะใภ้จ้าว แต่เรื่องนั้นเธอออกจากรีตริคเสียแถมแสบแก้วฟูไปหน่อย แต่สำหรับหนังเรื่องสายล่อฟ้าเธอดูนิ่งๆ แต่เอ็กซ์มาากกกกก



ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาว สุวัลยา นูเร เกิดเมื่อวันที่ 3 มิถุนายน พ.ศ. 2521 สำเร็จการศึกษาปริญญา
บัณฑิต จาก คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปี พ.ศ. 2543
ปัจจุบัน เป็นผู้ช่วยผู้จัดการกองถ่าย บริษัท ทศกัณฐ์ฟิล์ม จำกัด



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย