

# การขายบริการทางเพศของวัยรุ่นไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

THE PROSTITUTION OF THAI TEENS ON THE INTERNET

ดร.สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์<sup>1</sup>

## บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการขายบริการทางเพศของวัยรุ่นไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจทัศนคติของวัยรุ่นไทยในเรื่องการขายบริการทางเพศบนสื่ออินเทอร์เน็ต ค้นหาสาเหตุที่ทำให้วัยรุ่นไทยขายบริการทางเพศบนสื่ออินเทอร์เน็ต และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมีเพศสัมพันธ์ สาเหตุของการขายบริการทางเพศกับการขายบริการทางเพศของวัยรุ่นไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุระหว่าง 14 -21 ปี ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่าวัยรุ่นไทยทั้งหมดเชื่อว่าการขายบริการทางเพศบนสื่ออินเทอร์เน็ตมีจริงและส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นหญิงที่ขายบริการทางเพศที่ทำให้วัยรุ่นหญิงเลือกขายบริการทางเพศโดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการขายบริการนั้นเพราะคิดว่าเป็นวิธีที่ลูกค้าติดต่อโดยตรงไม่ต้องผ่านเอเยนต์ไม่ถูกหักหัวคิว ง่าย สะดวก ทำได้ทุกที่ ทุกเวลา ตัวเองมีสิทธิในการเลือกลูกค้า และคิดว่าวิธีนี้เป็นความลับ เมื่อหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการมีเพศสัมพันธ์และการขายบริการทางเพศพบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวก ซึ่งเมื่อนำไปพิจารณาค่าสหสัมพันธ์ร่วมกับปัญหาทางการเงิน พฤติกรรมการใช้ของแพง และแรงจูงใจด้านการเงินพบว่า มีความสัมพันธ์อย่างเข้มข้นมากตามลำดับ

**คำสำคัญ:** วัยรุ่นไทย การขายบริการทางเพศ อินเทอร์เน็ต

## ABSTRACT

The objectives of this research were to investigate the Thai teens attitude toward the prostitution of Thai teens on the Internet, to find out the causes of this issue and to study the relationships between sex relationship, the causes of the prostitution and the prostitution of Thai teens. The research focused on Thai teens aged 14-21 years old in Bangkok and employed the quantitative and qualitative approach to collect and analyze the data. It finds that most of Thai teens believe that the prostitution on the Internet is real and it does exist. The causes that make Thai teens using the Internet for doing prostitution because it is direct way to contact with the customers, easy, convenient, safe and secrete, and they can do in anywhere and anytime. The correlation shows that the experiences of having sex have related to the trend of doing prostitution. Including with the factors of money need and extravagance behavior of Thai teens has increasingly related to the prostitution of Thai teens on the Internet.

**Keywords:** Thai Teens Prostitution Internet

<sup>1</sup>ภาควิชาวิทยาศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

## หลักการและเหตุผล

พฤติกรรมกรรมามีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร การแลกเปลี่ยนคู่นอน หรือการมีเพศสัมพันธ์คราวละหลายคนที่มีมักเรียกกันว่าสวิงกิ้ง การสำส่อนทางเพศ การมีเซ็กส์ เสพยา การก่ออาชญากรรมทางเพศ เช่น การข่มขืนกระทำชำเรา รวมถึงการทำแท้งอันเนื่องมาจากการตั้งครรภ์โดยไม่ได้ตั้งใจหรือไม่พึงประสงค์ เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมไทยและเป็นข่าวทางหน้าหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และสื่อมวลชนอยู่เป็นประจำอยู่เสมอ

ผลการวิจัยของสมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์ (2552) เรื่องการเปิดรับสื่อลามกทางอินเทอร์เน็ตกับการมีเพศสัมพันธ์ของวัยรุ่น พบว่า วัยรุ่นไทยที่เคยมีเพศสัมพันธ์ล้วนแต่เคยเปิดรับสื่อลามกทางอินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น ยิ่งเปิดรับสื่อลามกทางอินเทอร์เน็ตมากก็มีความถี่ในการมีเพศสัมพันธ์มากขึ้นตามโอกาสอีกทั้งอายุในการมีเพศสัมพันธ์ก็จะเร็วขึ้น เมื่อหาความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติอ้างอิง พบว่า การเปิดรับสื่อลามกทางอินเทอร์เน็ตได้แก่ การเคยเปิดรับ ความถี่ในการเปิดรับ และระยะเวลาในการเปิดรับสื่อลามกทางอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมมีเพศสัมพันธ์ของวัยรุ่น ทั้งด้านอายุในการมีเพศสัมพันธ์ครั้งแรก ประสบการณ์การเคยมีเพศสัมพันธ์ และความถี่ในการมีเพศสัมพันธ์ต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังพบว่าวัยรุ่นจำนวนหนึ่งเคยมีเพศสัมพันธ์กับคนแปลกหน้าที่เพิ่งรู้จักกันผ่านทางอินเทอร์เน็ต เคยเปลี่ยนคู่นอน เคยมีเพศสัมพันธ์ครั้งละมากกว่าหนึ่งคนหรือที่เรียกว่าสวิงกิ้ง เคยถูกข่มขืนหรือมีเพศสัมพันธ์โดยไม่ยินยอม เคยเป็นโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์

จากปรากฏการณ์ทางสังคมไทย และผลการวิจัยข้างต้น สะท้อนให้เห็นถึงความเสี่ยงและโอกาสที่วัยรุ่นไทยจะมีเพศสัมพันธ์ได้โดยง่ายขาดการยั้งคิด อันเนื่องมาจากการเสพสื่อลามกทางอินเทอร์เน็ตและอารมณ์ความต้องการทางเพศในวัยของตน โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งวัยรุ่นหญิงเมื่อเสียตัวแล้วก็จะไม่รู้รู้สึกถึงคุณค่าของตนเองพร้อมที่จะปล่อยตัวปล่อยใจจนนำไปสู่การขายบริการทางเพศในที่สุดเพื่อแลกกับเงิน นอกจากนี้ค่านิยมของผู้ชายที่ชอบเที่ยวตั้งเดิมที่นิยมไปใช้บริการตามสถานเริงรมย์ สถานที่ที่เปิดกิจการบังหน้า เช่น โรงน้ำชา คาราโอเกะ สถานอาบอบนวด ร้านอาหาร เป็นต้น เมื่อสังคมเปลี่ยนแปลงไปเทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อสมัยใหม่เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการติดต่อซื้อขาย การสนทนาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการขายบริการทางเพศผ่านทางห้องสนทนาดังกล่าว ทำให้ค่านิยมของชายชอบเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปด้วย เพราะมีความเชื่อที่ว่า “ไม่เสี่ยง ปลอดภัย ได้รู้จักก่อน” แถมยังมีตีกีวีเป็นนักเรียนนักศึกษาจากสถาบันการศึกษาชื่อดังฟุ้งท่ายเพื่อเป็นการยืนยันคุณภาพ ในขณะที่วัยรุ่นหญิงที่ขายบริการและเป็นนักเรียนนักศึกษาสามารถเลือกลูกค้าและสนนราคาได้ตามความพอใจ

ดังนั้นการวิจัยเรื่องการขายบริการทางเพศของวัยรุ่นไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตจะช่วยให้เข้าใจสภาพปัญหาของการขายบริการทางเพศของวัยรุ่นบนสื่ออินเทอร์เน็ตทัศนคติของวัยรุ่นไทยในเรื่องดังกล่าว สามารถหาสาเหตุการขายบริการทางเพศของวัยรุ่นบนสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อจะได้นำข้อมูลไปป้องกันและแก้ไขปัญหาการขายบริการทางเพศของวัยรุ่นบนสื่ออินเทอร์เน็ตได้ในที่สุด

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจทัศนคติของวัยรุ่นในเรื่องการขายบริการทางเพศบนสื่ออินเทอร์เน็ต
2. เพื่อค้นหาสาเหตุที่วัยรุ่นขายบริการทางเพศบนสื่ออินเทอร์เน็ต
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมีเพศสัมพันธ์ สาเหตุของการขายบริการทางเพศ และการขายบริการทางเพศของวัยรุ่นบนสื่ออินเทอร์เน็ต

## ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Approach) และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) เป็นเครื่องมือในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งการวิจัยคุณภาพจะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากการสังเกตการณ์ในห้องสนทนาทางอินเทอร์เน็ต (Chat Room) และเว็บไซต์ที่มีการประกาศขายบริการทางเพศ สัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group Interview) กับวัยรุ่นจำนวน 6 กลุ่ม เพื่อค้นหาข้อมูลเชิงลึกในสภาพความเป็นจริง เมื่อได้ข้อมูลดังกล่าวแล้วจะได้นำมาสังเคราะห์เพื่อกำหนดกรอบแนวคำถามการวิจัยในเชิงปริมาณต่อไป สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณจะใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งมีระเบียบวิธีเชิงปริมาณในการวัดและประเมินผล กำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample) การคัดเลือกตัวอย่าง (Sampling) การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collecting) ด้วยแบบสอบถามปลายปิด (Closed Questions) การวิเคราะห์และการประมวลผลโดยใช้ค่าทางสถิติมาอธิบายและตีความ

### ประชากรเป้าหมาย (Target Population)

กลุ่มประชากรเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ วัยรุ่นไทย อายุระหว่าง 14-21 ปี กำลังศึกษาอยู่ในชั้นมัธยมศึกษา อาชีวศึกษา และมหาวิทยาลัย

### ขนาดตัวอย่าง (Sample Allocation)

ในการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group Interview) แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

|                                    |            |
|------------------------------------|------------|
| กลุ่มที่ 1 นักเรียนชายมัธยมศึกษา   | จำนวน 8 คน |
| กลุ่มที่ 2 นักเรียนหญิงมัธยมศึกษา  | จำนวน 8 คน |
| กลุ่มที่ 3 นักศึกษาชายอาชีวศึกษา   | จำนวน 8 คน |
| กลุ่มที่ 4 นักศึกษาหญิงอาชีวศึกษา  | จำนวน 8 คน |
| กลุ่มที่ 5 นักศึกษาชายมหาวิทยาลัย  | จำนวน 8 คน |
| กลุ่มที่ 6 นักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัย | จำนวน 8 คน |

**รวม 6 กลุ่ม จำนวน 48 คน**

ในการวิจัยเชิงปริมาณ เนื่องจากไม่ทราบ

จำนวนประชากรทั้งหมด จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูป Yamane (Taro Yamane อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2545) ด้วยความเชื่อมั่นอยู่ในระดับ 95% จำนวน 600 ตัวอย่าง

## วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Sampling)

การสุ่มตัวอย่างใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สุ่มตัวอย่างแบบจัดประเภท (Stratified Sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ นักเรียนมัธยมศึกษา นักศึกษาอาชีวศึกษา และนักศึกษามหาวิทยาลัย

ขั้นตอนที่ 2 สุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยจับฉลากจากโรงเรียนมัธยมศึกษา อาชีวศึกษา และมหาวิทยาลัยของรัฐและของเอกชน ประเภทละ 1 แห่ง รวม 6 แห่ง

ขั้นตอนที่ 3 นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากสถานศึกษาที่ได้คัดเลือกไว้แห่งละ 100 คน โดยเก็บตามสัดส่วนเท่าๆ กัน (Quota Sampling) ชาย 50 คน และหญิง 50 คน รวมเป็นชาย 300 คน และหญิง 300 คน รวมทั้งสิ้น 600 คน ตามขนาดตัวอย่างที่กำหนด

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1** เป็นการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group Interview) ผู้วิจัยต้องการให้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์สมบูรณ์ไม่ตกหล่นและได้รายละเอียดครบถ้วน จึงจำเป็นต้องใช้เครื่องมือต่อไปนี้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 1) เทปบันทึกเสียง ทั้งนี้เพราะการสัมภาษณ์กลุ่มใช้เวลานานและข้อมูลมีรายละเอียดมาก 2) แบบสัมภาษณ์ โดยเป็นคำถามที่เตรียมไว้ล่วงหน้าเพื่อใช้เป็นแนวทางการสัมภาษณ์ซึ่งสร้างจากทฤษฎีและแนวคิดที่

เกี่ยวข้องกับงานวิจัย คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Opened Questions) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้อย่างละเอียด ตรงตามความเป็นจริง สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้ ทั้งนี้ แนวคำถามที่ใช้สัมภาษณ์มีความชัดเจน เข้าใจง่าย และไม่ชี้นำคำตอบ

**ส่วนที่ 2** เป็นแบบสอบถามที่ใช้สอบถามกลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยสร้างแบบสอบถามจากการสังเคราะห์ทฤษฎี แนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มเพื่อกำหนดคำถามที่สามารถวัดค่าตัวแปรต้นและตัวแปรตามได้อย่างถูกต้อง (accuracy) เทียงตรง (validity) และมีความน่าเชื่อถือ (reliability) ซึ่งได้มีการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบเครื่องมือ และนำแบบสอบถามดังกล่าวไปทดลองกับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อหาค่าความน่าเชื่อถือ (reliability) ก่อนออกเก็บข้อมูลในภาคสนาม โดยหาค่าความเชื่อถือของครอนบาช (Cronbach's Coefficient Alpha) ได้ค่า 0.92

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

การสัมภาษณ์กลุ่ม ดำเนินการโดยผู้วิจัยและผู้ช่วยผู้วิจัยชาย 1 คนเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างชาย และผู้ช่วยวิจัยหญิงอีก 1 คน เพื่อเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างผู้หญิง เพราะคำถามการวิจัยเป็นเรื่องละเอียดอ่อนและเกี่ยวข้องกับเพศสัมพันธ์ เมื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างได้แล้ว จึงนัดวันสัมภาษณ์ ก่อนเริ่มลงมือสัมภาษณ์ ผู้วิจัยต้องสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่าง โดยการแนะนำตัวและสร้างความคุ้นเคย ตลอดจนอธิบายให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจถึงความสำคัญของการวิจัยนี้ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความไว้วางใจผู้วิจัยและเห็นถึงความสำคัญของการวิจัย ยินดีให้ความร่วมมือในการเปิดเผยข้อมูลตามความเป็นจริง โดยไม่มีการปิดบัง

ทำให้ได้ข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย และมีความน่าเชื่อถือ

การเก็บข้อมูลเชิงสำรวจภาคสนาม ผู้วิจัยพร้อมทีมงานออกเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง โดยนำแบบสอบถามไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างแบบเผชิญหน้า (Face to Face) อ่านคำถามและกรอกแบบสอบถามด้วยผู้สัมภาษณ์เอง

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิเคราะห์สังเคราะห์ และตีความหมายเป็นข้อสรุปในแต่ละประเด็น เพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ข้อมูลเชิงปริมาณจะนำไปคำนวณหาค่าสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์กลุ่มวัยรุ่น ซึ่งแบ่งออกเป็นหญิงและชายจำแนกตามการศึกษาเป็นระดับชั้นมัธยมศึกษา อาชีวศึกษา และมหาวิทยาลัย สรุปผลการวิจัยตามประเด็นของการสำรวจได้ดังนี้

**1. การขายบริการทางเพศของวัยรุ่นบนอินเทอร์เน็ตมีจริงหรือไม่ เคยเห็น เคยใช้บริการ เคยขายบริการ หรือเคยมีเพื่อนหรือคนรู้จักขายหรือใช้บริการหรือไม่อย่างไร**

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ยืนยันว่าการขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ตมีจริงร้อยเปอร์เซ็นต์ เคยเห็น การซื้อ-ขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ต เพราะตนเองและเพื่อนที่รู้จักเคยขายบริการและใช้บริการด้วย นักศึกษาชายระดับอาชีวศึกษา 3 คน และระดับมหาวิทยาลัย 4 คน เคยซื้อบริการทางเพศบนสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งมีหลายครั้งที่ใช้บริการฟรีโดยไม่ต้องจ่ายค่าตอบแทน สำหรับนักเรียนหญิงและนักศึกษาหญิง

เกือบทั้งหมดไม่เคยขายบริการหรือซื้อบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ต มีเพียงสามคนที่เคยคิดว่าจะขายบริการแต่ก็ไม่ทำเพราะเธอมองว่าเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องเสียชื่อเสียงอย่างไรก็ตามในจำนวนนี้มีนักเรียนระดับมัธยมศึกษาคนหนึ่งขายบริการทางเพศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โดยขายบริการมาได้ปีกว่าแล้ว และมีลูกค้าประจำที่ติดต่อใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ

## 2. ถ้าการขายบริการทางเพศของวัยรุ่นบนอินเทอร์เน็ตมีอยู่จริงหาได้จากเว็บไหน

นักเรียนและนักศึกษาเกือบทั้งหมดสามารถบอกเว็บไซต์ที่มีการขายบริการได้ และยกตัวอย่างให้เห็นได้อย่างชัดเจน ซึ่งในการวิจัยนี้ไม่ขอเปิดเผยเว็บไซต์ดังกล่าว กลุ่มตัวอย่างยังแนะนำว่าความจริงไม่ต้องจดจำชื่อเว็บไซต์ก็ได้ เพียงเข้าไปที่กูเกิ้ลแล้วค้นหาเว็บไซต์ขายบริการทางเพศก็จะมีข้อมูลของเว็บไซต์ต่างๆ มากมายให้เลือกใช้บริการหรือจะฝากข้อความเพื่อขายบริการก็ได้วิธีสมัครเพื่อโพสต์ข้อความหรือรูปภาพก็ง่าย สะดวกและไม่เสียค่าบริการ นักเรียนหญิงที่ขายบริการตอบว่าครั้งแรกที่ตัวเองสมัครและโพสต์ข้อความพร้อมรูปภาพเพียงแค่ 10 นาทีก็มีคนเข้ามาติดต่อซื้อบริการแล้ว แต่ตัวเองจะต้องพิจารณาดูก่อนว่าหน้าตาของคนติดต่อเป็นอย่างไร มีการแชตและโทรศัพท์คุยกันเพื่อนัดพบก่อนที่จะตัดสินใจว่าจะขายบริการให้กับลูกค้าคนนั้นหรือไม่

## 3. การขายบริการทางเพศของวัยรุ่นบนอินเทอร์เน็ตทำอย่างไร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถอธิบายได้อย่างชัดเจนถึงวิธีการขายบริการและซื้อบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ต การติดต่อซื้อ-ขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ตของผู้ขายบริการและผู้ซื้อบริการ จะเข้าไปตามเว็บไซต์ที่มีการขายบริการทางเพศ เพื่อที่จะได้เลือกคู่คนที่ถูกใจได้ ส่วนใหญ่ผู้ขายบริการจะมีการนำรูปของตนเองมาโพสต์ลงเว็บไซต์ทำท่าทางที่ยั่วยวนพร้อมบอกสัดส่วน ความสามารถในการบริการ มีการ

โฆษณาตัวเอง พร้อมให้เบอร์โทรและอีเมลให้ติดต่อกลับ แต่ถ้าผู้ซื้อกลัวโดนหลอกก็สามารถซื้อได้ตามเว็บ Cram fog หรือไม่ก็ตาม Web cam ที่มีการโชว์สรีระให้เห็นเมื่อตกลงจึงมีการนัดแนะสถานที่กัน บางรายอาจมีการโอนเงินให้ก่อนครึ่งหนึ่งหลังเสร็จบริการแล้วจึงจะจ่ายส่วนที่เหลือ การโอนเงินนั้นอาจโอนเข้ามาในบัญชีธนาคารหรือโอนเป็นค่าโทรศัพท์มือถือก็ได้ ซึ่งถ้าลูกค้าพอใจหลังจากการใช้บริการแล้วก็อาจมีทิปเพิ่มให้ หรือมีการติดต่อเข้ามาใช้บริการเป็นขาประจำต่อไป บางรายหากถูกใจมาก ก็จะมีการเลี้ยงดูเป็นเมียเก็บโดยเช่าอพาร์ทเมนต์ให้และจ่ายเป็นรายเดือนส่วนใหญ่จะมาใช้บริการอาทิตย์ละครั้ง

สถานที่ที่นัดพบกันส่วนใหญ่ก็จะเป็นโรงแรม ม่านรูด หอพัก หรือไม่ก็เป็นสถานที่ที่ใกล้เคียงกับผู้ชาย โดยผู้ชายจะเป็นคนกำหนดเองว่าจะไปเจอกันที่ไหน จะไม่ไปที่บ้านของลูกค้า เพราะผู้ชายแต่ละคนจะมีที่ประจำไม่เหมือนกัน เรื่องที่จะมีการใช้บริการต่อหรือไม่ นักศึกษาหญิงอาชีวะคนหนึ่งกล่าวว่า ขึ้นอยู่กับผู้ซื้อว่าอยากจะเป็นเพื่อนกันไปเรื่อยๆ หรือเปล่า แต่บางคนก็ติดใจก็มาใช้บริการอีก แต่ส่วนใหญ่ไม่ค่อยกลับมาใช้บริการเพราะถือว่าเป็นการมีอารมณ์แค่ชั่วคราวชั่วคราว

สำหรับราคาในการบริการถ้าเป็นสาวไซด์ไลน์ ทั่วๆไป ไม่มีสังกัด ราคาสามารถต่อรองกันได้ ราคาจะประมาณ 500-7,000 บาทแล้วแต่หน้าตา แต่ถ้าอยากได้ที่แบบสวยๆราคาและหน้าตาดีขึ้นมาอีกระดับหนึ่ง ก็ต้องสมัครสมาชิกก่อนถึงจะซื้อบริการได้ ค่าสมัครก็จะประมาณ 800 บาทต่อปี เมื่อเราสมัครสมาชิกแล้ว ก็สามารถเลือกคนที่เราต้องการได้ โดยจะมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบเหมือนสินค้าแบ่งตามเกรด จะมี 3 โซนให้เลือก คือ วิโอพีเอ็มเบอร์ และวิโอพีเอ็มเบอร์ลือบบี้ ซึ่งสองโซนนี้ราคาค่อนข้างสูงเพราะ เจ้าของเว็บไซต์คัดมาแล้ว ส่วนโซนสุดท้ายคือโซนไซด์ไลน์ทั่วไป คือคนที่ยังไม่ได้รับการคัดเลือกจากเจ้าของเว็บไซต์ สำหรับในการขายบริการนี้แล้วก็ขึ้นอยู่กับหน้าตาถ้าหน้าตาสวยก็

แพงหน่อย ถ้าหน้าตาธรรมดาคาจะอีกระดับหนึ่ง และนอกจากนี้ยังมีการเหมาจ่ายเป็นเดือน ซึ่งราคาจะอยู่ที่ 20,000-30,000 บาทต่อเดือน ซึ่งในการเหมาจ่ายเป็นเดือนผู้ซื้อสามารถมีเพศสัมพันธ์กับผู้ขายได้ 8-10 ครั้งต่อเดือนเท่านั้น และก่อนการมีเพศสัมพันธ์ จะต้องมีการโทรนัดจองคิวล่วงหน้ากันก่อน ส่วนการจ่ายเงินก็มีหลายแบบ บางคนก็ให้โอนเงินเข้าบัญชี บางคนก็หลังจากเสร็จกิจแล้วค่อยจ่ายเงิน ซึ่งการบริการก็มักจะเป็นเช่นนี้เสมอ

#### 4. การที่วัยรุ่นชายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ตมาจากสาเหตุใด

สาเหตุของการขายบริการทางเพศของวัยรุ่นบนสื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่เห็นพ้องต้องกันว่า เกิดจากการที่เงินใช้จ่ายไม่พอ อยากริ่ได้อายกมีตามกระแสของวัยรุ่น เชื่อในวัตถุนิยม ความฟุ้งเฟ้อ การใช้สินค้าแบรนด์เนมราคาแพง โทรศัพท์มือถือรุ่นล่าสุด โน้ตบุ๊ก เป็นต้น หรืออาจจะมีปัญหาครอบครัวทางบ้านยากจน ต้องหารายได้มาจ่ายค่าเทอม นักศึกษามหาวิทยาลัยคนหนึ่งบอกว่ามีเพื่อนสนิทที่ขายบริการเพื่อหาเงินเลี้ยงแฟน รวมไปถึงอาการป่วยทางจิตของตัวเอง ต้องการเรียกร้องความสนใจ นอกจากนี้ยังมีสาเหตุมาจากการประชดชีวิตเนื่องจากเสียตัวให้กับแฟนแล้วถูกทอดทิ้ง จึงคิดว่าขายบริการทางเพศได้ทั้งเงินและความสนุกด้วย สิ่งที่น่าตกใจ คือ มีนักเรียนและนักศึกษาบางคนคิดว่าสาเหตุของการขายบริการทางเพศน่าจะเป็นการหารายได้ที่ง่าย สบาย และสนุก

*“ขายตัวทางอินเทอร์เน็ต หนูว่าก็ OK อะ งานสบายได้เงินง่ายๆ เพียงแค่เอาตัวแลกทั้งเสียทั้งมัน ไม่มีใครรู้ด้วย แถมเราก็มีสิทธิเลือกผู้ชาย หน้าจะเซ่เราก็ไม่เอาดิพี่”*

*“ความจริงก็ไม่แปลก ใครๆ ก็อยากได้เงินง่ายๆ ไหนไหนก็เคยเสียตัวมาแล้ว ขายตัวผ่านเน็ต รู้กันแค่นชื้อกับคนขาย”*

#### 5.วัยรุ่นที่ขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ต

กลัวติดเอดส์หรือโรคเพศสัมพันธ์หรือไม่ว่าไร รวมถึงอันตรายอันอาจจะโดนหลอก โดนล่อลวงไปข่มขืน หรือก่ออาชญากรรม และวัยรุ่นเหล่านี้จะรู้จักวิธีป้องกันตนเองจากโรคติดต่อและอันตรายหรือไม่/อย่างไร

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 48 คน ตอบเหมือนกันหมดทั้งชายและหญิงว่า แน่แน่นอนที่สุดวัยรุ่นที่ขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ตน่าจะกลัวติดโรคเอดส์และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ รวมถึงอันตรายจากผู้ซื้อบริการทางเพศ แต่เชื่อว่าผู้ขายบริการทางเพศจะรู้จักป้องกันตัวโดยสวมถุงยางอนามัย พกอาวุธติดตัวไปด้วย เช่น มีดพก สเปรย์พริกไทย จากการสัมภาษณ์นักเรียนมัธยมที่ขายบริการทางเพศ เธอตอบว่า *“กลัวลิพี่ กลัวมากด้วย วิธีป้องกันอันดับแรกต้องเลือกลูกค้า ต้องคุยกันทางโทรศัพท์หรือแชทผ่าน BB หรือ face book ก่อนเวลานัดเจอกันครั้งแรกๆ ก็จะพาเพื่อนไปรอที่โรงแรมด้วย แต่ถ้าเป็นขาประจำก็ไม่ต้อง ถุงยางต้องใส่แน่นอนแล้วอะ เขาก็กลัวเหมือนกันชิมะ แต่ไม่เคยเจอเรื่องร้ายๆ นะ เคยโดนเบี้ยวค่าตัวไม่จ่ายเงินตามสัญญาครั้งเดียวตั้งแต่ทำมา”*

#### 6. คิดอย่างไรต่อการขายบริการทางเพศของวัยรุ่นบนอินเทอร์เน็ต

เป็นคำตอบที่น่าสนใจมาก เพราะนักเรียนและนักศึกษาชายทั้งระดับมัธยม อาชีวศึกษา และมหาวิทยาลัย ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผู้ให้บริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ตด้วยกลับมีความเห็นสอดคล้องกันว่าวัยรุ่นหญิงที่ขายบริการบนอินเทอร์เน็ตผิดมากเป็นเรื่องน่าละอาย เสื่อมเสียเกียรติทั้งกับตนเอง เพื่อนฝูง และครอบครัว พวกตนไม่มีวันเอามาเป็นเมีย ที่ไปเที่ยวใช้บริการก็แค่เพื่อบำบัดความใคร่ ในขณะที่นักเรียนและนักศึกษาหญิงทั้งจากมัธยม อาชีวศึกษา และมหาวิทยาลัยส่วนหนึ่งเห็นว่าไม่เหมาะสม *“ผิดค่ะ ผิดชั่วร้ายอยู่แล้วไม่ใช่คนรัก ไม่ใช่แฟนกัน ไปนอนได้ยังไง”* แต่ก็มีเสียงค้านจากคนในกลุ่มที่ไม่เห็นด้วยจนเกิดเป็นวิวาทะโต้เถียงกัน *“แล้วที่*

ไปนอนกับแฟน ก็เสียตัวให้ผู้ชายเหมือนกัน แต่งก็ยังไม่ได้แต่ง รู้ได้ใจว่ามันจะมาเป็นผู้ในอนาคต ก็เสียตัวเหมือนกัน แยกกว่าอีกเสียตัวแล้วยังไม่ได้เงินอีก” “แต่อย่างน้อยก็ยังมีศักดิ์ศรี” “ศักดิ์ศรีแล้วใจกินได้อะเปล่า ไร้ก็เสียตัวเหมือนกัน” คำตอบที่สังคมไทยน่าจะตระหนัก คือ กว่าครึ่งของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นหญิงให้ความเห็นใจกับผู้หญิงที่ขายบริการทางเพศ และเห็นว่าเป็นสิทธิส่วนบุคคลไม่ใช่เรื่องผิดร้ายแรงอะไร ดังเช่น

“ถ้าเขาไม่เดือดร้อนจริงๆ คงไม่มาขายบริการหรอก”

“ขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ต เขาอุตสาหกรรมแล้ว ยังจะไปหาเรื่องอะไรกับเขาอีก แค่ขายตัวมันก็แย่อะแล้ว จะต้องไปประจานหรือจับผิดเขาทำไม”

“ผิดตรงไหน เดือดร้อนใคร หนูว่าเป็นสิทธิส่วนบุคคล เขาขายตัวก็ตัวของเขา”

“ขายบริการทางเพศไม่ได้ก่ออาชญากรรม ไม่ได้ฆ่าใคร ผิดตรงไหนเธอ”

และสุดท้ายความเห็นจากนักเรียนมัธยมที่ขายบริการคงจะเป็นบทสรุป “ถามว่าดีไหมกับการขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ต มันก็ไม่ดีหรอก แต่มันก็มีเหตุผล บางคนทำเพราะต้องส่งตัวเองเรียน เงินไม่พอใช้ เอาไปให้ที่บ้าน เอาไปช่วยแฟน โดยส่วนตัวหนูเงินก็ไม่พอใช้นะ เคยไม่มีเงินจ่ายค่าเทอมและค่าเช่าหอพัก เลยจำเป็นต้องขายบริการ พอได้เงินง่าย ตามเพื่อนด้วย เพื่อนมีโน่นมีนี่ มีโทรศัพท์ก็อยากได้ โทรศัพท์ อยากมีกระเป๋าหูลุส อยากได้นิตบู๊ต”

7.คิดว่าการขายบริการทางเพศของวัยรุ่นบนอินเทอร์เน็ตจะเกิดผลกระทบอย่างไร

ส่วนใหญ่ทั้งวัยรุ่นชายและหญิงตอบว่าการขายบริการทางเพศของวัยรุ่นบนอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องที่ผิดกฎหมายและผิดศีลธรรม แต่ก็เข้าใจในเรื่องเหตุผลส่วนตัวที่จำเป็นต้องทำในสิ่งๆนี้ของคนบางคน อย่างไรก็ตามผลกระทบจากการที่วัยรุ่นขายบริการทาง

เพศของวัยรุ่น เสียส่วนมากมีความคิดเห็นว่ามันจะเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสังคม ทำให้สังคมเสื่อมโทรมและส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของตนเอง สถาบันการศึกษาที่ตนเองเรียน รวมถึงครอบครัวด้วย และในระยะยาวอาจเกิดเป็นค่านิยมใหม่ของวัยรุ่นที่คิดว่าการขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ตไม่ใช่เรื่องเสียหาย สังคมยอมรับ และถือเป็นอาชีพหนึ่งในการหารายได้

8.แนวทางในการป้องกันการขายบริการทางเพศของวัยรุ่นบนอินเทอร์เน็ตควรทำอย่างไร ใครเกี่ยวข้องบ้างและใครควรเป็นผู้รับผิดชอบ และควรดำเนินการอย่างไร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า การป้องกันการขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นที่ดีที่สุดควรเริ่มที่ครอบครัวมากกว่า ถ้าครอบครัวเลี้ยงดูเด็กมาอย่างดีให้ความใกล้ชิดเอาใจใส่และคอยให้คำแนะนำช่วยแก้ไข ปัญหาให้กับลูกหลาน ที่น่าสนใจนักศึกษาชายมหาวิทยาลัยคนหนึ่งให้ความเห็นว่า “อย่าคิดว่าเมื่อเด็กโตจนเข้าเรียนมหาวิทยาลัยแล้วเด็กจะคิดเองได้ บางครั้งปัญหาหรือ ข้อบกพร่องที่วัยรุ่นเองยังหวังพึ่งพ่อแม่ที่จะให้คำปรึกษาได้ สำคัญแต่ว่าพ่อกับแม่จะทำตัวให้เป็นที่ปรึกษาได้หรือไม่ อย่าเริ่มด้วยการด่าก่อน วัยรุ่นซึ่งเลยไม่ปรึกษาดีกว่า”

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังเสนอให้มีมาตรการป้องกันที่เข้มงวดในเรื่องของการควบคุมดูแลเว็บไซต์ให้มากกว่านี้ ควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาดูแล เช่น กระทรวง ICT ดูแลในเรื่องของการเปิดเว็บไซต์ การเพิ่มโทษทางกฎหมายให้หนักขึ้นมากกว่าเดิม หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามาดำเนินการปราบปรามอย่างจริงจัง สุดท้ายมีนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยคนหนึ่งให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์มากซึ่งน่าจะเป็นบทสรุปของการป้องกันการขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ตได้ดีที่สุด

“ไม่ว่าจะเป็นผู้ชายหรือผู้ที่กำลังคิดที่จะขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ต ขอให้คิดให้ดี ๆ

ก่อน สิ่งที่ได้มากับสิ่งที่เสียไปมันอาจไม่คุ้มค่ากัน มันมีวิธีหาเงินได้มากกว่านี้ และไม่เสียหายกับตัวเองและครอบครัว หยุดคิดสักนิดก่อนที่จะตัดสินใจทำสำหรับผู้ซื้อโดยเฉพาะพวกผู้ชาย ถ้าอยากได้เมียดีๆที่จะมาเป็นแม่ของลูกก็ต้องหยุดซื้อบริการได้แล้ว คุณจะรู้ได้ยังไงว่าวันหนึ่งเมียที่คุณแต่งอาจจะเคยขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ตมาก่อนเมื่อตอนที่ยังเป็นวัยรุ่นอยู่”

**ผลการวิจัยเชิงปริมาณ** จากแบบสอบถามวัยรุ่นไทยจำนวน 612 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถเป็นตัวแทนของวัยรุ่นไทยในกรุงเทพมหานครได้ ผลการวิจัยเชิงปริมาณ สรุปสาระสำคัญดังนี้

#### **ภูมิหลังและการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง**

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นวัยรุ่นหญิงและชายในอัตราส่วนใกล้เคียงกันคือ หญิง 309 คน และชาย 303 คน มีอายุระหว่าง 15 – 21 ปี ศึกษาอยู่ระดับมัธยมศึกษา 204 คน อาชีวศึกษา 200 คน และมหาวิทยาลัย 208 คน พ่อแม่หรือผู้ปกครองส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้างทั่วไปร้อยละ 24.20 ค่าขายร้อยละ 23.60 รับราชการร้อยละ 22.20 และเป็นพนักงานธุรกิจเอกชนร้อยละ 11.40 ตามลำดับ มากกว่าครึ่งหนึ่งอาศัยอยู่กับทั้งพ่อและแม่ อยู่หอพักหรืออพาร์ทเมนต์คนเดียวร้อยละ 7.60 และอยู่กับแฟนร้อยละ 3.60 ส่วนใหญ่มีฐานะพออยู่ได้ร้อยละ 64.60 และฐานะมีอันจะกินร้อยละ 30.06

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าอินเทอร์เน็ตเพื่อสนทนา (แชต) หรือส่งข้อความ MSM เป็นอันดับหนึ่ง ลองลงมาดูหนังฟังเพลง โหลดหนัง เล่นเกมส์ เข้า Youtube และ ดูข่าวบันเทิง มีผู้ตอบแบบสอบถามเพียงร้อยละ 15 ที่เข้าเว็บไซต์ การเข้าเว็บไซต์ส่วนใหญ่เข้าเพื่อโหลดคลิป โหลดภาพ และข้อมูลข่าวสารทางเพศสัมพันธ์ ร้อยละ 5 ของกลุ่มตัวอย่างที่เติมเงินเพื่อใช้

บริการเว็บไซต์ ส่วนใหญ่ใช้บริการครั้งละ 20 -100 บาท แต่มีมากที่สุดถึง 1,000 บาท กว่าครึ่งหนึ่งไม่ค่อยได้อ่านประกาศการขายบริการทางผู้ใหญ่ในเว็บไซต์ และที่อ่านก็อ่านพอผ่าน ๆ ผู้ที่มีบทบาทแนะนำให้เข้าเว็บไซต์ได้แก่ เพื่อนและหาอ่านจากกระทู้ในเว็บไซต์เอง รวมถึงได้รับการแนะนำจากนิตยสาร และสื่ออื่น ๆ สำหรับเชื้อชาตินางแบบและนายแบบที่กระตุ้นความสนใจในการดูเว็บไซต์การขายบริการทางเพศมากที่สุด คือ ญี่ปุ่นและเกาหลี ฝรั่งเศส และไทย ส่วนองค์ประกอบที่ดึงดูดในการเปิดชมและต้องการใช้บริการทางเพศบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด ได้แก่ หน้าตา รูปร่าง และภาพรวมของเว็บไซต์ โดยเฉลี่ยแล้วกลุ่มตัวอย่างจะเข้าใช้บริการเว็บไซต์ครั้งละประมาณครึ่งชั่วโมง และมีความถี่ในการเข้าชมประมาณ 4 ครั้งต่อสัปดาห์ วัยรุ่นชายเข้าชมเว็บไซต์มากกว่าหญิง และวัยรุ่นที่มีฐานะค่อนข้างลำบากจะเข้าชมเว็บไซต์มากกว่าผู้ที่ฐานะพออยู่ได้และมีอันจะกิน ในขณะที่วัยรุ่นชายจะมีพฤติกรรมในการโหลดคลิปโป๊ และโหลดภาพโป๊มากกว่าหญิง แต่การศึกษาและฐานะทางเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่างไม่มีผลต่อการเปิดรับเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต

#### **ทัศนคติของวัยรุ่นไทยต่อเว็บไซต์การขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ต**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับเว็บไซต์การขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ตจะต้องเน้นที่หน้าตา รูปร่าง และข้อความเชิญชวนให้ใช้บริการที่เร้าใจ ซึ่งภาพของนางแบบที่ขายบริการควรจะต้องสวยกว่าตัวจริง นอกจากนี้ร้อยละ 38.60 ของกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า การเข้าไปแชต หรือสนทนาในห้องต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ตมีโอกาสนำไปสู่การขายหรือซื้อบริการทางเพศได้ ร้อยละ 30.60 เชื่อว่าการขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ตจะน่าสนใจหากมีการเชิญชวนผ่านทาง Face book ร้อยละ 27.00 เห็นว่าการขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ตจะน่าสนใจมากยิ่งขึ้นหากมีการส่งผ่านต่ออีเมลต่างๆ โดยเฉพาะของลูกค้ำกลุ่มเป้าหมาย



ในด้านการขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เกินกว่าร้อยละ 30.00 เห็นว่าการโพสต์รูป ข้อความเชิญชวน ความน่าสนใจของโฆษณาที่แฉงมากับเว็บไซต์ กระตุ้นการขายบริการในเว็บบล็อกโฆษณาหนึ่งปี และสินค้าบริการทางเพศ จะทำให้คนสนใจมากยิ่งขึ้น และจะมาใช้บริการ หรือขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ตต่อไป

### **ทัศนคติของวัยรุ่นไทยต่อพฤติกรรมกรรมกรรมมีเพศสัมพันธ์ และการขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ต**

ผลการวิจัยเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่าง 612 คน พบว่า วัยรุ่นไทยปัจจุบันไม่ท่วงหรือหวงตัวเหมือนแต่ก่อน กว่าครึ่งของวัยรุ่นไทยร้อยละ 53.10 ตอบว่าเพื่อนสนิทหรือเพื่อนร่วมชั้นเรียน มีเพศสัมพันธ์ในวัยเรียน และส่วนใหญ่ร้อยละ 71.50 เห็นว่าการมีเพศสัมพันธ์ในระหว่างเรียนเป็นเรื่องปกติยอมรับได้ อย่างไรก็ตามภายหลังการมีเพศสัมพันธ์วัยรุ่นชายมีความกังวลเรื่องโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์มากกว่าวัยรุ่นหญิง ในขณะที่วัยรุ่นหญิงมีความกังวลเรื่องการตั้งครรภ์มากกว่าวัยรุ่นชาย เมื่อเปรียบเทียบกับความสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามว่า กลุ่มเพื่อนสนิทมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีเพศสัมพันธ์กับเพื่อนสนิทมีเพศสัมพันธ์พบว่า ผู้ที่ตอบว่าเพื่อนสนิทมีอิทธิพลและมีเพศสัมพันธ์อย่างแน่นอนประมาณร้อยละ 30.2 และมีการตัดสินใจมีเพศสัมพันธ์ด้วยตนเองร้อยละ 23.0

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมกรรมขายบริการทางเพศจะมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความกังวลเรื่องโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ แต่มีความสัมพันธ์ในทางลบกับความกังวลเรื่องการตั้งครรภ์และการถูกดำเนิน อาจเป็นเพราะการขายบริการทางเพศมีการป้องกันในระดับหนึ่งจึงไม่มีความกังวลเรื่องการตั้งครรภ์ แต่อาจจะเกิดความผิดพลาดที่จะนำไปสู่โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์

ในขณะที่พฤติกรรมกรรมกรรมมีเพศสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ในทางลบกับความกังวลเรื่องโรคติดต่อทางเพศ

สัมพันธ์แต่กลับมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตั้งครรภ์และการถูกดำเนิน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกรรมกรรมมีเพศสัมพันธ์กับคนรักที่มีเพศสัมพันธ์มีความไว้วางใจในคนรักจึงไม่กังวลเรื่องโรคติดต่อแต่กลับกังวลเรื่องการตั้งครรภ์และการถูกดำเนิน สะท้อนให้เห็นการไม่ได้ป้องกันในระหว่างกรรมกรรมมีเพศสัมพันธ์

นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อว่าวัยรุ่นไทย 10 คน ใน 100 คน เคยขายหรือมีแนวโน้มที่จะขายบริการทางเพศบนสื่ออินเทอร์เน็ต จากแบบสอบถามพบว่าร้อยละ 11.30 เชื่อว่ามีเพื่อนร่วมชั้นเรียนจำนวนพอสมควรขายบริการทางเพศบนสื่ออินเทอร์เน็ต ร้อยละ 14.70 เชื่อว่ามีแนวโน้มที่จะขายบริการทางเพศ และร้อยละ 10.80 เชื่อว่าเพื่อนสนิทของตนเองขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ต เมื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเพื่อนสนิทมีอิทธิพลต่อการค้าบริการทางเพศกับเพื่อนสนิทขายบริการทางเพศพบว่าผู้ที่ตอบว่าเพื่อนสนิทมีอิทธิพลต่อการค้าบริการทางเพศจะมีเพื่อนสนิทกำลังขายบริการทางเพศอย่างแน่นอนประมาณร้อยละ 1 และมีแนวโน้มอีกประมาณร้อยละ 5.4

ในส่วนของการใช้บริการทางเพศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่จะเป็นนักเรียนและนักศึกษาชายเกือบทั้งหมด ซึ่งพบว่าประมาณร้อยละ 20 เคยซื้อและใช้บริการทางเพศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตแล้ว สำหรับเหตุผลในการขายบริการทางเพศบนสื่ออินเทอร์เน็ตมาจากปัญหาทางการเงิน แรงจูงใจจากการต้องการใช้สินค้าแบรนด์เนมที่มีราคาแพง และการชักจูงจากเพื่อนหรือแรงจูงใจจากการที่เห็นเพื่อนขายบริการและมีเงินใช้จ่ายสะดวกสบาย ประเด็นที่น่าสนใจคือ วัยรุ่นไทยยุคใหม่ ร้อยละ 50.80 เห็นว่าการขายบริการทางเพศเป็นสิทธิส่วนบุคคลร้อยละ 50.50 คิดว่าการขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ตเป็นความพอใจของทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย โดยที่ไม่ควรจะต้องถูกประณามเพราะไม่ใช่อาชญากรรม ร้อยละ 45.50 เห็นว่าการขายบริการทางเพศเกิดขึ้นได้เมื่อผู้ชายพอใจ ร้อยละ 44.70 เห็นว่าการมีเพศสัมพันธ์เกิดขึ้นได้ถ้าพอใจ และร้อยละ 34.40 เห็นว่าพฤติกรรม

การมีคู่หลายคนหรือสวิงกิ้งเป็นเรื่องน่าตื่นเต้น

เมื่อหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการมีเพศสัมพันธ์ และการขายบริการทางเพศพบว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกกล่าวคือ ยังมีประสบการณ์เพศสัมพันธ์มากก็ยังมีแนวโน้มจะขายบริการทางเพศมาก ( $p < .01, R = .182$ ) ซึ่งเมื่อนำไปพิจารณาค่าสหสัมพันธ์ร่วมกับปัญหาทางการเงิน พฤติกรรมการใช้ของแพง และแรงจูงใจด้านการเงินพบว่า มีความสัมพันธ์อย่างเข้มข้นกว่ามาก ( $R = .442, .453$  และ  $.384$  ตามลำดับ) และเมื่อนำความคิดเห็นต่อพฤติกรรมเพศสัมพันธ์มาพิจารณาร่วมด้วย พบว่าการขายบริการทางเพศเป็นเพราะรู้สึกว่าการมีประสบการณ์ทางเพศเป็นสิ่งประทับใจสามารถอธิบายความแปรผันได้ร้อยละ 25.9 และเมื่อนำทัศนคติว่าด้วยการมีเพศสัมพันธ์ไม่ใช่เรื่องเสียหายก็จะอธิบายความแปรผันได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 28.5 นอกจากนี้เมื่อนำความรู้สึกตื่นเต้นเมื่อมีคู่มากกว่าหนึ่งคนมาพิจารณาร่วมด้วยจะยิ่งอธิบายความแปรผันได้ถึงร้อยละ 29.8

เมื่อวิเคราะห์การถดถอยพบว่าความคิดเห็นที่ส่งผลต่อการขายบริการทางเพศมากที่สุดคือ ความจำเป็นที่จะต้องขายบริการทางเพศสามารถอธิบายความแปรผันได้ถึง 37.1 และเมื่อนำอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนมาพิจารณาร่วมด้วยจะยิ่งอธิบายความแปรผันได้ถึงร้อยละ 39.7

หากนำความคิดเห็นต่อพฤติกรรมเพศสัมพันธ์มาพิจารณาร่วมด้วยการขายบริการทางเพศเป็นเพราะรู้สึกว่าการมีประสบการณ์ทางเพศเป็นสิ่งประทับใจซึ่งอธิบายความแปรผันได้ร้อยละ 25.9 และเมื่อนำทัศนคติว่าด้วยการมีเพศสัมพันธ์ไม่ใช่เรื่องเสียหายก็จะอธิบายความแปรผันได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 28.5 นอกจากนี้เมื่อนำความรู้สึกตื่นเต้นเมื่อมีคู่มากกว่าหนึ่งคนมาพิจารณาร่วมด้วยจะยิ่งอธิบายความแปรผันได้ร้อยละ 29.8

## อภิปรายผลการวิจัย

ข้อมูลที่พบจากการวิจัย “วัยรุ่นไทยกับการขายบริการทางเพศบนสื่ออินเทอร์เน็ต” สาเหตุแห่งการ

ขายบริการของวัยรุ่นหญิงนั้นมีหลากหลาย ซึ่งสามารถสรุปวิเคราะห์ถึงเงื่อนไขและอิทธิพลสำคัญที่เกิดขึ้นและดำรงอยู่ในวัยรุ่นไทยโดยเฉพาะวัยรุ่นหญิงที่ต้องขายบริการทางเพศบนสื่ออินเทอร์เน็ตมีอยู่ 2 ประการหลักตามแนวคิด Precede Framework ย่อมาจาก Predisposing Reinforcing and Enabling Caused in Educational Diagnosis and Evaluation ของสำเนียงผาติบุตร (2542, หน้า 11-13) ซึ่งเป็นแนวคิดที่พัฒนารูปแบบมาจากทฤษฎีสองปัจจัยของ Herberg's Two Factors อภิปรายผลได้ดังนี้

**ปัจจัยนำ หรือ ปัจจัยภายใน** เป็นคุณลักษณะของแต่ละบุคคลที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจกระทำหรือไม่กระทำ ประกอบด้วย ความรู้ ทัศนคติ ค่านิยม การรับรู้ แรงกดดันทางด้านจิตใจ กระบวนการคิด และความต้องการของวัยรุ่นที่มีความต้องการทางเพศ ความสนุก ความตื่นเต้น ความแปลกใหม่ อยากรู้อยากลอง จากการศึกษาพบว่า ภูมิหลังของนักเรียน นักศึกษาที่มีเพื่อนขายบริการทางเพศ หรือตนเองมีแนวโน้มจะขายบริการทางเพศ หรือมีความคิดว่าการขายบริการทางเพศบนสื่ออินเทอร์เน็ตไม่ได้เป็นสิ่งที่ผิด มักจะมาจากครอบครัวที่แตกแยก หย่าร้าง และพักอาศัยอยู่คนเดียว หรืออยู่กับแฟน ทำให้วัยรุ่นเหล่านี้ขาดที่พึ่ง ขาดที่ปรึกษา ขาดการดูแลเอาใจใส่จากครอบครัว และมีความกดดันสูงต้องตัดสินใจด้วยตนเองในภาวะที่ยังไม่พร้อม จะรับผิดชอบ กลายเป็นแรงกดดันให้ชอบเที่ยวเตร่ ติดเพื่อน และนำไปสู่การเสพยา มั่วเซ็กซ์ และขายบริการทางเพศในที่สุดเมื่อเสียตัวไปแล้วจึงไม่แคร์กับคุณค่าทางเพศของตนเองอีกต่อไป

หากพิจารณาด้วยทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของฟรอยด์ เมื่อวัยรุ่นเหล่านี้เปิดรับสื่อลามกและเผชิญเหตุการณ์เชิงชวน และมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการขายบริการทางเพศ เช่นพักอาศัยอยู่คนเดียว หรืออยู่กับแฟนมีประสบการณ์เพศสัมพันธ์แล้ว เมื่อมีสิ่งเร้ามากระตุ้นให้เกิดความต้องการทางเพศ จิตใจของเราจะเกิดความขัดแย้งขึ้นมา 2 ทาง คือ การเลือกที่จะแสดงใน

พฤติกรรมออกมาในทางที่ถูกหรือทางที่ผิด ถ้าบุคคลไม่มีภาวะจิตใจก่อนไปทาง superego ต่ำกว่า id และ ego บุคคลนั้นจะเลือกแสดงพฤติกรรมที่มีแนวโน้มไปในการเบี่ยงเบนได้โดยเฉพาะพฤติกรรมการขายบริการทางเพศ เนื่องจากความต้องการทางเพศ ความอยากรู้อยากลอง และสื่อลามกซึ่งเป็นสิ่งเร้าเป็นตัวล่อใจอยู่แล้ว

นอกจากนี้ผลจากการวิจัยพบว่าวัยรุ่นทั้งหมดร้อยละ 100 รับรู้เรื่องเพศสัมพันธ์จากการเปิดรับสื่อลามกทางอินเทอร์เน็ต และเชื่อว่าการขายบริการทางเพศบนสื่ออินเทอร์เน็ตมีจริงในสังคมไทย กอปรกับทัศนคติของวัยรุ่นเกี่ยวกับการขายบริการทางเพศบนสื่ออินเทอร์เน็ตที่คิดว่า เป็นงานสนุก มีความสุข ได้เงินง่าย ผลตอบแทนสูง มีสิทธิในการเลือกคู่นอน และเป็นความลับระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายบริการทางเพศ ไม่ใช่สิ่งผิดหรือเสียหายเป็นสิทธิส่วนบุคคล จึงทำผลวิจัยพบว่าวัยรุ่นกว่าร้อยละ 10 ขายบริการหรือมีแนวโน้มจะขายบริการทางเพศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

ประเด็นที่น่าสนใจจากผลการวิจัยของกลุ่มวัยรุ่นที่รู้สึกว่าคุณค่าตัวเองต่ำต่อกว่าเพื่อนจะหาสิ่งชดเชย เช่น ฐานะที่แตกต่างจากเพื่อน หรือไม่ได้รับการยอมรับจากเพศตรงข้าม แล้วคิดว่าไฉนๆ ก็ไม่ดีแล้ว ถ้าขายบริการทางเพศเพิ่มขึ้นก็คงไม่เลวมากไปกว่าเดิม กับกลุ่มวัยรุ่นที่สูญเสียความมั่นใจในตัวเอง กลุ่มนี้มักเกิดจากการอกหักหรือถูกทอดทิ้ง ซึ่งจะเข้าสู่วงจรการขายบริการทางเพศได้ 2 ทาง คือ วัยรุ่นส่วนหนึ่งจะหันไปเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนที่เที่ยวกลางคืนแล้วเสียตัวในที่สุด วัยรุ่นอีกส่วนหนึ่งจะประชดชีวิตพึ่งเหล้า ยาเสพติด จนขาดสติและมีเพศสัมพันธ์แบบไม่ได้ตั้งใจ เลยตามเลย นำไปสู่ค่านิยมสลับคู่สลับกลุ่ม หรือ ที่เรียกว่า “สวิงกิ้ง” ซึ่งจากผลการวิจัยวัยรุ่นกว่าร้อยละ 34 เห็นว่ากิจกรรมดังกล่าวเป็นเรื่องน่าตื่นเต้น

**ปัจจัยเอื้อ หรือ ปัจจัยภายนอก** เป็นสิ่งจูงใจจากภายนอก หรืออิทธิพลจากภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจและการกระทำของบุคคล ได้แก่ การได้รับความสำเร็จ การได้รับการยกย่อง การมีเงินใช้เพื่อสร้างสิ่งที่ให้

ความพึงพอใจแก่ภาพลักษณ์ของความเป็นอยู่เพื่อการดำรงชีวิต หรือเพื่อหน้าตาในสังคม สภาพแวดล้อมสื่อต่างๆ ที่เป็นสิ่งเร้ากระตุ้นให้เกิดความอยาก ความต้องการ ความหลงใหลในวัตถุนิยมอยากใช้ของฟุ้งเฟ้อตามแฟชั่น การแพร่ระบาดของวัฒนธรรมเรื่องเพศจากแนวคิดแบบตะวันตกจากการ์ตูนหรือภาพยนตร์ญี่ปุ่นและเกาหลี เช่น ต้องยอมเสียตัวเพื่อความทรงจำครั้งแรกกับคนที่ตนรัก มีเซ็กส์กับคนแปลกหน้าที่พบจากเน็ตหรือจากการแชตออนไลน์ รวมถึงค่านิยมแบบนอนกันแค่นอนเดียวฟุ้งนี้ก็จากไป (one night stand) การละทิ้งวัฒนธรรมไทยที่ดั้งเดิมและการเปิดรับวัฒนธรรมจากต่างชาติอย่างเสรี รวมถึงอิทธิพลของเพื่อนที่มีมากโดยเฉพาะในวัยรุ่น ซึ่งผลจากการวิจัยพบว่าสาเหตุสำคัญที่ทำให้วัยรุ่นขายบริการทางเพศ เป็นเพราะต้องการเงินไปใช้จ่ายทั้งในเรื่องจำเป็นและไม่จำเป็น ต้องการหาเงินได้มากได้เร็วโดยไม่ต้องทำงานหนัก ความฟุ้งเฟ้อ ฟุ่มเฟือย ใช้สิ่งของราคาแพง เลียนแบบเพื่อน ตามแฟชั่น และซิงดีซิงเด้นในกลุ่มเพื่อน ฯลฯ ค่านิยมของวัยรุ่นที่เปลี่ยนแปลงไปในเรื่องการมีเพศสัมพันธ์ในวัยเรียนที่กลายเป็นเรื่องธรรมดาและยอมรับได้ ซึ่งกว่าร้อยละ 71 ของวัยรุ่นยอมรับได้ รวมถึงร้อยละ 53 ของวัยรุ่นยอมรับว่าเพื่อนของตนในชั้นเรียนมีเพศสัมพันธ์แล้ว

จากผลการวิจัยประเด็นที่น่าสนใจพบว่า นอกจากปัจจัยภายนอกอันได้แก่ เงิน ความฟุ้งเฟ้อ ที่มีผลต่อการขายบริการทางเพศ กลุ่มเพื่อนก็มีอิทธิพลอย่างมากในการขายบริการทางเพศเช่นกัน ทฤษฎีการคบสมาคมที่แตกต่าง (Differential Association Theory) ของ Sutherland (1982, p. 492) กล่าวว่าโดยธรรมชาติของมนุษย์ บุคคลจะโดดเดี่ยวขาดเพื่อนไม่ได้ เพื่อนเป็นบุคคลที่รักใคร่สนิทสนมเป็นผู้คอยปลอบประโลมใจ เป็นเสมือนที่ปรับทุกข์ยามสับสน เพื่อนจึงมีความสำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลอย่างมาก ในบรรดาเพื่อนก็มีทั้งเพื่อนกิน เพื่อนเที่ยว เพื่อนแท้ เพื่อนทางใจ เพื่อนตาย และเพื่อนปอกลูก เป็นต้น เพื่อนจึงมีอิทธิพลอย่างมากในการชักจูง เช่น ชักจูงให้

ทำงานสบาย ได้เงินมาก ใช้เวลาน้อย ไม่ต้องลงทุน เพื่อนที่ขายบริการทางเพศหรือมีแนวโน้มจะขายบริการทางเพศจึงมีผลในการเชิญชวนให้วัยรุ่นขายบริการทางเพศตามตนเอง ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุพบว่ากลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อการขายบริการทางเพศแปรผันได้ถึงร้อยละ 39.7

สำหรับปัจจัยที่ทำให้วัยรุ่นหญิงเลือกขายบริการทางเพศโดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการขายบริการนั้น สาเหตุหลักเพราะเชื่อว่าเป็นวิธีที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว ทำได้ทุกที่ ทุกเวลา เป็นความลับ ไม่ต้องไปขายบริการตามสถานบริการต่างๆ ไม่ต้องไปตระเวนหาลูกค้าเอง เป็นวิธีที่ถูกคำติตต่อโดยตรงไม่ต้องผ่านเอเยนต์ ไม่ถูกหักหัวคิว ได้ราคาดีกว่าการขายบริการผ่านช่องทางอื่น สอดคล้องกับทฤษฎี Uses and Gratification ของ Katz, Blumler, and Gurevitch (1974) ที่ว่า มนุษย์เลือกใช้ประโยชน์จากสื่อและเลือกใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการหรือความพึงพอใจของตนเอง เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันไป จึงทำให้แต่ละคนใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจต่างกันออกไป วัยรุ่นใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อสนองต่อความต้องการทางเพศ ความพึงพอใจจากเนื้อหาเรื่องเพศแล้ว วัยรุ่นยังสามารถนำสื่อมาใช้เป็นเครื่องมือในการหารายได้โดยการขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ตได้อีกด้วย

## ข้อเสนอแนะ

ปัญหาของวัยรุ่นไทยกับการขายบริการทางเพศบนสื่ออินเทอร์เน็ตไม่อาจจะแก้ไขได้ด้วยการรับรู้รับทราบเพียงอย่างเดียว เพราะปัญหาดังกล่าวไม่ได้ลดน้อยถอยลงจากการเป็นข่าว ปัญหาอันหนึ่งลึกเสียจนเราทุกคนในสังคมต้องกระโดดลงไปหามันเสมือนเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของเรา เพื่อนำเอาความจริงออกมาตีแผ่ทุกสถานที ทุกเรื่องทุกราว คือ ภาพเหตุการณ์จริงที่เกิดขึ้นในสังคมไทยวันนี้ บางคนอาจจะช็อก บ้างไม่เชื่อ เพราะบางสิ่งมันอยู่นอกเหนือจากการรับรู้รับทราบมาก่อน

จากผลการวิจัยกลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่ได้ให้ข้อเสนอแนะว่าการป้องกันการขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นที่ดีที่สุดควรเริ่มที่ครอบครัวมากกว่า ถ้าครอบครัวเลี้ยงดูเด็กมาอย่างดีให้ความใกล้ชิดเอาใจใส่และคอยให้คำแนะนำช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกหลาน นอกจากนั้นกลุ่มตัวอย่างยังเสนอให้มีมาตรการป้องกันที่เข้มงวดในเรื่องของการควบคุมดูแลเว็บไซต์ให้มากกว่านี้ ควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาดูแล เช่น กระทรวง ICT ดูแลในเรื่องของการเปิดเว็บไซต์ การเพิ่มโทษทางกฎหมายให้หนักขึ้นมากกว่าเดิม หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามาดำเนินการปราบปรามอย่างจริงจัง นักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยคนหนึ่งให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์มากซึ่งน่าจะเป็นบทสรุปของการป้องกันการขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ตได้ดีที่สุด

“ไม่ว่าจะเป็นผู้ชายหรือผู้ที่กำลังคิดที่จะขายบริการทางเพศบนสื่ออินเทอร์เน็ต ขอให้คิดให้ดีๆ ก่อน สิ่งที่ได้มากับสิ่งที่เสียไปมันอาจไม่คุ้มค่างัน มันมีวิธีหาเงินได้มากกว่านี้ และไม่เสียหายกับตัวเองและครอบครัว หยุดคิดสักนิดก่อนที่จะตัดสินใจทำ สำหรับผู้ชายโดยเฉพาะพวกผู้ชาย ถ้าอยากได้เมียดีๆ ที่จะมาเป็นแม่ของลูกก็ต้องหยุดซื้อบริการได้แล้ว คุณจะรู้ได้ยังไงว่าวันหนึ่งเมียที่คุณแต่งอาจจะเคยขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ตมาก่อนเมื่อตอนที่ยังเป็นวัยรุ่นอยู่”

สำหรับผู้วิจัยคิดว่าการแก้ไขปัญหาการขายบริการทางเพศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนของสังคม ประกอบด้วย

## ระดับนโยบาย

รัฐบาลต้องกระจายรายได้ให้ทั่วถึงอย่างเป็นรูปธรรม เพราะเมื่อทุกคนมีรายได้เพียงพอก็คังไม่มีใครอยากขายบริการทางเพศ มีนโยบายชัดเจนในการปราบปรามสื่อลามก ควบคุมเว็บไซต์ที่มีการแพร่ภาพสื่อ

ลามกและเป็นช่องทางในการขายบริการทางเพศอย่างจริงจัง หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามาจัดการอย่างเข้มงวด รมรณรงค์ให้มีความสำคัญเรื่องครอบครัว ความรัก ความอบอุ่น และวัฒนธรรม ประเพณีไทยอันงดงาม โดยเฉพาะในเรื่องของการรักนวลสงวนตัวของผู้หญิง รมรณรงค์ลดความฟุ้งเฟ้อ ฟุ่มเฟือย และค่านิยม บริโภคนิยม วัตถุนิยม เลิกส่งเสริมสนับสนุนคนที่ประสบความสำเร็จโดยวัดจากวัตถุหรือเงินโดยเด็ดขาด แต่ให้ยกย่องและส่งเสริมจากคุณงามความดี เพราะการส่งเสริมและสนับสนุนคนที่ประสบความสำเร็จโดยวัดจากความมั่งมี การมีเงินทองและใช้ของแพง สะท้อนให้เห็นถึงความตกต่ำทางจิตใจอย่างแรงของสังคมไทย เป็นแบบอย่างและสร้างความเข้าใจผิดให้แก่เยาวชนในปัจจุบัน

#### บทบาทของแต่ละสถาบัน

1) **สถาบันครอบครัว** ครอบครัวเป็นสถาบันหลักที่ใกล้ชิดและผูกพันกันทางอารมณ์และจิตใจ มีการดำเนินชีวิตร่วมกัน พ่อแม่ผู้ปกครองต้องเป็นตัวอย่างที่ดี ให้ความรู้เรื่องเพศอย่างถูกต้อง มอบความรัก ความอบอุ่น ปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีให้กับเด็ก ผู้ปกครองควรศึกษาหาความรู้เพื่อให้ก้าวทันเทคโนโลยีและวิทยาการสมัยใหม่ เพื่อสามารถเฝ้าระวังและติดตามความเคลื่อนไหวของบุตรหลานได้ สร้างความไว้วางใจให้กับลูก กล่าวพูดคุยกับลูกเรื่องเพศ หาโอกาสและวัยที่เหมาะสมแนะนำทางทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องทางเพศ เช่น การใช้ถุงยางอนามัยของเพศชาย การคุมกำเนิด หรือความรู้เรื่องโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ เมื่อพบว่าลูกดูสื่อลามก ให้คุยอย่างเข้าใจและใจเย็น มีเหตุผล อธิบายให้เข้าใจว่าเป็นเรื่องธรรมชาติ แนะนำผลเสียของการเปิดรับสื่อลามก สอนเด็กให้รู้จักการเรียนรู้ที่จะเลือกบริโภคสื่อ การระมัดระวังตัวเองเพื่อให้รู้ทันคน รู้ทันสื่อ ดูแลการใช้อินเทอร์เน็ตของลูกๆ หาโอกาสเข้าไปร่วมกิจกรรมกับลูก พ่อแม่ควรใกล้ชิดกับลูกตั้งแต่เยาว์วัย พูดคุยและทำความเข้าใจกันให้มาก ระวังฟังในสิ่งที่ลูกอยากพูด เปิดใจกับลูกในทุกเรื่อง แนะนำให้เลือกอ่านหนังสือที่เหมาะสมกับวัย

2) **สถาบันการศึกษา** สถาบันการศึกษาควรจัดการเรียนการสอนที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศศึกษาที่เหมาะสมในทุกระดับชั้น จัดทำจัดทำตำราเรียนเกี่ยวกับเรื่องเพศศึกษาที่เหมาะสมกับวัย ครู/อาจารย์/สถาบันการศึกษา ควรสอดส่องดูแลสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนและใกล้เคียงว่ามีการเผยแพร่สื่อลามกหรือไม่ สอนให้เด็กรู้ถึงปัญหาของการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันสมควร ให้เรียนรู้และเข้าใจว่าการศึกษาเรื่องเพศสัมพันธ์ เป็นวิธีการป้องกัน ไม่ใช่เพื่อการปฏิบัติหรือทดลอง

3) **สถาบันสังคม** สังคมควรเปลี่ยนทัศนคติเรื่องสื่อลามกว่าเป็นเรื่องน่าอับอาย ต้องปกปิด สร้างทัศนคติที่ถูกต้องเกี่ยวกับเรื่องเพศว่าเป็นเรื่องธรรมชาติ และสอนให้เยาวชนเข้าใจถึงความเหมาะสม ถูกต้อง รมรณรงค์ความดีงามของวัฒนธรรมไทยในสังคม ควรจัดตั้งชมรมหรือสมาคมต่อต้านสื่อลามกและการขายบริการทางเพศเพื่อร่วมมือเฝ้าระวังการเผยแพร่หลายของสื่อ

4) **สถาบันกฎหมาย** เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการบังคับใช้กฎหมายเข้มงวดในการปราบปราม จับกุม และดำเนินการตามกฎหมายอย่างถึงที่สุด ปรับปรุงบทการลงโทษทางกฎหมายให้รุนแรงมากยิ่งขึ้น ทำให้กฎหมายมีความศักดิ์สิทธิ์มากยิ่งขึ้น สร้างเครือข่ายที่กว้างขวางและชี้เบาะแสให้กับเจ้าหน้าที่ และที่สำคัญมีมาตรการปราบปรามเว็บไซต์ที่เผยแพร่หรือเป็นช่องทางในการขายบริการทางเพศ

5) **สถาบันสื่อมวลชน** ต้องมีจริยธรรม จรรยาบรรณ มีมาตรการในการควบคุมสื่อด้วยกันเพื่อไม่ให้มีการนำเสนอสื่อลามกอนาจาร ยั่วเย้า หรือไม่เหมาะสม เช่น ภาพโป๊เปลือย ภาพความสัมพันธ์ที่ล่อแหลม ไม่เหมาะสมกับสังคมไทย รวมทั้งไม่เสนอข่าว เรื่องราวละคร โฆษณาที่ก่อให้เกิดการยั่วเย้าทางกามรมณ์ หรือเป็นแบบอย่างของการเลียนแบบทางเพศ หรือแม้แต่การใช้ความสัมพันธ์ทางเพศเพื่อก้าวสู่ความสำเร็จ การยกย่องผู้ประสบความสำเร็จจากวัตถุ เงิน ชื่อเสียงที่ได้มาด้วยความเจริญทางวัตถุหรือตอบสนองต่อกิเลสและตัณหาของมนุษย์ สื่อมวลชนต้องเป็นผู้นำในการรณรงค์ให้สังคมอยู่กันด้วยความสงบสุข เรียบร้อย และมีศีลธรรมอันดีงาม

## เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2545). *สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติ กันภัย. (2543). “การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ในสังคมสารสนเทศ” ใน *มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่*. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์.
- ณพลลักษณ์ เอนกศรี.( 2550). *ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮร์เบิร์ก (Herberg's Two Factors Theory)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปริมา อภิโชติกร. (2551). *อิทธิพลของสื่อลามกที่มีต่อพฤติกรรมทางเพศของนักศึกษากลุ่มอาชีวศึกษาเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2545). *ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ประภาส เตโช.จ.ส.อ. ( 2549). *ความคิดเห็นของประชาชนกรุงเทพมหานครต่อสื่อลามก และแนวทางการควบคุมการเผยแพร่*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พีระ จิรโสภณ. (2546). *วิธีการวิจัยสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยศ สันติสมบัติ. ( 2535). *แม่หญิงสี่ชายตัว ชุมชน และการค้าประเวณีในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.
- ยุพา สุภากุล. (2543). *การสื่อสารมวลชน*. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิชชุดดา มาตั้นบุญ. (2551). *วัยรุ่นกับพฤติกรรมทางเพศ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.
- ศศิดาร่า สิงหนตร. (2548). *การขายบริการทางเพศผ่านห้องสนทนาบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ศุณิสา ทดลา.( 2552). *รูปแบบพฤติกรรมการสื่อสารในห้องสนทนาบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์ประสานงานเพื่อพิทักษ์สิทธิ์เด็กจังหวัดเชียงใหม่. (2554). *สถานการณ์การเข้าสู่ระบบการค้าประเวณีและล่วงละเมิดทางเพศในเด็ก*. ม.ป.ท.
- สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์. (2552). *การเปิดรับสื่อลามกทางอินเทอร์เน็ตกับการมีเพศสัมพันธ์ของวัยรุ่น*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ. (2546). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในทางที่ผิด*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ.
- สำเนียง ผาติกบุตร. (2542). *ปัจจัยด้านสุขภาพความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมกิจกรรมของผู้สูงอายุ*. วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุพัตรา บุญญานุภาพวงศ์. (2547). *ปัจจัยที่มีผลต่อค่านิยมทางเพศของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาแพทยศาสตร์ (สหสาขาวิชา) บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุพัตรา สุภาพ. (2540). *สังคมวิทยา*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุดสงวน สุธีสร. (2547). *อาชญากรรม: ความหมาย ขอบเขต ทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). *Utilization of Mass Communication by the Individual*. Beverly Hills: Sage.
- Sutherland, E. H., & Cheesy, D. R. (1982). *The study of social problems: Five perspectives*. New York: Oxford University Press.