



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

การควบคุมสื่อโฆษณาที่ยั่วยู่ทางเพศ

Control Advertising Media Sexually Arousal

อุมพร ขำทอง¹, ธนวัฒน์ พิสิฐจินดา²

¹สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา , nropamu.2017@hotmail.com

²อาจารย์สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา , tanawat.pi@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าสังคมไทยให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์ให้เข้ามามีบทบาทกับการใช้ชีวิตประจำวันมากขึ้น และสื่อเมื่อเข้ามามีบทบาทมากขึ้นย่อมมีทั้งผลดีและผลเสียตามมา อย่างกรณีของการใช้สื่อออนไลน์ที่ไม่เหมาะสม สื่อออนไลน์เป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมต่อเด็กและเยาวชน รวมถึงผู้ที่เข้าถึงสื่อทั่วไปก็ยังมีส่วนที่ได้รับผลกระทบสื่อออนไลน์ประเภทนั้นๆ ในส่วนของปัญหาที่พบเห็นมากที่สุดและเป็นปัญหาที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข คือ การโฆษณาสินค้าและบริการที่มีลักษณะยั่วยู่ทางเพศบนสื่อออนไลน์ เนื่องจากการที่วัยรุ่นกำลังให้ความสำคัญกับการขายของออนไลน์ จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้มีสื่อโฆษณาสินค้าและบริการที่มีลักษณะยั่วยู่ทางเพศมากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มความน่าสนใจให้สินค้านั้นๆ ขณะนี้เป็นปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน แม้ประเทศไทยนั้นจะมีการออกกฎหมายอาญา มาตรา 287 และพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2560 มาตรา 14 เพื่อควบคุมและแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นจากผลกระทบของสื่อออนไลน์แต่ก็ยังไม่สามารถที่จะควบคุมปัญหาที่เกิดขึ้นได้ทั้งหมด และอีกสาเหตุมาจากการที่สื่อออนไลน์ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมีฟังก์ชันที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เช่น การถ่ายทอดสด การตลาดบนสื่อออนไลน์ที่เพิ่มความสะดวกสำหรับการค้ามากยิ่งขึ้น เป็นต้น

ผลการวิจัยพบว่า แม้ประเทศไทยนั้นจะได้มีการบัญญัติกฎหมายเพื่อควบคุมสิ่งลามก ตามประมวลกฎหมายอาญามาตรา 287และพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์พ.ศ. 2560 มาตรา 14เพื่อเป็นมาตรการทางกฎหมายที่ใช้ในการควบคุมสิ่งลามกบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ตามที่กล่าวมานั้นมาตรการทางกฎหมายยังไม่มีการบัญญัติโดยเฉพาะถึงการควบคุมสื่อที่มาในรูปแบบของโฆษณาที่มีลักษณะถึงการยั่วยู่ทางเพศ อีกทั้งมาตรการทางกฎหมายที่บังคับใช้อยู่ นั้น ควรมีการแก้ไขให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาในปัจจุบันและครอบคลุมสื่อได้ทุกประเภท เพื่อลดปัญหาทางสังคมที่เกิดจากสื่อโฆษณบนสื่อออนไลน์และป้องกันการเกิดปัญหาทางสังคมที่เพิ่มขึ้นจากผลเสียของสื่อออนไลน์

คำสำคัญ : สื่อโฆษณา / ยั่วยู่ทางเพศ / สื่อลามก



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Abstract

At present, Thai society gives great importance to online media to play more active role in everyday life. Also, when the media has played more role, it might have pros and cons subsequently. In case of using inappropriately online media, online media causes social problems to children and youth, including those who access the general media, to be affected by such types of online media. The most common problem and unresolved issue is the advertisement of sexually provocative products and services on online media because teenagers are interested to online shopping. As a result, there are more and more advertisements of sexually provocative goods and services to make them more interesting. This is a problem that should be solved urgently. Although Thailand has the Penal Code, Section 287, and the Act on Offenses Relating to Computers ,B.E. 2560, Section 14, to control and solve problems arising from the impact of online media, it is not able to control all problems. Another reason is that the online media is constantly evolving, and there provide more functions to meet the demand of consumers, such as live broadcasting on the online media to increasingly facilitate businesses. The research found that, although Thailand has laws to control pornography according to the Penal Code, Section 287, and the Act on Offenses Relating to Computers B.E. 2560, Section 14, as legal measures to control obscenity on computer networks as mentioned above, such legal measures are not set out specifically to control the media in the form of advertisement that are sexually arousal. Also, the legal measures that are in force, should be revised in compliance with the current situation and covered all types of media, in order to reduce social problems caused by online media and prevent social problems from the media.

Keyword : Advertising / Sexually arousal/ Pornography



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทนำ

ในยุคปัจจุบันสื่อออนไลน์ได้รับการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้การติดต่อสื่อสาร การรับข่าวสาร ข้อมูล หรือการศึกษาได้รับการพัฒนาไปด้วยเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในปัจจุบัน สามารถทำได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และยังสามารถติดต่อสื่อสารได้อย่างกว้างไกล อีกทั้งสื่อออนไลน์ยังอิสระในการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร จึงทำให้สื่อออนไลน์เป็นที่สนใจและได้รับความนิยมจากมนุษย์ในทุกเพศทุกวัย เนื่องจากสื่อออนไลน์นั้นมีประโยชน์ในการศึกษาหาความรู้หรือจะใช้ในการทำงานของคนช่วงวัยทำงาน แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อสื่อออนไลน์มีผลดีก็ย่อมมีผลเสียตามมาเช่นกัน อาจมีการนำสื่อออนไลน์ไปใช้ทางที่ไม่เหมาะสมหรืออาจใช้ไปทางที่ผิดกฎหมายก็ย่อมได้ และมีโอกาสที่ทำให้มีปัญหาทางสังคมเพิ่มมากขึ้น และศีลธรรมอันดีของประชาชน ในปัจจุบันมีแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ออนไลน์ที่ได้รับความนิยม อาทิเช่น Facebook line Instagram รวมถึงเว็บไซต์ออนไลน์ต่างๆที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสม แต่เมื่อสื่อออนไลน์ได้รับการพัฒนาและเริ่มเข้ามา มีอิทธิพลในชีวิตประจำวันของมนุษย์ทุกเพศและทุกวัย มนุษย์เริ่มเปลี่ยนจากการอ่านข่าวในหนังสือพิมพ์มาเป็นการอ่านข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต การติดต่อสื่อสารก็สะดวกมากขึ้น สามารถศึกษาในหนังสือออนไลน์ได้แทนหนังสือเรียนแบบเดิมๆ แต่เมื่อสื่อออนไลน์ได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็วตามการพัฒนาของโลกเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ย่อมมีผลเสียตามมาเช่นกัน ในขณะนั้นโลกแห่งอินเทอร์เน็ตมีเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับสื่อทางเพศมีเป็นจำนวนมาก และเว็บไซต์ที่มีสื่อทางเพศในเชิงไม่สร้างสรรค์เผยแพร่อยู่มากกว่า 4.2 ล้านเว็บไซต์(อิทธิพล ปริติประสงค์. 2546. “ความรับผิดชอบของผู้ประกอบธุรกิจสื่อทางเพศบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต”) ในขณะนี้การตลาดบนสื่อออนไลน์กำลังเป็นที่ได้รับความนิยมสำหรับวัยรุ่นที่ต้องการค้าขาย และได้มีสื่อโฆษณาเพื่อเป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกสินค้าและบริการ เมื่อเป็นที่นิยมย่อมมีสื่อโฆษณามากหลายรูปแบบ แต่ที่มียุทธศาสตร์คือ สื่อโฆษณาที่มีลักษณะยั่วเย้าทางเพศ มีลักษณะคล้ายกับสื่อลามก แต่สื่อโฆษณาทำขึ้นเพื่อการค้าขาย กล่าวโดยสรุปคือ สื่อโฆษณาที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับสื่อลามกสำหรับโฆษณาสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับเพศ เป็นสาเหตุหลักที่ก่อให้เกิดปัญหาสังคมได้อย่างเห็นได้ชัด เนื่องมาจากผลกระทบของสื่อออนไลน์ที่ไม่มีการควบคุมอย่างเคร่งครัดมักจะพบเห็นข่าวเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าที่เปลือยกายหรือเต้นยั่วเย้าเพื่อโฆษณาสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มความน่าใจให้สินค้าและเป็นการดึงดูดผู้บริโภคอีกทางหนึ่ง ทำให้ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีนัก เนื่องมาจากผลกระทบจากสื่อออนไลน์ที่ไม่ได้รับการควบคุมนั่นเอง

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความหมาย แนวคิด วิวัฒนาการเกี่ยวกับสื่อโฆษณายั่วเย้าทางเพศ
2. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมสื่อโฆษณายั่วเย้าทางเพศ
3. เพื่อศึกษาหาแนวทางแก้ไขปัญหที่เกิดจากสื่อโฆษณายั่วเย้าทางเพศ

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้ครอบคลุมแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการควบคุมสื่อโฆษณายั่วเย้าทางเพศ

2. ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหาจากสื่อโฆษณายั่วเย้าทางเพศ จากคำพิพากษาของศาล งานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้อง



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

3. ขอบเขตด้านวิธีวิจัย

การวิเคราะห์เนื้อหาทางเอกสาร

ทบทวนวรรณกรรม

ความหมายของคำว่าสื่อโฆษณาตามกฎหมาย

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้มีการนิยามเพื่อให้ความหมายเกี่ยวกับ “โฆษณา” ไว้ดังนี้ “โฆษณา” หมายความว่า การกระทำการไม่ว่าด้วยวิธีการใดๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้า

“สื่อโฆษณา” หมายความว่า สิ่งที่ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ โทรทัศน์ โทรเลข โทรศัพท์หรือป้าย (ราชกิจจานุเบกษา.ฉบับพิเศษ.ตอนที่ 72,2522 : 22)

ความหมายของคำว่าภัยทางเพศ

ผู้วิจัยเห็นว่า สื่อที่มีลักษณะภัยทางเพศ คือสื่อลามกประเภทหนึ่ง เพราะสื่อที่มีลักษณะภัยทางเพศดังกล่าวทำให้เกิดหรือมีอารมณ์ทางเพศ มีความต้องการทางเพศ แม้สื่อดังกล่าวจะไม่ถึงขั้นที่เปิดเผยอวัยวะเพศของชายหรือหญิงนั้นก็ถือว่าเป็นสื่อลามก

“อันลามก” คือ นำอวัยวะในทางเพศ นำอวัยวะสืบพันธุ์ โดยพิจารณาตามความรู้สึกของวิญญูชนผู้ซึ่งมิได้เคร่งต่อจารีตประเพณีถึงขนาดไม่ยอมเปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยมของโลกเลย (เกียรติขจร วัจนะสวัสดิ์, 2557 : 531)

“สิ่งอันลามก” มีสองลักษณะคือ ลามก (Pornography) หมายถึง การแสดงถึงพฤติกรรมทางเพศไม่ว่าจะเป็นการเขียนหรือภาพที่นำไปสู่การตื่นเต้นทางเพศหรือยั่วกามารมณ์ หรือทำให้เกิดกำหนัด และอีกลักษณะหนึ่งคือ อนาจาร (Obscenity) หมายถึง สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกอันน่ารังเกียจ เช่น แสดงถ้อยคำหรือวัตถุ สิ่งของทางเพศในลักษณะที่หยาบช้า เป็นต้น (ทวีเกียรติ มีนะกนิษฐ. “คำอธิบายกฎหมายอาญาภาคความผิดและลหุโทษ” พิมพ์ครั้งที่ 5 (กรุงเทพฯ:วิญญูชน.2552) หน้า 212)

“ลามก” คือ การแสดงออกถึงพฤติกรรมทางเพศที่สื่อให้เห็นถึงการยั่วชวน ปลุกเร้าอารมณ์ทางเพศไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกมาในลักษณะภาพถ่าย ภาพเขียน ข้อความ ถ้อยคำ นอกจากนั้นยังรวมถึงภาพเคลื่อนไหวที่ได้จัดทำโดยการถ่ายวิดีโอคลิปไว้ทั้งในโทรศัพท์เคลื่อนที่ กล้องถ่ายรูปที่สามารถบันทึกวิดีโอได้ หรือกล้องวิดีโอโดยตรง ซึ่งปัจจุบันภาพลามกเหล่านั้นมักอยู่ในรูปแบบของคลิปวิดีโอเพราะมีทั้งภาพเคลื่อนไหวรวมทั้งเสียงในคลิปดังกล่าวด้วย ซึ่งเมื่อได้เห็นหรือได้ยินเช่นนั้นแล้วรู้สึกรังเกียจ นำบัดสี ไม่จรรโลง ไม่เป็นที่ยอมรับของวิญญูชนทั่วไป และสิ่งที่คนดีมีศีลธรรมไม่ทำเช่นนั้น (กรรณิการ์ รอดมา. “ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับสื่อลามกเด็กบนอินเทอร์เน็ต.”.2556)

ความหมายของคำว่า “สื่อที่ภัยทางเพศ”

สื่อหรือวัสดุอันมีลักษณะที่ภัยหรือกระตุ้นให้ผู้พบเห็นมีความรู้สึกทางกามารมณ์และความกำหนัดโดยมีการนำเสนอให้เห็นภาพอวัยวะบางส่วนหรือกิจกรรมในกามารมณ์หรือการร่วมประเวณี และจะมาในรูปแบบใดก็ได้เพียงต้องการที่เนื้อหาสื่อไปในทางที่เกี่ยวกับเพศ มีจุดประสงค์เพื่อให้ผู้พบเห็นมีความรู้สึกอูจาดบัดสี (คำรัส อ่อนเฉลียง .2558.ภัยจากสื่อลามกที่มากับเทคโนโลยี.วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี ปีที่9:89)



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมสื่อโฆษณาที่ยั่วเยงทางเพศ

ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 287 บัญญัติว่า ผู้ใด

(1) เพื่อความประสงค์แห่งการค้า หรือโดยการค้า เพื่อการจำหน่ายหรือเพื่อกาแสดงอวดแก่ประชาชน ทำ ผลิต มีไว้ นำเข้า หรือยังให้นำเข้าในราชอาณาจักรส่งออกหรือยังให้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักร พาไป หรือยังให้พาไปหรือทำให้แพร่หลายด้วยประการใดๆ ซึ่งเอกสารภาพเขียน ภาพพิมพ์ ภาพระบายสี สิ่งพิมพ์ รูปภาพ ภาพโฆษณา เครื่องหมาย รูปถ่าย ภาพยนตร์ แลบบันทึกภาพ หรือสิ่งอื่นใดอันลามก

(2) ประกอบการค้า หรือมีส่วนหรือเข้าเกี่ยวข้องในการค้าเกี่ยวกับวัตถุหรือสิ่งของลามกดังกล่าวแล้วแจก หรือแสดงอวดแก่ประชาชน หรือให้เช่าวัตถุหรือสิ่งของเช่นนั้น

(3) เพื่อจะช่วยการทำให้แพร่หลาย หรือการค้าวัตถุหรือสิ่งของลามกดังกล่าวแล้ว โฆษณาหรือโฆษณา ไม่ว่าประการใดๆว่ามีบุคคลกระทำการอันเป็นความผิดตามมาตรา นี้ หรือโฆษณาหรือโฆษณาว่าวัตถุหรือสิ่งของ ลามกดังกล่าวจะหาได้จากบุคคลใดและโดยวิธีใด

ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560

มาตรา 14

ผู้ใดกระทำความผิดที่ระบุไว้ดังต่อไปนี้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

(1) โดยทุจริตหรือโดยหลอกลวง นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ ที่บิดเบือนหรือ ปลอม ไม่ว่าทั้งหมดหรือแต่บางส่วน หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหาย แก่ประชาชน อันมิใช่การกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญา

(2) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหาย ต่อการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ ความปลอดภัยสาธารณะ ความมั่นคงในทางเศรษฐกิจของ ประเทศ หรือโครงสร้างพื้นฐานอันเป็นประโยชน์สาธารณะของประเทศ หรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ ประชาชน

(๓) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใดๆ อันเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่ง ราชอาณาจักรหรือความผิดเกี่ยวกับการก่อการร้ายตามประมวลกฎหมายอาญา

(4) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใดๆ ที่มีลักษณะอันลามกและข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้น ประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้

(5) เผยแพร่หรือส่งต่อซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ โดยรู้อยู่แล้วว่าข้อมูลคอมพิวเตอร์ตาม (1) (2) (3) หรือ (4)(ราชกิจจานุเบกษา .ฉบับที่2. ตอนที่10 ก. 2560, 26)

พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ในมาตรา 14 เป็นการควบคุมการกระทำ ความผิดบนอินเทอร์เน็ตที่กล่าวถึงการเผยแพร่ข้อมูลอันเป็นเท็จ การเผยแพร่หรือส่งต่อข้อมูลที่มีลักษณะลามก และการเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ผู้อื่น แต่ในที่นี้ไม่รวมถึงการเผยแพร่หรือส่งต่อสื่อที่มีลักษณะลามกหรือ อนาคตไว้โดยเฉพาะ ความในมาตรา 14 เป็นเพียงการกล่าวถึงข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่มีลักษณะลามก

“ระบบคอมพิวเตอร์” หมายความว่า อุปกรณ์หรือชุดอุปกรณ์ของคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมการทำงานเข้า ด้วยกัน โดยได้มีการกำหนดคำสั่ง ชุดคำสั่ง หรือสิ่งอื่นใด และแนวทางปฏิบัติงาน ให้อุปกรณ์หรือชุดอุปกรณ์ ทำหน้าที่ประมวลผลข้อมูลโดยอัตโนมัติ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

“อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่น” เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ (โทรศัพท์มือถือ) (เกียรติขจร วัจนะสวัสดิ์, 2557 : 534)

วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

การวิจัยเอกสาร

การวิจัยในส่วนนี้ เพื่อตอบจุดประสงค์การวิจัยเกี่ยวกับ “การควบคุมสื่อโฆษณาที่มีลักษณะยั่วยู่ทางเพศ” และ “วิเคราะห์ปัญหาว่ามาตรการทางกฎหมายที่บังคับใช้อยู่สามารถควบคุมสื่อโฆษณาได้หรือไม่” โดยมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ข้อมูลที่เป็นเอกสารเชิงวิชาการ ได้แก่

1. บทบัญญัติของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมสื่อโฆษณาที่ยั่วยู่ทางเพศ
2. ตำราและหนังสือคำอธิบายกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมสื่อโฆษณาที่ยั่วยู่ทางเพศ
3. งานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมสื่อโฆษณาที่ยั่วยู่ทางเพศ
4. คำพิพากษาศาลฎีกาที่เกี่ยวข้องกับการตีความหมายของคำว่าลามก

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจะแบ่งข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

- 1.1 ส่วนที่เป็นบทบัญญัติของกฎหมาย
- 1.2 ส่วนที่เป็นคำอธิบายจากตำราและหนังสือ
- 1.3 ส่วนที่เป็นงานวิจัยและบทความ
- 1.4 ส่วนที่เป็นคำพิพากษาศาลฎีกา

2. ผู้วิจัยจะดำเนินการดังต่อไปนี้

2.1 วิเคราะห์ ตีความและให้ความหมายข้อมูลในรูปแบบของการอธิบายโดยการอ่านและจับประเด็นจัดกลุ่มข้อมูล

2.2 เชื่อมโยงแนวคิด ทฤษฎี และขยายความเชื่อมโยงหาความหมาย หาข้อสรุป

สถานที่เก็บข้อมูล

ตำรา หนังสือ บทความ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ บทบัญญัติกฎหมาย พระราชบัญญัติต่างๆ และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต (สารสนเทศ)

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ในประเทศไทยนั้นแม้จะมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมสื่อโฆษณาที่ยั่วยู่ทางเพศออกมาใช้บังคับแล้ว แต่อย่างไรก็ตามการบังคับใช้กฎหมายนั้นก็ยังไม่มีประสิทธิภาพพอที่จะควบคุมสื่อโฆษณาสำหรับสภาพปัญหาในปัจจุบันได้ เพราะปัญหาเกี่ยวกับการสื่อโฆษณานั้นมีมาในหลายรูปแบบ และไม่สามารถที่แก้ปัญหาให้หมดไปได้ เนื่องมาจากการที่สื่อได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและทวีความรุนแรงผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ขึ้นเรื่อยๆ อาจจะมีทั้งเด็กและเยาวชนเข้าถึงสื่อโดยไม่มีวิจารณญาณในการเลือกรับชมสื่อประเภทต่างๆ แม้จะมีการประกาศบังคับใช้พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2560 ก็ยังคงมีปัญหากจากสื่อออนไลน์ตามมาอย่างต่อเนื่อง



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สรุปและอภิปรายผล

เนื่องมาจากปัญหาของสื่อโฆษณาที่มีลักษณะยั่วยุทางเพศมีทั้งเด็กและเยาวชนรวมถึงผู้ที่สามารถเข้าถึงสื่อได้โดยผู้ผู้นั้นอาจไม่มีวิจารณญาณในการเลือกรับชมสื่อย่อมเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากสื่อในอดีตนั้นปัญหาเกี่ยวกับสื่อออนไลน์เป็นเพียงปัญหาเล็กน้อยแต่เมื่อเทียบกับปัจจุบันปัญหาเกี่ยวกับสื่อออนไลน์นับว่าเป็นปัญหาหลักของสังคมไทยที่ควรได้รับการแก้ไขและควบคุมเนื่องมาจากการที่ไม่มีการควบคุมที่เคร่งครัดและยังไม่มีมาตรการทางกฎหมายให้สอดคล้องกับปัญหาในปัจจุบัน ทำให้มีปัญหอาชญากรรมทางเพศและปัญหาสังคมอื่นๆตามมาจากสื่อประเภทนี้มากขึ้นโดยเฉพาะในช่วงวัยรุ่นที่ทำให้เห็นว่าปัญหานี้ควรได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากสื่อออนไลน์ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและสามารถเข้าถึงได้ง่ายแต่ยากที่จะเข้าไปควบคุมสื่อออนไลน์ได้อย่างทั่วถึง

จากผลการวิจัยนำมาอภิปรายตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้ คือสภาพปัญหาในปัจจุบันของสังคมไทยนั้นทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นเนื่องมาจากสื่อออนไลน์ที่ส่งผลในด้านเสียมากกว่าด้านดี และในขณะนี้สื่อออนไลน์มีอิทธิพลมากในการดำเนินชีวิตประจำวันของแทบทุกคน และที่พบเห็นมากในสื่อออนไลน์คือสื่อโฆษณา เพราะสื่อออนไลน์กลายเป็นช่องทางการตลาดของคนยุคใหม่ สื่อโฆษณาจะมาในรูปแบบของสื่อลามกเป็นส่วนใหญ่เพื่อเป็นการดึงดูดผู้บริโภคและเพิ่มความน่าสนใจให้กับสินค้า จึงไม่คำนึงถึงผลเสียที่ตามมากับสื่อโฆษณาประเภทนั้น เมื่อมีปัญหาของสื่อออนไลน์ทางกฎหมายได้มีการบัญญัติตัวบทกฎหมายและพระราชบัญญัติเพื่อใช้ในการควบคุมและแก้ไขปัญหาของสื่อประเภทนี้ แต่เมื่อสื่อออนไลน์ได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็วทำให้มาตรการทางกฎหมายที่บังคับใช้อยู่แต่เดิมนั้นก็ไม่สามารถที่จะใช้ควบคุมและแก้ไขให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาในปัจจุบันได้ เป็นสาเหตุให้ปัญหานั้นยังคงมีอยู่และทวีความรุนแรงมากขึ้น จึงควรมีการปรับมาตรการทางกฎหมายเพื่อให้เท่าทันสื่อออนไลน์ ทำให้พบว่ากฎหมายอาญา มาตรา 287 และพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ มาตรา 14 ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทางด้านสังคม

ปัญหาของการควบคุมสื่อโฆษณาที่มีลักษณะยั่วยุทางเพศนั้นถือว่าเป็นปัญหาในสังคมที่พบเห็นได้มากจากสื่อต่างๆมักจะมีปัญหาที่เกิดจากสื่อออนไลน์มาในหลายรูปแบบ โดยเฉพาะของการใช้สื่อไปในทางที่ไม่เหมาะสมและกระทำความผิดโดยใช้สื่อเป็นตัวกลาง เช่น การหลอกลวง ล่อลวง การเปิดเผยข้อมูลที่เป็นเท็จ และการโฆษณาสินค้าและบริการโดยไม่เหมาะสม เป็นต้น การกระทำดังกล่าวส่งผลกระทบต่อเด็กและผู้คนทุกเพศทุกวัย ไม่เพียงแต่ประเทศไทยที่สามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้ ผู้คนทั่วโลกสามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้จนกลายเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ดีสำหรับประเทศไทย บางคนอาจจะคิดว่าเป็นปัญหาที่เล็กน้อย แต่จากปัญหานี้เล็กน้อยเพิ่มทวีความรุนแรงมากขึ้น อย่างที่เห็นกันในสื่อออนไลน์มีการโฆษณาขายสินค้าและรีวิวสินค้าโดยการถ่ายวิดีโอไปเปลือย เต็มเหย้ายวน ขวนซื้อสินค้าและบริการ และยังมีสินค้าบริการทางเพศอีกด้วย จากสื่อดังกล่าวเป็นสาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดอาชญากรรมทางเพศเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด การโฆษณาดังกล่าวเป็นการกระตุ้นอารมณ์ทางเพศมากกว่าการโฆษณาขายสินค้าและบริการนั้นๆ

เนื่องจากการแก้ไขปัญหาคอนโทรลสื่อโฆษณายั่วยุทางเพศ จะอาศัยแต่เพียงมาตรการทางกฎหมายอย่างเดียวไม่ได้ เพราะหากมีเพียงแต่กฎหมายที่ใช้ควบคุมแต่ผู้คนไม่ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ปัญหาที่เกิดจากสื่อออนไลน์ไม่มีทางที่จะหมดไป ผู้คนควรต้องตระหนักถึงปัญหาที่



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

เกิดขึ้น หากไม่มีการคำนึงถึงปัญหาที่ผู้คนมองว่าเป็นเพียงปัญหาเล็กน้อยและไกลตัว ปัญหาจากสื่อออนไลน์คงจะทวีความรุนแรงมากขึ้น

ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

การวิจัยนี้เป็นเพียงการวิจัยเอกสารซึ่งอ้างอิงพระราชบัญญัติว่าการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 เป็นหลักเนื่องจากกฎหมายนั้นยังไม่มีบทแก้ไขเพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาในปัจจุบัน จึงควรมีการพิจารณาและให้ความสำคัญเกี่ยวกับการควบคุมสื่อโฆษณาที่มีรูปแบบที่ยั่วเย้าทางเพศให้มากขึ้น เพื่อควบคุมสื่อโฆษณาที่มาในรูปแบบดังกล่าวได้ครอบคลุมถึงสื่อทุกประเภททุกรูปแบบเท่าทันการพัฒนาของสื่อ

เอกสารอ้างอิง

หนังสือ

เกียรติขจร วัจนะสวัสดิ์. (2557). “กฎหมายอาญาภาคความผิด เล่ม 2”. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร พับลิชชิ่งจำกัด.

ภาวรุพงษ์วิทย์ภานุ. (2550). “e-commerceสุดยอดช่องทางรวมน้อยทำงานสร้างรายได้ 24 ชั่วโมง” พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: พงษ์วรรณการพิมพ์.

ทวีเกียรติ มีนะกนิษฐ. (2552) “คำอธิบายกฎหมายอาญาภาคความผิดและลหุโทษ”. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

วิทยานิพนธ์

กรรณิการ์ รอดมา.2556. “ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวสื่อลามกเด็กบนอินเทอร์เน็ต”. วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อิทธิพล ปรีดีประสงค์. 2546. “ความรับผิดชอบของผู้ประกอบธุรกิจสื่อทางเพศบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต” วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ดำรัส อ่อนเฉลียง .2558. “ภัยจากสื่อลามกที่มากับเทคโนโลยี”.วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี ปีที่9

บทความ

“การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์”.(ออนไลน์)เข้าถึงได้จาก : <https://th.wikipedia.org/wiki/การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์>. (10 สิงหาคม 2561)

เอกสารอื่นๆ

ประมวลกฎหมายอาญา

พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560