

รักแท้

SEX

รู้จักสื่อ SEX

คณะทำงาน

จิตติมา ภาณุเดชะ	รัชดา อรรถภาค	จารุวรรณ ศิทธิสมบุญ
พงศธร สโรจนาวุฒิ	มานพ ใจติยะ	ศรัทธา ปลื้มสูงเนิน
ปรีyakมล น้อยกร	ปิยภา เมืองแมน	เรืองพันธ์ สุฤษฏ์ศรี
นันทิยา คาทาสี	สุมาลี โตกทอง	ปัทมาพร พูนมีทรัพย์
จันทิมา ตริเลิศ	รัตติกร ไยทอง	

ออกแบบศิลปกรรม

ทวีศักดิ์ อูระนันท์

ออกแบบปก/ ภาพประกอบ

ชานนท์ สัมโภชานนท์

จัดทำโดย

มูลนิธิสร้างความเข้าใจเรื่องสุขภาพผู้หญิง (สคส.)

86/58 ซอย 5 โครงการวิชั่น สมาร์ท ซิตี

ถนนนครินทร์ ต.ตลาดขวัญ อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี 11000

โทรศัพท์ 0 2525 4922 - 23/ โทรสาร 0 2525 4938

คำนำ

รู้กันสื่อ เท่าทันตัวเอง

เกิดเป็นคนยุคนี้ ทั้งโชคดีและ
อาจจะโชคร้าย

เพราะคนรุ่นเราเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร
ได้สะดวกง่ายดายกว่าคนรุ่นก่อน
หน้า ด้านดีคือมีโอกาสค้นคว้าหา
ข้อมูล ช่วยให้รอบรู้และพัฒนาตัว
เองได้รวดเร็ว อีกด้านถือเป็นความ
เสี่ยง เพราะต้องพบเจอข้อมูล
ข่าวสารที่อาจเป็นอันตรายตั้งแต่
อายุยังน้อย ซึ่งประสบการณ์และ
ภูมิคุ้มกันมีจำกัด

สื่อมีอิทธิพลเกินคาด ไม่ว่าจะรู้ตัว
หรือไม่ก็ตาม ความคิด ความเชื่อ
และพฤติกรรมของเรา เชื่อเถอะว่า
มีไม่น้อยที่เป็นผลมาจากสื่อ

สื่อก็เหมือนคน มีทั้งคนดีและ
คนไม่ดี เหมือนกันอีกอย่างตรง
ที่เราหนีไม่ได้ เพราะเราต้องอยู่
ในสังคม ต้องพบเจอผู้คนหลาย
แบบ แล้วเราก็จำเป็นต้องใช้
ประโยชน์จากสื่อ

ทางออกเดียวคือ เร่งสร้างภูมิคุ้มกัน
ให้ตัวเอง แยกแยะให้ได้ว่า ใคร
คือคนดี หรือไม่ดี สื่อแบบไหนมี
ประโยชน์ แบบไหนเป็นโทษ ควร
ถอยห่าง หรือถ้าจะคบหา รับรู้ ก็
ต้องระมัดระวัง

หนังสือเล่มนี้ มุ่งให้เครื่องมือ
“สแกน” สื่อ เพื่อตรวจสอบกลับ
กรองสิ่งดีมีประโยชน์ ออกจากสิ่ง
ที่มีพิษภัย โดยเน้นสื่อซึ่งมีอิทธิพล
ต่อความคิดความเชื่อ “เรื่องเพศ”
เป็นหลัก ไม่ได้สอนให้ “ระวัง”
และชวนให้ “ระวัง” เพราะเชื่อว่า
ความรู้เท่าทันจะเปลี่ยนความเสี่ยง
ให้กลับเป็นโอกาสในการเรียนรู้

เรียนรู้อะไร?

เรียนรู้ที่จะเท่าทันสื่อ รู้ทันคน
รอบข้าง สำคัญที่สุด คือรู้เท่า
ทันตัวเอง โดยการคิด ไตร่ตรอง
อย่างรอบด้าน ก่อนตัดสินใจเชื่อ
หรือไม่เชื่อ ทำหรือไม่ทำ สิ่งใด
สิ่งหนึ่ง ซึ่งนั่นจะเป็นเกราะคุ้ม
กันตัวเองได้ดีที่สุด

สารบัญ

09

“สื่อเซ็กซ์”
เท่ากันปลอดภัย

12

5 ข้อ รู้ทันสื่อ

25

เรื่อง “ผู้หญิง-ผู้ชาย”
ในสื่อ

49

มายาแห่ง
“ภาพลักษณ์”

70

ความจริงของ
“สื่อโป๊”

76

เรื่อง “โซเชียล”
ต้องรู้



สื่อโซเชียล เท่าทัน ปลอดภัย



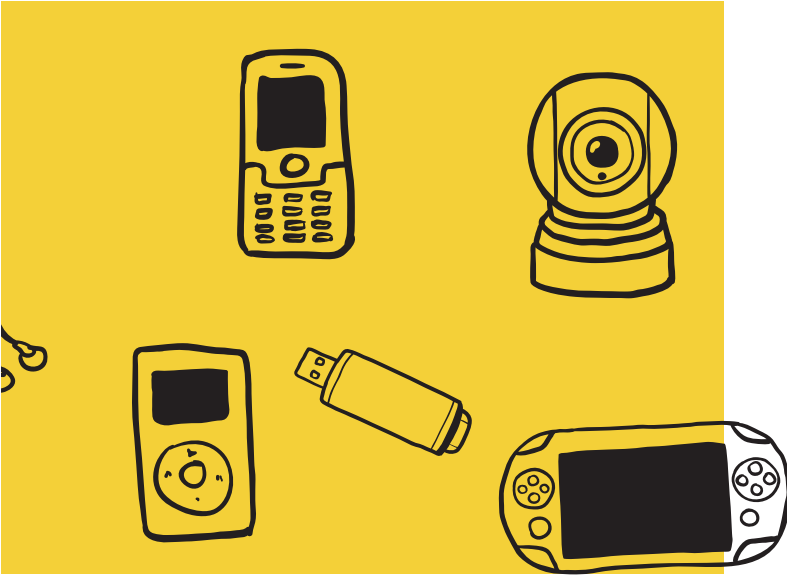
เวลาอยากรู้ เรื่องเพศ เราหาข้อมูลจากไหน?

ถามผู้ใหญ่ เดี่ยวถูกดู ถามเพื่อนก็
รู้จริงบ้าง ไม่จริงบ้าง ..อินเทอร์เน็ต
ดีกว่า เวิร์กหาข้อมูลได้สารพัด

ปัญหาก็คือ เราอาจเจอข้อมูลที่ไม่
เหมาะกับเด็ก หรืออาจไม่เหมาะ
กับมนุษยโลกเลยก็เป็นได้

นอกจากเน็ตแล้ว รอบตัวเรายังมี
สื่อเต็มไปหมด ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ
หนังสือ ป้ายโฆษณา ฯลฯ มีทั้ง
เรื่องจริง เรื่องโกหก บางเรื่องก็
ดีมีประโยชน์ บางเรื่องมีโทษ มี
อันตราย

แล้วจะรู้ได้อย่างไร ว่าสื่อไหน
เชื่อถือได้ ปลอดภัย มีประโยชน์
ต่อชีวิต?



รู้ทันสื่อ ไม่ยากนะ

คาถากันถูกหลอกมี 2 ข้อ

1. อย่าเชื่อง่าย
2. สบสย ตั้ข้อสังเกตตลอดเวลา

5 ข้อ รู้ทันสื่อ

จะรู้เท่าทันสื่อได้ อันดับแรก เรามาเข้าใจธรรมชาติของสื่อกันก่อน



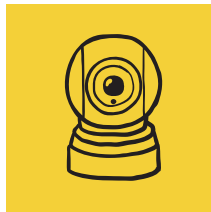
ธรรมชาติข้อที่ 1
สื่อถูกสร้างขึ้น



ธรรมชาติข้อที่ 2
สื่อทำให้ทุกอย่าง
ดู "เหมือนจริง"



ธรรมชาติข้อที่ 3
สื่อมีเป้าหมาย
หรือผลประโยชน์
บางอย่าง



ธรรมชาติข้อที่ 4
สื่อมีความคิด
ความเชื่อของ
ตัวเอง



ธรรมชาติข้อที่ 5
แต่ละคนรับรู้สื่อ
แตกต่างกัน

ธรรมชาติข้อที่ 1

สื่อถูกสร้างขึ้น

สื่อไม่ได้เกิดขึ้นเองโดยบังเอิญ แต่มีใครบางคนตั้งใจผลิตคลิปวิดีโอ ซีรีส์ นิตยสาร เกม ฯลฯ ขึ้นมา เพื่อให้คนบางกลุ่มมาดู อ่าน ฟัง เล่น โดยมีการวางแผนล่วงหน้า และคัดเลือก ภาพ-ข้อความ-คำพูด-ฯลฯ มานำเสนอ

“พอพิธีกรถาม ตอบตามสคริปต์เพลงนะ
เราอยากให้คุณดูชิ้นชมว่าคุณเป็นนักร้องกั๊ตัญญูลู่ชีวิต”



y
o
u
r
i
d
e
a

คิด ให้ทันสื่อ

1. มีสื่อไหนบ้างที่เราสนใจ

.....

.....

.....

.....

.....

2. ลองคิดว่า ใครนะ เป็นคนสร้างสื่อนี้ขึ้นมา

.....

.....

.....

.....

.....

3. เราคิดว่า เทรนสร้างสื่อนี้มาให้ใครดู

.....

.....

.....

.....

.....

ธรรมชาติข้อที่ 2

สื่อทำให้ทุกอย่างดู “เหมือนจริง”

สิ่งที่สื่อนำเสนอ มีทั้ง “จริง” และ “ไม่จริง” หรือ “จริงแค่บางส่วน” แต่สื่อจะมีวิธีการที่ทำให้ทุกอย่างดูเหมือนจริงมากที่สุด คนดูจะได้เชื่อ และคล้อยตาม

“นางแบบหน้าไม่เนียนเลย รีทัชหนักๆ...
เพิ่มแสงเงาๆ โทนน้ำใส ปรับมุมให้โค้งขึ้นดวง”



y
o
u
r
i
d
e
a

คิดให้ทันสื่อ

1. ลองเลือก
สื่อที่เราเคยดูมาสักหนึ่งชิ้น

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ลองคิดดูซิว่า
คนที่สร้างสื่อชิ้นนี้ขึ้นมา
ใช้วิธีการอย่างไรบ้าง
ที่ทำให้เราเชื่อสิ่งที่เขานำเสนอ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ธรรมชาติข้อที่ 3

สื่อมีเป้าหมาย

หรือผลประโยชน์บางอย่างอยู่เสมอ

ยิ่งคนดู/ ชม/ ฟัง เยอะเท่าไร สื่อก็ยิ่งได้ประโยชน์มากขึ้น ทำให้สื่อที่ขาดความรับผิดชอบจำนวนหนึ่ง นำเสนอเรื่องไม่จริง, เกินจริง, ความรุนแรง, เซ็กส์ ฯลฯ เพื่อให้คนติดตามเยอะๆ ตัวเองจะได้ประโยชน์มากๆ

สื่อมีทั้งที่ดี และไม่ดี เราจึงต้องประเมินให้ได้ ว่าเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ เราควรเชื่อและทำตามหรือไม่

“ผลประโยชน์” ของสื่อ ที่สำคัญ ได้แก่

การขาย สื่อมีราย
ได้โดยตรงจากการ
ขาย เช่น เมื่อคนซื้อ
หนังสือ นิตยสาร หรือ
สั่งซื้อภาพยนตร์/คลิป
วิดีโอผ่านอินเทอร์เน็ต
เป็นต้น

ค่าโฆษณา สื่อส่วน
ใหญ่มีรายได้จาก
การรับจ้างโฆษณา
เช่น สถานีโทรทัศน์
หรือเว็บไซต์ ถ้าผลิต
เนื้อหาที่มีคนติดตาม
รับชมเป็นจำนวน
มาก ค่าโฆษณาก็จะ
แพง แต่ผู้ผลิตสินค้า
ก็ยอมเสียเงินเยอะ
เพราะอยากให้มีคน
เห็นสินค้าของเขา
เยอะๆ

ความคิด/ความเชื่อ
สื่อบางประเภทเน้นการ
เผยแพร่ความคิด/ความ
เชื่อ เช่น การรณรงค์
ให้คนรักษาสีเสื้อ
เผยแพร่ความคิดความ
เชื่อทางศาสนา หรือ
การเมือง เป็นต้น

y
o
u
r
i
d
e
a

คิดให้ทันสื่อ

1. ลองเลือก
สื่อที่เราเคยดูมาซักหนึ่งอัน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ลองคิดดูซิว่า
คนสร้างสื่อ
ได้ประโยชน์อย่างไรบ้าง
จากหน้าเสนอสื่อชิ้นนี้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ธรรมชาติข้อที่ 4

สื่อมีความคิด

ความเชื่อของตัวเอง

สื่อถูกผลิตโดยคน ซึ่งคน/กลุ่มคน มีความคิด ความเชื่อ ความชอบ แตกต่างกัน เราไม่จำเป็นต้องเชื่อ หรือเห็นด้วย แต่ควรคิดก่อน แล้วค่อยตัดสินใจว่าจะเชื่อดีไหม



y คิดให้ทันสื่อ

o

1. ลองเลือก สื่อที่เราเคยดูมาสักหนึ่งอัน

.....

.....

.....

u

r

2. ลองคิดว่า คนสร้างสื่ออยากให้เราดูเรื่องอะไร

.....

.....

.....

i

d

3. นั่นแปลว่า คนที่สร้างสื่อ มีความเชื่ออย่างไร

.....

.....

.....

e

a

4. แล้วเรา เชื่อแบบเดียวกับคนสร้างสื่อไหม
ตัวเราเองคิดอย่างไร

.....

.....

.....

ธรรมชาติข้อที่ 5

แต่ละคนรับรู้สื่อ แตกต่างกัน

แต่ละคนมีเพศ วัย ความคิดความเชื่อ
และประสบการณ์ชีวิตแตกต่างกัน ดังนั้น
ถึงจะรับสื่อเดียวกัน แต่ละคนอาจ
รับรู้ เข้าใจ เชื่อ ชอบ เหมือนหรือไม่
เหมือนกันก็ได้



y **คิด** ให้ทันสื่อ

o

1. ลองเลือก สื่อที่เราเคยดูมาสักหนึ่งอัน

.....
.....
.....
.....

u

r

2. ดูแล้ว เราคิดอย่างไร

.....
.....
.....
.....

i

d

e

a

3. ลองไปถามคนอื่นบ้าง ว่าเขาคิดอย่างไร
(เลือกคนที่มีเพศ-อายุ-อาชีพ- ฯลฯ ต่างจากเรา)

คนที่ 1

.....
.....

คนที่ 2

.....
.....

คนที่ 3

.....
.....

ถ้าเรารู้ว่าสื่อมีธรรมชาติที่อาจนำเสนอสิ่งที่ “จริง” หรือ “ไม่จริง” ก็ได้ นั่นจะเป็นภูมิคุ้มกันชั้นแรกให้กับเรา เพราะเมื่อเราไม่ได้ “เชื่อ” ในทันที สิ่งก็ตามมาก็คือการ คิด ประเมิน หาข้อมูลอย่างรอบด้าน ก่อนจะตัดสินใจว่า จะ “เชื่อ” หรือ “ไม่เชื่อ”

**เราไม่จำเป็นต้องเชื่อ
ในสิ่งที่สื่อบอกเสมอไป**

MAN-WOMAN

เรื่อง “ผู้หญิงผู้ชาย” ในสื่อ

วัยเราในกล่อง “หญิง-ชาย”



GEN

เป็นธรรมดาที่คนเราอยากเข้าใจ
สิ่งรอบตัว จะได้ว่ารู้ว่าจะรับมือกับ
เหตุการณ์ หรือสัมพันธ์กับคนที่
เจออย่างไรดี แล้วคนส่วนใหญ่ก็
มักจะมีความคิดแบบ “เหมารวม”
โดยไม่รู้ตัว

“เหมารวม” หมายถึง การที่ใครสัก
คนรู้จักเราแค่ผิวเผิน แต่ก็รีบสรุป
ไปแล้ว ว่าเราต้องเป็นคนแบบนั้น
แบบนี้ โดยตัดสินจากภาพลักษณ์
ภายนอก หรือรู้เรื่องของเราแค่เล็ก
น้อย เช่น

- คนนี้แต่งตัวดี เขาคงเป็นคน
ดีแน่ๆ

ความจริง - การแต่งตัวไม่ได้
บอกถึงนิสัยใจคอที่แท้จริงของ
คนๆ นั้น

- คนอ้วนเป็นคนอารมณ์ดี
สนุกสนานร่าเริง

ความจริง - เราทุกคนต่างก็มี
ภาวะอารมณ์แตกต่างกันไปใน
แต่ละช่วงเวลา

- คนใส่แว่น แสดงว่าต้องเรียน
เก่ง อ่านหนังสือเยอะ

ความจริง - บางคนก็เล่นเกม
มากจนสายตาสั้น เลยต้องใส่
แว่น

DER BOX

การเป็นผู้หญิงหรือผู้ชาย

ก็เป็นเรื่องที่คุณชอบเหมารวมด้วย
เหมือนกัน

มีอะไรในกล่อง “หญิง-ชาย”

ผู้หญิง

ผมยาว สวมกระโปรง
อ่อนไหว ะไรนิดอะไรหน่อยก็ร้องไห้
ละเอียด รอบคอบ ท่องจำเก่ง

ถนัดด้านบัญชีหรือภาษา

ต้องทำงานบ้าน คอยดูแลคนในครอบครัว

ไม่ชอบการแข่งขัน ไม่ทะเยอทะยาน

เป็นผู้หญิง อย่าหยุดสวย

ต้องดูแลตัวเองตลอดเวลา

ฯลฯ

คนส่วนใหญ่ พอเห็นว่าเรา
เป็นผู้หญิงหรือผู้ชาย ก็มักจะ
จับเรา “ใส่กล่อง” ทันที เพราะ
คิดว่าผู้หญิงต้องเหมือนๆ
กันไปหมด หรือถ้าเป็น
ผู้ชายก็ต้องเป็นอย่างนี้ ทำ
แบบนี้เท่านั้น

ผู้ชาย

ผมสั้น สวมกางเกง

ลูกผู้ชายต้องอดทน ต้องไม่ร้องไห้
ใช้เหตุผล คิดคำนวณเก่ง

ควรเรียนวิศวะ หรือคอมพิวเตอร์

ลูกผู้ชายมีศักดิ์ศรี เรื่องแบบนี้ยอมกันไม่ได้
รักเพื่อน ลุยไหนลุยกัน

ไม่กล้าถือว่าแหย

ผู้ชายทำอะไรไม่เรี่ยบริ่อย

ถึงต้องมีผู้หญิงคอยดูแล

ฯลฯ

ถ้าใครไม่เป็น หรือไม่ทำตาม
สองกล่องนี้ ก็จะถูกสงสัยว่า
“เป็น” (ตุ๊ด เกย์ ทอม ดี เลส
ฯลฯ) หรือเปล่า



ใครบอกให้เราอยู่แต่ในกล่อง?

ตอนที่คนเราเกิดมา สิ่งทีบอกว่าเป็นผู้ชาย หรือผู้หญิง คือ อวัยวะเพศ ที่แตกต่างกัน

แต่พอเราโตขึ้น คนรอบข้าง รวมทั้ง “สื่อ” มักจะบอกเราว่า ผู้หญิงควรทำตัวแบบนั้น ผู้ชายควรมีนิสัยแบบนี้ การกระทำ ความชอบ ไปจนถึงเป้าหมายในชีวิต ดูเหมือนจะถูกแบ่งตามกล่องที่สังคมสร้างขึ้น ถ้าเราเชื่อตาม ก็คือการจำกัดตัวเองอยู่แต่ในกล่องเพศ

ทำไมต้องบอกให้เราอยู่แต่ในกล่อง?

สังคมสมัยก่อน ผู้หญิงกับผู้ชายแบ่งหน้าที่กันชัดเจน เช่น ผู้หญิงอยู่กับบ้าน เป็นแม่บ้าน ส่วนผู้ชายออกไปทำงานนอกบ้าน ทหารายได้เลี้ยงครอบครัว

แต่ทุกวันนี้ ผู้หญิงกับผู้ชายไม่ได้แบ่งบทบาทหน้าที่กันแบบนั้นอีกต่อไป แต่คนส่วนใหญ่ยังคิดแบบเดิมๆ และสอนเด็กรุ่นใหม่แบบเก่าๆ

เรื่องเพศฉ็ดๆ ในนิทาน



“นิทาน” ต้องสงสัยว่าสร้างความ
เข้าใจผิดเรื่องเพศให้กับเด็กๆ

นักวิชาการจากสหรัฐอเมริกา พบ
ว่า หนังสือนิทานนำเสนอบทบาท
ทางเพศแบบเดิมๆ คือ ผู้ชายต้อง
เป็นผู้นำ ผู้หญิงเป็นแค่ผู้ตาม

นิทานสำหรับเด็กผู้ชายมักมีเนื้อหา
ผจญภัย ใช้กำลัง ตัวละครเป็น
หุ่นยนต์ ไดโนเสาร์ ใจกล้า และ

ตัวละครชายมีบทบาทเป็นผู้นำ
มากกว่าตัวละครหญิง

ส่วนนิทานสำหรับเด็กหญิง เป็น
เรื่องเกี่ยวกับความรัก ครอบครัว
และตัวละครเป็นเจ้าของหญิง นางฟ้า
หรือสัตว์ตัวเล็กๆ น่ารัก เช่น เจ้า
หญิงนิทรา สโนไวท์ ซินเดอเรล
ล่า ฯลฯ



มีเสียงวิจารณ์ว่า เจ้าหญิงเหล่านี้สร้าง “วัฒนธรรมเจ้าหญิง” ซึ่งเจ้าหญิงส่วนใหญ่มักจะอ่อนแอ โดนรังแก ต้องมีเจ้าชายมาช่วย ชีวิตจึงจะมีความสุข

เมื่อคนเขียนนิทานถูกต่อว่ามากขึ้นเรื่อยๆ นิทานยุคหลัง เจ้าหญิงจึงดูเข้มแข็ง มากขึ้นกว่านิทาน

ยุคเก่า เช่น มู่หลาน หรือเอลซ่า เจ้าหญิงในนิทานยังสร้างความเชื่อผิดๆ เรื่องรูปร่าง

เจ้าหญิงส่วนใหญ่ตาโต เอวบาง ผอมเพรียว ทำให้เด็กผู้หญิงจำนวนหนึ่ง อยากสยวน่ารักเหมือนเจ้าหญิง เลยกินน้อยๆ หรืออดอาหาร ทำให้ร่างกายขาดสารอาหาร และไม่เติบโตสมวัย แกรมสุขภาพอ่อนแอ เจ็บป่วยง่ายอีกด้วย



ซูชิเหยียดเพศ

เราหลายคนชอบกินอาหารญี่ปุ่น โดยเฉพาะ “ซูชิ” หรือข้าวห่อสาหร่าย

ถ้าสังเกตดีๆ เราจะพบว่า ร้านอาหารญี่ปุ่น ไม่มีเชฟผู้หญิง เพราะคนญี่ปุ่นเชื่อว่า ความสามารถในการทำซูชิเป็น “พรสวรรค์” ที่ธรรมชาติมอบให้ผู้ชายเท่านั้น

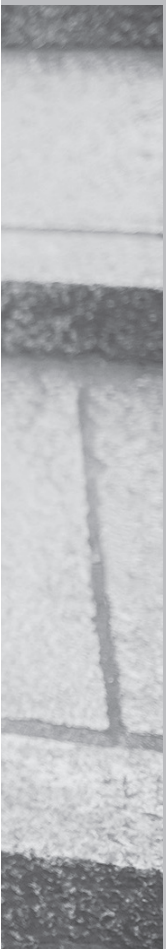
คนญี่ปุ่นเชื่อกันว่า ผู้หญิงทำซูชิไม่อร่อย เพราะผู้หญิงมีรอบเดือน ทำให้ตุ่มการรับรสไม่คงที่ และร่างกายมีอุณหภูมิสูงขึ้น แกรมผู้หญิงยังใช้เครื่องสำอางและน้ำหอม ทำให้วัตถุดิบซึ่งต้องใช้มือทำสดๆ รสชาติเปลี่ยนไป แกรมผู้หญิงยังมีขนาดเล็ก ทำให้ปั้นซูชิไม่ได้ขนาดที่พอเหมาะ

ยูกิ ชิซุกิ สาวญี่ปุ่นวัย 29 ปี ฝ่ากระแสความเชื่อนี้ โดยการเปิดร้านซูชิชื่อ “นาเดชิโกะ” เป็นร้านซูชิร้านแรกในญี่ปุ่น ที่เชฟทุกคน

เป็นผู้หญิง ทุกคนในร้านทักทายลูกค้าด้วยสีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส ลูกค้าหลายคนไม่คุ้นเคย เพราะปกติเชฟซูชิต้องเป็นผู้ชาย แต่ลูกค้าจำนวนหนึ่งปรับตัวได้ และเห็นเป็นของแปลกใหม่ มีการขอถ่ายรูปกับเชฟผู้หญิงซึ่งพวกเขาไม่เคยพบมาก่อน

ยูกิ บอกว่า เวลาที่เธอและเชฟคนอื่นๆ ไปซื้อปลาที่ตลาด พ่อค้าทุกคนก็เป็นผู้ชาย และมักพูดจากับพวกเขาแบบไม่เป็นมิตร ทำให้ทางร้านต้องซื้อจากร้านค้าออนไลน์ที่มีคนขายเป็นผู้หญิงแทน

เป็นอีกตัวอย่างที่ทำให้เห็นว่า แม้สังคมจะมีความเชื่อเดิมๆ แต่ด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจ คนรุ่นใหม่ก็สามารถพิสูจน์ว่า ไม่ว่าเพศใดก็มีความมุ่งมั่นและความสามารถไม่แพ้กัน



เราอาจคิดว่า คนรุ่นใหม่ไม่ยอมถูกจำกัด
ในกลุ่มเพศ และยอมรับความเป็น
หญิง-ชายข้ามกลุ่มได้มากกว่าคน
รุ่นพ่อแม่ปู่ย่าตายาย

คนรุ่นใหม่ อยู่ในกลุ่มหรือเปล่า?

ที่จริงแล้ว กลุ่มหญิง-ชาย ยังมี
อิทธิพลต่อความคิดความ
เชื่อและการกระทำของเราอยู่
หรือเปล่า?

- ยอมเสียตัวเพราะรัก

ความเชื่อ - “ครั้งแรก” คือคุณค่าของผู้หญิง การมีเซ็กซ์เพื่อให้ผู้ชายรู้ว่าเรารัก และเป็นแฟนเราไปนานๆ

ความจริง - เพศสัมพันธ์ ต้องเกิดจากความยินยอมพร้อมใจ และความพร้อมของสองคน จึงจะทำให้ทั้งสองคนมีความสุข แต่ไม่สามารถผูกมัดให้คนหนึ่งต้องอยู่กับอีกคนหนึ่งไปตลอด

- เป็นผู้หญิงไม่ควรแสดงความสนใจเรื่องเพศ

ความเชื่อ - เรื่องเพศสกปรก ลามก ทะเลิง ผู้หญิงที่ดีไม่ควรยุ่งเกี่ยวกับ

ความจริง - เรื่องเพศเกี่ยวข้องกับสุขภาพของเรา ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ควรมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง จะได้ดูแลตัวเองให้ปลอดภัย

- ผู้ชายต้องเชี่ยวชาญเรื่องเพศ

ความเชื่อ - เป็นผู้ชายต้องกล้าจีบหญิง ต้องมีประสบการณ์เรื่องเพศ

ความจริง - ชีวิตของแต่ละคนแตกต่างกัน ฉะนั้น เรามีเหตุผลของตัวเองที่จะทำ หรือไม่ทำอะไร เราจึงต้องเป็นตัวของตัวเอง และไม่ถูกกดดันอย่างไร้สาระจากคนรอบข้าง

วัดใจ วัดไอเดี่ย

1. มีเรื่องอะไรบ้างที่เราคิดว่าเป็น
“ความเชื่อ” เรื่องเพศของสังคม
และเราไม่เห็นด้วย

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ทำไมเราจึงคิดเช่นนั้น

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



3. คนอื่นคิดอย่างไร? ลองพูดคุยกับคนอื่น ๆ เพื่อฟังมุมมองที่แตกต่าง

.....

.....

.....

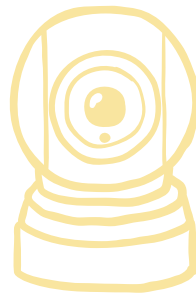
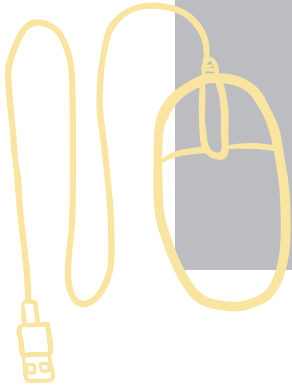
.....

.....

.....

.....

.....



แบบทดสอบนี้ ไม่มีคำตอบ แต่เป็นคู่มือหาเรื่องคุย น่าจะได้ฟังคำตอบหลายๆ แบบ สนุกดี



ความเป็น “หญิง” และ “ชาย” ในตัวเรา

ดูดี ๆ เราจะพบว่า ในกลุ่มผู้หญิงและผู้ชาย แต่ละคุณสมบัติมีข้อดี
และข้อเสียในตัวเอง

ผู้หญิง

ข้อดี

อ่อนหวาน อ่อนโยน
เขื่องฟัง
ละเอียด รอบคอบ
ดูแลตัวเอง
ดูแลบ้าน ดูแลครอบครัว
 ฯลฯ

ผู้ชาย

ข้อเสีย

อ่อนแอ เจ้าอารมณ์
เขื่องง่าย ไม่กล้าปฏิเสธ
จุกจิก ฐึ้น
บ้าแต่่งตัว กลัวไม่สวย
ไม่เรียนรู้ ไม่พัฒนาตัวเอง
 ฯลฯ



ผู้ชาย

ข้อดี

เข้มแข็ง มีเหตุผล
สงสัยใคร่รู้
มองภาพใหญ่ มีวิสัยทัศน์
รักความก้าวหน้า เป็นผู้นำ
ฯลฯ



ผู้ชาย

ข้อเสีย

มูทะลุ บ้าบิ่น
ดื้อรั้น ไม่ฟังคนอื่น
มักง่าย
สกปรก ไม่รับผิดชอบ
ไม่ดูแลคนอื่น เห็นแก่ตัว
ฯลฯ





ระดับความเป็น “หญิง-ชาย”

ในความเป็นจริง ไม่มีใครในโลกนี้ เป็นผู้หญิง หรือผู้ชาย 100 เปอร์เซ็นต์เต็ม

เราจะเห็นว่า ทั้งตัวเราเอง และคนรอบข้าง ไม่ได้มีใครอยู่ในกล่อง ผู้หญิง หรือกล่องผู้ชาย กล่องใดเพียงกล่องเดียว เหมือนนางเอก หรือพระเอกในนิทานหรือละครอย่างแน่นอน

เราแต่ละคนมี “ความเป็นผู้หญิง” และ “ผู้ชายเล็กน้อย” แตกต่างกัน

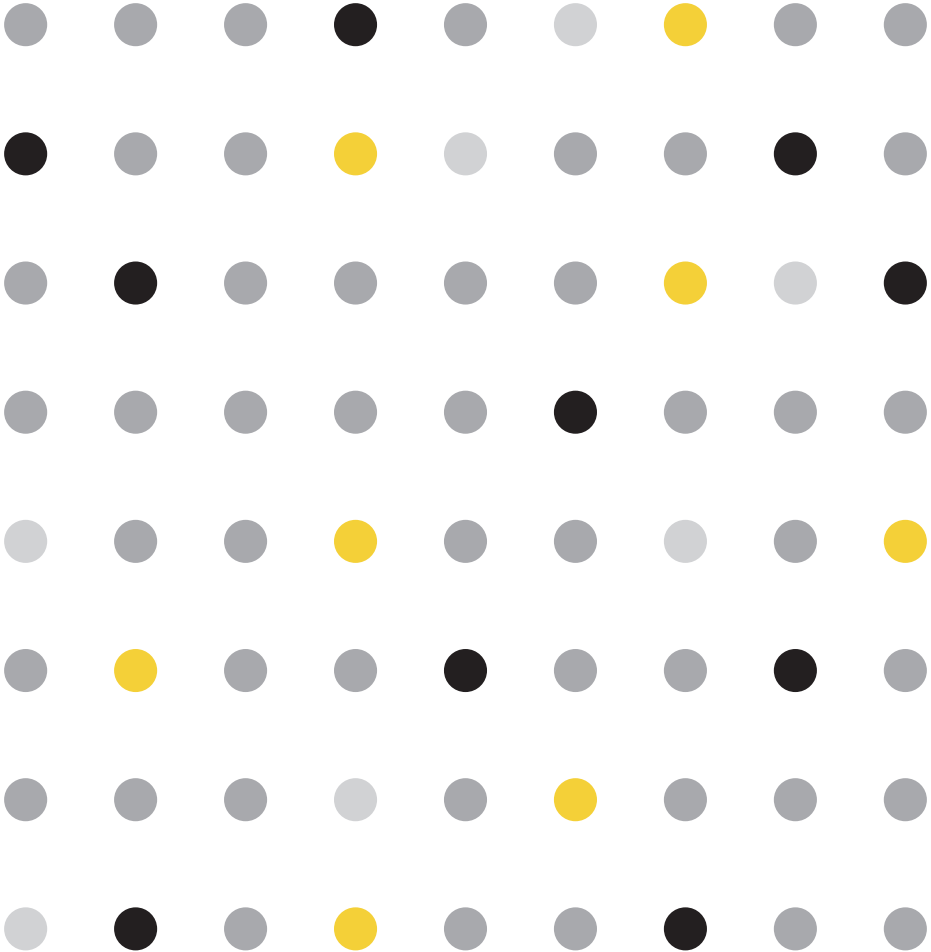
ไป แม้แต่คนเดียวกันในแต่ละเวลา แต่ละสถานการณ์ ก็ใช้ความเป็นผู้หญิงและความเป็นชายไม่เท่ากัน

เชื่อเถอะว่า ในแต่ละจังหวะเวลา และสถานการณ์ เราสามารถเลือกคุณสมบัติที่ดีของทั้งสองเพศ เพื่อมาใช้ในแต่ละสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม โดยไม่จำเป็นต้องขังตัวเองในกล่องเพศใดเพศหนึ่งไปจนตลอดชีวิต

ที่สำคัญ..

1. ลักษณะนิสัย
 2. การแสดงออก เช่น รสนิยมการแต่งกาย ท่าทางการพูดจา ฯลฯ
 3. รสนิยมทางเพศ เพศที่เราชอบรู้สึกดึงดูดใจ
- ข้อ 1-3 ไม่จำเป็นต้องตรงกันเป๊ะ หรือเน้นเป็นแบบเดิมๆ ไปตลอดชีวิต

เพราะในแต่ละช่วงเวลา เราอาจมีลักษณะนิสัย แสดงออก และรสนิยม ที่เปลี่ยนไปได้ ฉะนั้นไม่ต้องแปลกใจหรือสับสน ถ้าบางครั้งเรารู้สึกกล้าหาญชาญชัย แต่บางทีกลับขี้กลัวแม้แต่เรื่องเล็กๆ หรือเราคิดว่าตัวเองสนใจผู้หญิง แต่พอไปเจอผู้ชายบางคน เรากลับรู้สึกพึงพอใจอยากคบหาสนิทสนม



y **คิด** ให้ทันสื่อo **แกะกล่อง “หญิง-ชาย”**

ลองเลือกสื่อที่เราสนใจ และนำเสนอว่าจะมีเรื่อง “กล่องหญิง-ชาย”

u คำถาม

r

•ใครสร้างสื่อนี้ขึ้นมา

.....
.....

•สร้างให้คนกลุ่มไหน

.....
.....

i

•คนสร้างได้ประโยชน์อะไร

.....
.....

d

•สื่อต้องการทำอะไร

.....
.....

e

a

•คนสร้างสื่อเมื่อเรื่องผู้หญิง/ผู้ชาย อย่างไร

.....
.....

• เราเห็นด้วยกับเรื่องผู้หญิง/ผู้ชายในสื่อนี้หรือไม่

- เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....
.....
.....
.....

• คนอื่นคิดอย่างไรในเรื่องนี้

คนที่ 1

ใคร?.....

เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย กับสิ่งที่สื่อนำเสนอ

เหตุผล.....

.....

คนที่ 2

ใคร?.....

เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย กับสิ่งที่สื่อนำเสนอ

เหตุผล.....

.....

คนที่ 3

ใคร?.....

เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย กับสิ่งที่สื่อนำเสนอ

เหตุผล.....

.....

หมายเหตุ: แต่ละคำตอบไม่มีถูก หรือผิด แต่เป็นการ
หาเรื่องคิด หาเรื่องชวนคนอื่นคุย เพื่อความสนุกสนาน
และจะได้รับการฟังความคิดเห็นและมุมมองของหลายๆ คน

มายาแห่ง “ภาพลักษณ์”

หลายคนคงเคยมีประสบการณ์ ที่รู้สึกว่ ตัวเองกลายเป็นตัวตลก อับอาย ไร้คุณค่า เพราะเราแตกต่างไปจากสิ่งที่คนส่วนใหญ่บอกว่าดี เช่น อ้วนเกินไป เตี้ยเกินไป ผิวดำเกินไป หรือมีความพิการบางอย่าง

สิ่งที่เราพยายามทำก็คือ กินน้อยๆ บริหารร่างกายอย่างหนัก สรรหาผลิตภัณฑ์นานาชนิด เพื่อเปลี่ยนตัวเองจากที่เป็นอยู่

เราหวังว่า ถ้ามีรูปร่าง หน้าตา ผิวพรรณ ฯลฯ สวยงาม เหมือนนักร้อง นักแสดง นางแบบ คนก็คงชื่นชม ยอมรับใครๆ คงจะมารุมรัก แล้วชีวิตของเราก็จะพบกับความสำเร็จ และมีความสุข

เคยสงสัยไหมว่า ทำไม..

สวย = ชาว ผอมบาง ตากลมโต ฯลฯ

หล่อ = สูง ลำ ร่าใหญ่ ฯลฯ

“สื่อ” เป็นตัวการสำคัญที่สร้างความสวยงามเหล่านี้ขึ้น ทุกครั้งที่เราดูดารา นักร้อง นักแสดง นายแบบ นางแบบ เราเหมือนถูกสะกดจิตอยู่ทุกเมื่อเชื่อกันว่า แบบนี้คือสวย แบบนี้คือหล่อ

BODY IMAGE

ความงาม ไม่ตายตัว

ความสวยงามไม่ได้มีแค่แบบเดียว
แต่ต่างกันตามแต่ละยุคสมัย แต่ละสังคม



01

รูปสลักหินอ่อนของกรีก 100 ปีก่อนคริสตกาล หญิงงามยุคนั้น
ต้องอวบอ้วน สมบูรณ์



02

รองเท้าของหญิงจีนโบราณ
ผู้หญิงต้องรัดเท้าให้มีขนาด
3 นิ้ว แสดงว่าเป็นผู้ดี

หญิงอัฟริกันบางชนเผ่า เจาะ
ริมฝีปากกลางเพื่อใส่เครื่อง
ประดับ ยิ่งอันใหญ่ยิ่งสวย

03



ความงามในสื่อ ไม่จริง

ความสวยงามที่สื่อนำเสนอ นั้น ส่วนใหญ่ไม่จริง
ไม่จริงอย่างไร?

ตัวอย่างเช่น นายแบบ-นางแบบ

รู้หรือไม่ มีคนน้อยมากที่จะตัวสูงเหมือนนางแบบ
นายแบบ หรือนักแสดงที่เราเห็นในสื่อ และคนเหล่านี้
นี้ก็ผ่านการทำศัลยกรรมเสริมความงามกันทั้งนั้น

เทคนิคของสื่อ



แม้แต่นายแบบ นางแบบเอง
ก็ไม่ได้สวยอย่างที่เราเห็นผ่านสื่อ
ทุกคนดูดีผ่านเทคนิคการถ่ายภาพ
จัดแสง และตกแต่งภาพ
ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์
ทำให้มีรูปร่าง ทรงผม และ
ผิวพรรณ ที่สวยงามเสียยิ่งกว่าตัวจริง



สื่อมีผลประโยชน์

สื่อและนักแสดง นายแบบ นางแบบ ทำไมถึงทำอย่างนั้น?

เพราะบริษัทผลิตสินค้า ว่าจ้างสื่อให้ทำโฆษณา ว่าจ้างนางแบบให้มา
ถ่ายโฆษณา ทั้งที่นางแบบไม่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ของตัวเอง

ถ้าเราหลงเชื่อ อยากสวยตามสื่อ ผลที่ติดตามมาก็คือ

• เสี่ยงทรัพย์

หลายคน
ต้องสูญเสียเงินทองมากมาย
เพื่อเสริมเติมแต่งตัวเองให้
สวยงามดูดีเหมือนดารา
นักร้องนักแสดง ทั้งเสื้อผ้า
เครื่องสำอาง กินยาให้ผอม
ให้ขาว ทำศัลยกรรม ฯลฯ

• เสี่ยงสุขภาพใจ

การไม่
พึงพอใจในตัวเอง ทำให้
เกิดความทุกข์ เสียความ
เชื่อมั่น มองข้ามสิ่งดีที่ตัว
เองมีอยู่ และเสียโอกาสที่
จะพัฒนาข้อดีที่มีให้ดียิ่งขึ้น

• เสี่ยงสุขภาพกาย

สุขภาพจะดีได้ด้วยการ
กินอาหารมีประโยชน์ ออก
กำลังกาย และพักผ่อนอย่าง
เพียงพอ การกินหยุดยา
ที่อ้างว่าช่วยให้สวย รวมถึง
การฉีดยา ผ่าตัด ฯลฯ
ล้วนมีความเสี่ยงสูง

สื่อที่ต้องการขายของ
มักจะทำให้เรารู้สึกว่าเรายังขาดพร่อง
และสามารถใช้ “เงิน”
เติมเต็มสิ่งที่ขาดนั้น
ไม่ว่าจะเป็นความสุข แข็งแรง
เฉลียวฉลาด ฯลฯ

ภาพลักษณ์ภาพลวงๆ กลวงๆ

เป็นธรรมดา เราทุกคนอยากให้คนอื่นยอมรับ อยากให้คนเห็นว่าเรามีคุณค่า อยากเป็นที่รักของใครๆ

ภาพลักษณ์ ร่างกาย เสื้อผ้าหน้าผม เป็นสิ่งที่มองเห็นได้เป็นอันดับแรก คนทั่วไป รวมทั้งตัวเราเองเลยมักจะคิดไปว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญ

ภาพลักษณ์สำคัญก็จริง แต่ไม่ได้สำคัญที่สุด และไม่ได้ทำให้คนๆ หนึ่งกลายเป็นที่รักของคนอื่น อย่างมากก็ชื่นชมแค่แว็บแรกเท่านั้น

คนเราจะมองใครว่าน่ารัก น่าคบหา ถึง “ภาพลักษณ์” จะดูดี แต่ถ้าได้รู้จักพูดคุยกันแล้ว นิสัยไม่ดี พูดจาแย่ หรือเห็นแก่ตัว เอาแต่ได้ ย่อมไม่มีใครอยากจะเป็นเพื่อนด้วยอย่างแน่นอน



เคล็ดลับ เติมสติ รู้ทันสื่อ

สื่อมีอิทธิพลกับคนรับสื่อ จะรับมือกับสื่อ
สร้างเสริมภูมิคุ้มกันในตัวเองขึ้นมา เพื่อ
ไม่หลงเชื่อง่าย โดยเฉพาะสื่อที่ครอบงำเร
ภายนอกที่ฉาบฉวยและตื่นเขิน

จะรู้ทันสื่อได้ ต้องเริ่มจากรู้ทันตัวเอง

สื่อได้ เราต้อง สื่อเราจะได้เข้มแข็ง เรื่องภาพลักษณ์

- ถ้าสื่อไหน ดูแล้วอดไม่ได้ที่จะเปรียบเทียบรูปร่างหน้าตาตัวเองกับนักแสดง นายแบบ นางแบบ ยิ่งเปรียบเทียบยิ่งหดหู่ ยิ่งดู ตัวเองยิ่งซีเห่รงเรื่อยๆ ให้เลิกดู แล้วไปทำอย่างอื่นที่รู้สึกดีกับตัวเองดีกว่า
- ทหารูปครอบครัวมาดู เชื่อแน่ว่า เมื่อเทียบเคียงดูแล้ว รูปพรรณสัณฐานของเราน่าจะคล้ายคลึงกับพ่อแม่ ปู่ย่าตายาย ลุงป้า น่าอาญาดีพี่น้องของเรามากกว่าดารานักร้อง และนั่นเป็นสิ่งที่ควรภาคภูมิใจ
- เป็นตัวของตัวเอง ดูดีได้ในสไตล์ของเรา ไม่จำเป็นต้องเหมือนใคร ลองเซอร์จินเทอร์เน็ต ดูก็ได้ว่าบุคลิกอย่างเรา เหมาะกับการแต่งตัวแบบไหน อย่าให้แฟชั่นมามือทิพลเหนือความสุขของเรา และที่สำคัญยิ่งกว่าแฟชั่นคือการแต่งกายให้เหมาะสมกับสถานที่และวาระโอกาสจะดีที่สุด
- สิ่งที่ทำให้คนสนใจและประทับใจได้ดีกว่าภาพลักษณ์ภายนอก คือนิสัยใจคอ ลองคิดว่าเรามีความพิเศษอะไรในตัวเอง แล้วพัฒนาจุดนั้นให้โดดเด่น เช่น เราเป็นคนมีอารมณ์ขัน มีน้ำใจ จริงใจ เป็นผู้ฟังที่ดี ฯลฯ คุณสมบัติเหล่านี้จะทำให้เราเป็นที่รักของคนรอบข้างอย่างแน่นอน

ทดสอบคนรอบตัว

เมื่อก่อน เวลาเจอกัน แล้วทักว่า “อ้วนขึ้นหรือเปล่า” “ไปทำอะไรมา
ทำไมดำแบบนี้”

ลองเปลี่ยนคำทักทายใหม่ โดยมองหาสิ่งที่ดีของคนที่เราเจอ และพูด
ในแง่บวกที่ดี อย่างจริงใจ เช่น “ตัดผมใหม่เทรอคะ สดใสจัง” “วัน
นี้คุณดูอารมณ์ดี มีอะไรพิเศษหรือเปล่าครับ” “ไปเที่ยวมาเทรอ ผิว
เกรียมแดดดูสวยไปอีกแบบนะ”

แล้วสังเกตปฏิกิริยาตอบสนอง

คนที่ 1 ชื่อ.....

ฉันทักทายว่า.....

ปฏิกิริยาตอบสนอง.....

คนที่ 2 ชื่อ.....

ฉันทักทายว่า.....

ปฏิกิริยาตอบสนอง.....

คนที่ 3 ชื่อ.....

ฉันทักทายว่า.....

ปฏิกิริยาตอบสนอง.....

บางคนเคยชินกับการทักทายคนอื่นด้วยคำพูดเชิงลบ ตอกย้ำจุดด้อยของคนอื่น ใครฟังก็
ไม่สบายใจ ได้ยินแล้วอยากจะได้หนีไปให้พ้นๆ

ตรงกันข้าม การใส่ใจคนอื่นอย่างแท้จริง และสื่อสารสิ่งที่ดี ทำให้คนที่เราพบเจอมีความสุข
สุข เป็นการสร้างความประทับใจได้ดีกว่าแค่การที่เราแต่งตัวสวยดูดีเป็นไหนๆ

ทดสอบสื่อ

รู้ทันสื่อกันแล้ว เราลองมาเลือก “สื่อต้องสงสัย” กันดีกว่า
เลือกสื่อที่เราคิดว่าเป็นแบบแผนความงามของสังคมมาสัก 1 ชิ้น
ตั้งคำถาม แล้วหาคำตอบด้วยตัวเอง หรือชวนคนอื่นพูดคุย เพื่อจะ
ได้เห็นมุมมองที่กว้างขึ้น

สื่อต้องสงสัย ชั้นที่ 1

ได้แก่

สื่อต้องการสื่อสารกับคนดูกลุ่มไหน

สื่อต้องการบอกคนดูกลุ่มนั้นว่า.....

เรา เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....

ถ้าเราเชื่อตามที่สื่อบอก เราจะทำอะไร

ใครได้ประโยชน์

.....

สื่อต้องสงสัย ชั้นที่ 2

ได้แก่

สื่อต้องการสื่อสารกับคนดูกลุ่มไหน

สื่อต้องการบอกคนดูกลุ่มนั้นว่า.....

เรา เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....

ถ้าเราเชื่อตามที่สื่อบอก เราจะทำอะไร

ใครได้ประโยชน์

.....

ลองถามความเห็นคนอื่น คิดอย่างไรกับสื่อชิ้นนี้

คนที่ 1

.....

.....

.....

.....

คนที่ 2

.....

.....

.....

.....

.....

ความคิดเห็นของเรา และคนอื่นๆ ที่เราไปคุยด้วย อาจไม่ได้ถูกหรือผิด 100 เปอร์เซ็นต์ เป็นแค่การชวนให้เราถูกคิด และฟังมุมมองรอบด้าน โดยไม่หลงเชื่ออะไรง่ายๆ นั่นเอง

สื่อเรื่องเพศ: สื่อโป๊ สื่อลามก

สื่อเหล่านี้ ไม่ใช่สิ่งมหัสจรรย์ หรือแปลกพิศดาร

แต่มีมานานนับพันปี คู่กับสังคมมนุษย์

ความสำคัญอยู่ที่

เราจะอยู่ร่วมกับมันอย่างไร?

สื่อเรื่องเพศ: สื่อโป๊ สื่อลามก หมายถึงสื่อที่มีเนื้อหาเรื่องเพศ โดยนำเสนอภาพเปลือย และการมีเพศสัมพันธ์อย่างโจ่งแจ้งชัดเจน อาจเป็นในรูปแบบของวิดีโอโป๊ คลิปโป๊ ภาพโป๊ เกม ฯลฯ เป้าหมายเพื่อกระตุ้นเร้าอารมณ์ทางเพศของคนดู

สื่อเหล่านี้ ไม่ใช่สิ่งมหัศจรรย์ หรือแปลกพิศดาร แต่มีมานานนับพันปี เรียกว่าคู่มากับการกำเนิดของสังคมมนุษย์เลยทีเดียว ตัวอย่างเช่น กามาสุตราของอินเดีย ภาพขุนกะของญี่ปุ่น หรือแม้แต่ภาพจิตรกรรมฝาผนังของไทย ถ้าไปดูดีๆ บางแห่งก็มีภาพกิจกรรมทางเพศปะปนอยู่



01

- 1.ภาพสลักหินในวิหารคชुरาโท ประเทศอินเดีย สร้างขึ้นราวปี ค.ศ.950
- 2.ภาพขงกะ (Shunga) ของญี่ปุ่น ได้รับความนิยมช่วงปี ค.ศ.1603-1868



02



สื่อโป๊ สร้างมาทำไม?

ตั้งแต่สมัยโบราณ จนถึงปัจจุบัน สื่อเหล่านี้มีไว้ให้คนเรียนรู้เรื่องเพศ หรือสร้างขึ้นเพื่อเป็นศิลปะ หรือไว้กระตุ้นทางเพศ มีทั้งคนที่ดูให้เกิดอารมณ์ทางเพศเพื่อจะช่วยตัวเอง บางคนก็ไปดูด้วยกันกับคู่เพื่อจะมีเพศสัมพันธ์

ผลิตให้ใครดู? แนนอน กลุ่มเป้าหมายคือผู้ใหญ่

สิ่งที่เหมือนกันทุกยุคทุกสมัย ก็คือ เนื้อหาในสื่อ มีทั้งเรื่องจริง และจินตนาการของคนที่สร้างสื่อ เพราะจินตนาการ “ขายได้” ภาพเหล่านี้ มีการซื้อขายกันมานานนับร้อยพันปี ทำรายได้ให้กับคนที่ผลิตสื่อมาแล้วอย่างมากมาย



ชุงกะ: ศิลปะหรืออาหาร

ภาพวาดชุงกะ (Shunga) มีขึ้นในยุคเอโดะของญี่ปุ่น (ค.ศ.1603-1868) เป็นภาพการมีเพศสัมพันธ์ ส่วนใหญ่มีภาพอวัยวะเพศชัดเจน

สมัยนั้น ภาพชุงกะถูกผลิตเพื่อขาย คนซื้อไปกระตุ้นอารมณ์ทางเพศ หรือสำหรับคู่แต่งงานเรียนรู้เรื่องเพศ บางคนใช้เป็นเครื่องรางป้องกันภัยอันตรายเวลาออกรบ

เมื่อญี่ปุ่นเข้าสู่ยุคการปฏิรูปประเทศในศตวรรษที่ 19 ได้รับความเป็นตะวันตกมากขึ้น มีการทำลายภาพชุงกะ เพราะทางราชการเห็นว่าเป็นภาพวาดที่น่าอาย ภาพเหล่านี้ จึงหายไปจากประวัติศาสตร์ศิลปะของญี่ปุ่น

เร็วๆ นี้ ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะ เห็นว่าภาพเหล่านี้ เป็นภาพประวัติศาสตร์ที่มีคุณค่า และต้องการนำมาจัดแสดงให้ประชาชนเข้าชม แต่ไม่มีที่ไหนยอมให้ใช้สถานที่ เพราะมองว่า เป็นภาพที่ล่อแหลม อาจไม่เหมาะกับเด็กและเยาวชน และกลัวโดนสังคมโจมตีว่าจัดแสดงภาพลามก

เรื่องนี้ทำให้รู้ว่า แต่ละคนมีมุมมองต่อสื่อโป๊แตกต่างกัน เช่นเดียวกับเรื่องเพศที่แต่ละคนคิดไม่เหมือนกัน

ความจริงของสื่อโป๊

สื่อโป๊สมัยก่อน กว่าที่จะได้ดูกันก็ตอนโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีความคิดไตร่ตรองมากกว่าเด็ก ๆ

สมัยนี้ สื่อโป๊อยู่ในอินเทอร์เน็ต ในมือถือ เด็ก ๆ อย่างเรา เข้าถึงได้ง่าย มีทั้งคนที่ดูเพราะอยากรู้อยากเห็น บางคนหวังจะเรียนรู้เรื่องเพศจากสื่อพวกนี้ โดยไม่รู้ว่า การดูสื่อโป๊ต้องใช้ความระมัดระวังมาก ๆ

ความจริงของสื่อโป๊ ก็คือ

• เนื้อหาในสื่อโป๊ “ไม่จริง”

สื่อโป๊ถูกสร้างขึ้น มีการเขียนบท-จัดฉาก คนผลิตได้เงิน นักแสดงได้ค่าจ้าง ผู้กำกับให้ทำอะไรก็ทำทั้งนั้น

ในชีวิตจริง นักแสดงจะไม่ทำแบบที่เราเห็น

• จุดสุดยอด “ไม่จริง”

ในวิดีโอโป๊ นักแสดงทุกคน ทำท่าว่าถึงจุดสุดยอด และมีความสุข ตามที่ผู้กำกับสั่ง

ในชีวิตจริง เช็กซ์ไม่ได้ทำให้เกิดความสุขสุดยอดเสมอไป โดยเฉพาะเช็กซ์ที่ขาดความพร้อม

• ร่างกายของนักแสดง “ไม่จริง”

ในสื่อใบ้ นักแสดงทุกคนมี
รูปร่างทรวดทรงที่ดู “เช็กซี”
เช่น หน้าอกใหญ่ อวัยวะเพศ
สวยงาม

ในชีวิตจริง คนจริงๆ มีรูปร่าง
ทรวดทรงที่แตกต่างกัน แต่นัก
แสดงทำศัลยกรรม หรือใช้การ
ตกแต่งภาพ

• ขาด “ความยินยอม พร้อมใจ”

เราไม่เคยเห็นนักแสดงถามกัน
ก่อนว่าอีกคนเต็มใจจะมีเช็กซี
ด้วยหรือไม่

ในชีวิตจริง ความยินยอม
พร้อมใจของสองฝ่ายสำคัญ
มาก ก่อนมีเช็กซี สองคนต้อง
พูดคุย ตกลงกันก่อน

• ขาด “เซฟเช็กซี”

เราไม่เคยเห็นนักแสดงคุยกัน
ว่า จะใช้อุปกรณ์ป้องกันท้อง/
ป้องกันโรคแบบไหนดี

ในชีวิตจริง สองคนต้องคุยกัน
ก่อนว่าทำอะไร จึงจะมีเพศ
สัมพันธ์ที่ปลอดภัย ไม่ท้อง
และไม่ติดโรค

• ผิดกฎหมาย

เนื้อหาบางครั้งใช้ความรุนแรง
ข่มขืน ทำอนาจาร มีเช็กซีโดย
ไม่ถามความยินยอมพร้อมใจ
ของอีกฝ่าย

ในชีวิตจริง การทำแบบนี้
ผิดกฎหมาย นอกจากนี้ การมี
การซื้อขายและเผยแพร่สื่อใบ้ก็
ผิดกฎหมาย ถ้าถูกตำรวจจับ
จะต้องเสียค่าปรับและติดคุก

พิษภัย คาดไม่ถึง

การดูสื่อโป๊ มีผลกระทบที่ติดตามมาเกิด
กว่าที่เราจะคาดคิด อาทิ



- สับสน
สื่อโป๊ทำให้คนที่ดู
เกิดความสับสน
แยกแยะไม่ออก
ระหว่างจินตนาการ
ของคนผลิตสื่อ กับ
โลกแห่งความเป็นจริง
- ตึงท้วง/ ตัดโรค
ในสื่อโป๊ไม่มีการใช้
ถุงยางอนามัย ถ้า
หลงเชื่อทำตามก็จะ
เป็นเพศสัมพันธ์ไม่
ปลอดภัย
- ไม่เคารพคนอื่น
คนดูสื่อโป๊มักมองคน
อื่นเป็น "วัตถุทางเพศ"
ไม่เห็นค่าความเป็นคน
ไม่เคารพการตัดสินใจ
ของคนอื่น

ภัยที่คาดไม่ถึง



• ข่มขืน

คนดูสื่อโซเชียลมักสับสนหรือไม่สนใจความยินยอมของอีกฝ่ายเพศสัมพันธ์อาจกลายเป็น “การข่มขืน” ทำให้มีความผิดได้

• เสียเวลา

การดูสื่อโซเชียล เป็นการใช้เวลาไปกับสิ่งที่ไม่เกิดประโยชน์ แถมอาจมีโทษ ทำให้เสียโอกาสที่จะไปทำอย่างอื่นซึ่งดีต่อชีวิต

• ถูกมองในแง่ลบ

คนมีมุมมองเรื่องเพศต่างกัน บางคนเชื่อว่าคนดูสื่อโซเชียลหมกมุ่นเรื่องเพศ หรือเป็นพวกโรคจิตที่เป็นอันตรายต่อสังคม



หลงผิดเพราะเชื่อสื่อ

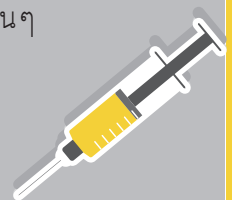
ประเทศสหรัฐอเมริกาและอังกฤษ มีวัยรุ่นอายุน้อยกว่า 18 ปี เข้ารับบริการทำการผ่าตัดตกแต่งแคมเพิ่มขึ้น



การตกแต่งแคม เป็นการผ่าตัดเพื่อปรับขนาดและรูปทรงแคมสมัยก่อนคนที่ไปผ่าตัดเป็นผู้หญิง มีลูกหลายคน พออายุมาก แคมจะหย่อนยานและเกิดการระคายเคือง จึงไปผ่าตัดเพื่อรักษาอาการที่ปรึกษาด้านสูตินรีเวชจากลอนดอนคลินิก เปิดเผยว่า ที่วัยรุ่นนิยมการผ่าตัดตกแต่งแบบนี้ เพราะดูสื่อไปจากอินเทอร์เน็ต เมื่อเห็นอวัยวะเพศหญิงของนักแสดง จึงเข้าใจว่านั่นคือมาตรฐานของความสวยงามที่จริงแล้ว การผ่าตัดแคม ควรทำเฉพาะคนที่มีปัญหาทางร่างกาย

หรือจิตใจจริงๆ ไม่ใช่เพื่อความสวยงาม เพราะการผ่าตัดมีความเสี่ยง อาจทำให้เกิดการระคายเคือง คัน ติดเชื้อ โดยเฉพาะในวัยรุ่นหญิงที่อวัยวะเพศยังไม่พัฒนาเต็มที่

ที่ผ่านมา องค์กรควบคุมสื่อโฆษณาของอังกฤษ ได้สั่งระงับโฆษณาคลินิกศัลยกรรมอวัยวะเพศในหนังสือพิมพ์ ที่อวดอ้างว่า สามารถผ่าตัดให้อวัยวะเพศหญิง “เป็นธรรมชาติ” มากกว่าเดิม ซึ่งเป็นการโกหก ทำให้คนที่อ่านโฆษณาเข้าใจผิด เพราะตามธรรมชาติ อวัยวะเพศของแต่ละคนแตกต่างกัน ไม่มีอวัยวะเพศแบบไหนที่เป็นธรรมชาติแบบอื่นๆ แต่อย่างใด



รู้ทันโซเชียลฯ

โซเชียลมีเดีย ต่างจากสื่ออื่นๆ ที่เราพูดถึงมา ตรงที่เรา หรือใครๆ ก็สร้างเนื้อหาขึ้นมาเองได้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น พูดคุยกันได้รวดเร็ว แค่ปลายนิ้วคลิก โดยใช้เครือข่ายที่ให้บริการ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ยูทูบ ฯลฯ

การสื่อสารที่มีความรวดเร็ว ไม่มีใครคอยตรวจสอบดูแล เลยมีหลายเรื่องที่ต้องระมัดระวัง และรู้เท่าทัน

เรื่องโซเชียล ต้องรู้

• ทุกสิ่งมี “เจ้าของ”

ภาพ คลิป เพลง ข้อความ และสิ่งใดๆ ที่ถูกโพสต์บนโลกโซเชียล มีคนที่สร้างมันขึ้นมา เช่นเดียวกับสื่ออื่นๆ เขาจึงเป็นเจ้าของ “ลิขสิทธิ์” ตามกฎหมาย ฉะนั้น การก๊อปปี้ การนำมาดัดแปลงโดยใช้ทั้งหมด หรือแค่บางส่วน เจ้าของมาเจอเข้า สามารถฟ้องร้องเอาผิดคนที่คัดลอกผลงานไปใช้ได้

ฉะนั้น ถ้าจะใช้ของคนอื่น ต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของก่อนเท่านั้น

• โซเชียลฯ ไม่ใช่พื้นที่ส่วนตัว

ถึงเราจะนั่งพิมพ์หรือนอนโพสต์กะที่อยู่ในห้องนอนของเรา อย่าลืมว่า ทันทีที่คลิกโพสต์ คนทั้งโลกรับรู้ได้ เซฟเก็บไว้ได้ แชร์ต่อได้ ไม่มีวันที่เราจะเรียกคืนกลับมาได้ ไม่มีทางลบออกจากโลกอินเทอร์เน็ตได้

ฉะนั้น อย่าโพสต์ภาพหรือข้อมูลส่วนตัวเด็ดขาด ไม่ว่าจะของตัวเอง หรือคนอื่น การโพสต์ข้อมูลที่ทำให้ตัวเองเสียหาย ตัวเองก็จะเสียหายเกินกอบกู้เยียวยา ถ้าโพสต์แล้วทำให้คนอื่นเสียหาย อาจถูกแจ้งความดำเนินคดีตามกฎหมายได้ด้วยเหมือนกัน

แม้แต่การ Check In ที่นั่นที่นี้ หรือลง Location ที่อยู่อาศัย ก็อาจกลายเป็นการชี้ช่องทางให้กลุ่มมิจฉาชีพได้เหมือนกัน

- ความลวงบนโลกโซเชียล

ไม่มีหลักประกันว่าสิ่งที่เราเจอบนโลกโซเชียลฯ จะเป็นความจริง เพราะความจริงของโซเชียลฯ ก็คือ ใครจะโพสต์อะไรก็ได้ ทำให้เกิดเหตุการณ์หลอกลวงเกิดขึ้นในทุกวิถีทาง ทั้งหลอกให้เสียสตางค์ หลอกให้ติดไวรัส หลอกลวงไปทำมิดีมิร้าย ฯลฯ

ฉะนั้น ตระหนักอยู่เสมอว่า สิ่งที่เราเจอ มันอาจจะไม่จริง อย่าเชื่อง่าย

- โซเชียลฯ ไม่ใช่ของฟรี

ถึงเราจะกำลังใช้โซเชียลฯ ฟรี แต่คนที่สร้างโซเชียลฯ ขึ้นมาเป็นนักธุรกิจ เขาจึงมีวิธีหารายได้ ด้วยการให้เจ้าของกิจการร้านค้าต่างๆ มาเสียเงินลงโฆษณาให้พวกเราดู แล้วเราก็อาจจะซื้อของที่เผลอมาตามโฆษณาต่างๆ

ข้อมูลส่วนตัว รวมไปถึงเวลาเราสนใจคลิกไปดูข่าวของต่างๆ โซเชียลฯ จะเก็บเป็นข้อมูลแล้วหาของที่เราน่าสนใจมาเสนอ

ฉะนั้น เราต้องระมัดระวังในการให้ข้อมูลส่วนตัว และระวังที่จะไม่ตกเป็นเหยื่อโฆษณาสินค้าต่างๆ

โลกเล่นบนโลก SOCIAL

โซเชียลฯ ยังอาจมีอีกบทบาท คือการเป็นช่องทางพบเจอกันของคนที่ไม่เคยรู้จัก หรืออาจเคยเจอแค่แว็บๆ แล้วแอบมาสานต่อความสัมพันธ์

เวลาเราเจอเพื่อนที่โรงเรียน เรารู้จักกันเฉพาะตอนอยู่ที่โรงเรียน เราไม่รู้ว่าเวลาเขาอยู่ที่บ้านเป็นอย่างไร เวลาเขาอยู่กับเพื่อนแถวบ้าน เพื่อนกลุ่มอื่นๆ เขามีนิสัยใจคอพฤติกรรมอย่างไร เพราะคนเรามีโลกหลายด้าน เราเห็นคนๆ นั้นแค่ด้านเดียว มีโลกของเขาที่เรายังไม่รู้จักเยอะ

ยิ่งบนโลกออนไลน์ การรู้จักตัวตนที่แท้จริงของใครสักคนยิ่งยากขึ้นไปอีก เพราะเราไม่เห็นสีหน้า ท่าทาง แวดตา ที่ชัดเจน ไม่เห็นเขาเวลาเกี่ยวข้องกับคนอื่นๆ การคุยกันแค่หน้าจอในช่วงเวลาสั้นๆ “โกหก” ได้ง่ายมาก

การคบหา หรือสนิทสนมกับคนบนโซเชียลฯ สิ่งที่เราต้องระวังก็คือ

• การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว

เราไม่รู้จุดประสงค์แท้จริงของคน
ที่เข้ามาตีสสนิท ฉะนั้น จะไว้ใจใคร
ง่าย ๆ ไม่ได้ ต้องระมัดระวังที่จะ
ให้ข้อมูลส่วนตัว ที่จะทำให้อภัยถึง
ตัว ไม่ว่าจะ เป็นเบอร์มือถือ ที่อยู่
ภาพส่วนตัว ฯลฯ

• เปิด “เรตาร์” รับสัญญาณ ความผิดปกติ

สังเกตและใช้วิจารณญาณตลอด
เวลา ว่าคนที่ชวนเราคุยมีคำพูด
คำถามแปลก ๆ ขอข้อมูลส่วนตัว
ทั้งที่ยังไม่คุ้นเคยกันหรือเปล่า การ
ชวนคุยเรื่องเพศทั้งที่ยังไม่สนิท
กันถือว่าไม่โอเค ถ้ารู้สึกว่าจะไม่
น่าไว้ใจ ให้รีบตัดตัวออกห่าง ด้วย
เหตุนี้ การรักษาข้อมูลส่วนตัวจึง
จำเป็น เพราะถ้าเราต้องการตัด
ความสัมพันธ์กับคนบนโซเชียลฯ
เราจะต้องไม่ถูกตามต่อแฉรั้งความ
ด้วยช่องทางอื่น ๆ ได้อีก

• นัดเจอ อย่าไว้ใจ

ถ้าคุยกันจนคิดว่ารู้จักกันมากขึ้น
แล้ว อาจจะอยากนัดเจอกัน แต่
อย่าวางใจเด็ดขาด การเจอกัน
ครั้งแรกกับคนที่เราไม่เคยเจอมา
ก่อน ควรชวนเพื่อนหรือพี่น้องไป
ด้วย หรือถ้าจะไปคนเดียว ต้อง
เลือกสถานที่ปลอดภัย อยู่ในย่าน
ชุมชน อย่าไปในสถานที่ไม่คุ้นเคย
และบอกเพื่อนสนิท หรือคนที่ไว้ใจ
ให้รู้ว่าเรากำลังจะไปไหน กับใคร
และอาจให้ช่วยโทรหาเราเป็นระยะ
เพื่อเช็คว่าคุณทุกอย่างยังเรียบร้อยดี

ถ้าไปกันสองคนกับคนแปลกหน้า หรือคนที่ไม่คุ้นเคย แล้วคน ๆ นั้น
มีการชวนออกจากเส้นทางที่นัดหมายกันไว้ ให้หาทางปฏิเสธ อย่า
ปล่อยให้ตัวเองจนมุม หรือไปถึงจุดที่เอาตัวรอดช่วยเหลือตัวเองไม่ได้

ข้อคิด คบคนบนโซเชียล

- ซ้ำแต่ซ้ำร้ ค่อยๆ ดำเนินความสัมพันธ์ทีละก้าว อย่างช้าๆ อย่าเปิดเผยตัวเองเร็วเกินไป ถ้ารู้สึกไม่แน่ใจ ผิดสังเกต ให้หยุดประเมินใหม่ เมื่อไรเห็นท่าไม่ดี ให้ถอยออกมา

- อย่าผูกมัด ความสัมพันธ์แบบนี้ ต้องเปิดทางถอย เพื่อทางหนีทีไล่ไว้ตลอดเวลา ฉะนั้น อย่าทำอะไรที่จะทำให้เป็นอุปสรรคต่อการยุติความสัมพันธ์

- หยุดโลกสวย อยู่ในโลกความเป็นจริง มองทุกอย่างอย่างเป็นจริง อยู่ในโลกโซเชียลฯ อย่าเชื่อง่าย