

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง "อิทธิพลของการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาต่อการเกิดความไม่พึงใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ" เป็นการศึกษาเชิงทดลอง (Experimental Research) ที่ทำการศึกษาเพื่อวัดผลกระทบโดยตรง (Main effect) และผลกระทบร่วม (Interaction effect) ของตัวแปรอิสระ ซึ่งได้แก่ ระดับการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา ที่มีต่อตัวแปรตามคือ ความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ โดยทำการทดลองกับกลุ่มนิสิตเพศหญิง คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีอายุระหว่าง 18 - 20 ปี จำนวน 188 คน ซึ่งได้ถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนละ 3 กลุ่มตามระดับการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และการได้รับชิ้นงานโฆษณาที่ได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้โดยเฉพาะกลุ่มละ 1 ชิ้น ดังรายละเอียดแสดงในตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 แสดงการแบ่งกลุ่มทดลองในรูปแบบแฟคทอเรียล (Factorial design) แบบ 2 (ระดับการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ) X 2 (ขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา) และ 2 กลุ่มควบคุม

ระดับการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ (Level of internalization)	ขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา (Model size in advertising)		กลุ่มควบคุม (Control group)
	นางแบบที่มีขนาดรูปร่างผอมบาง (Thin model)	นางแบบที่มีขนาดรูปร่างมาตรฐาน (Average-size model)	
การยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับสูง (High-internalization)	ได้รับภาพโฆษณาที่ใช้นางแบบขนาดรูปร่างผอมบาง (กลุ่ม H1 จำนวน 32 คน)	ได้รับภาพโฆษณาที่ใช้นางแบบขนาดรูปร่างมาตรฐาน (กลุ่ม H2 จำนวน 31 คน)	ไม่มีนางแบบ (No model)
การยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับต่ำ (Low-internalization)	ได้รับภาพโฆษณาที่ใช้นางแบบขนาดรูปร่างผอมบาง (กลุ่ม L1 จำนวน 31 คน)	ได้รับภาพโฆษณาที่ใช้นางแบบขนาดรูปร่างมาตรฐาน (กลุ่ม L2 จำนวน 33 คน)	ได้รับภาพโฆษณาที่ไม่มีนางแบบ (กลุ่ม C1 จำนวน 30 คน)
			ได้รับภาพโฆษณาที่ไม่มีนางแบบ (กลุ่ม C2 จำนวน 31 คน)

โดยกลุ่มทดลองในการวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มทดลองเพศหญิงทั้งหมด ที่ส่วนใหญ่มีอายุ 19 ปี (ร้อยละ 53.2) รองลงมาอายุ 18 ปี (ร้อยละ 34.6) มีน้ำหนักส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 49 – 59 กิโลกรัม (ร้อยละ 52.1) รองลงมาอยู่ในช่วง 38 – 48 กิโลกรัม (ร้อยละ 37.8) และเกินกว่าครึ่งมีส่วนสูงอยู่ในช่วง 159 – 167 เซนติเมตร (ร้อยละ 61.7) รองลงมามีส่วนสูงอยู่ในช่วง 150 – 158 เซนติเมตร (ร้อยละ 27.7) ซึ่งเมื่อนำน้ำหนัก และส่วนสูงมาคำนวณค่าดัชนีมวลกายแล้ว กลุ่มทดลองส่วนใหญ่มีค่าดัชนีมวลกายอยู่ในช่วง 19 – 22 (ร้อยละ 52.1) รองลงมาที่มีค่าดัชนีมวลกายอยู่ในช่วง 15 - 18 (ร้อยละ 38.3)

สำหรับการวิเคราะห์ และประมวลผลอิทธิพลของการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาที่มีต่อการเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ ผู้วิจัยใช้ค่าสถิติ t-test และ Two-way Analysis of Variance โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% หรือมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 เพื่อทดสอบตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังที่ผู้วิจัยได้รายงานผลไว้ในบทที่ 4 รวมไปถึงการใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) มาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรตามต่างๆ ซึ่งหลังจากการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด ผู้วิจัยสามารถสรุป, อภิปรายผล และนำเสนอข้อเสนอแนะต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

ในส่วนการสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งการรายงานผลแยกออกเป็น 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ผลของระดับการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาที่มีต่อความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินผิดปกติ
- ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ
- ส่วนที่ 3 ผลการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างค่าดัชนีมวลกาย และความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ

ส่วนที่ 1 ผลของการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาที่มีต่อความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ

การยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ

จากการทดสอบการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติกับตัวแปรตามทั้ง 3 ตัวแปร โดยใช้สถิติ Independent Samples *t*-test ในการทดสอบ พบว่า ระดับการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติที่แตกต่างกันส่งผลโดยตรง (Main effect) ต่อความไม่พึงพอใจในรูปร่าง ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พิจารณาได้จาก การที่กลุ่มทดลองที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับสูงมีค่าเฉลี่ยของความไม่พึงพอใจในรูปร่างอยู่ในระดับสูง, ค่าเฉลี่ยของความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองอยู่ในระดับต่ำ และค่าเฉลี่ยของการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มทดลองที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับต่ำ

ดังนั้น จากผลดังกล่าวจึงสรุปผลได้ว่า ผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับสูง หรือผู้หญิงที่ให้ความสำคัญกับขนาดรูปร่างผอมบางตามความนิยมของสังคมอย่างมาก จะมีความไม่พึงพอใจในรูปร่างตนเองในระดับสูง มีความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองอยู่ในระดับต่ำ และมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติมากกว่า ผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับต่ำ ซึ่งเป็นผู้หญิงที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับขนาดรูปร่างผอมบางตามความนิยมของสังคมมากนัก หรือให้ความสำคัญเพียงเล็กน้อย ดังนั้น ผลการทดสอบนี้จึงยอมรับสมมติฐาน H1 ทั้งหมดที่กล่าวว่า "การยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติมีผลกระทบต่อการเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ"

ขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา

จากการทดสอบขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาเป็นตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร โดยใช้สถิติ Independent Samples *t*-test ในการทดสอบ พบว่า ขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาที่แตกต่างกันส่งผลโดยตรง (Main effect) ต่อความไม่พึงพอใจในรูปร่าง ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พิจารณาได้จาก ค่าเฉลี่ยของความไม่พึงพอใจในรูปร่างที่เกิดจากการเปิดรับภาพนางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างผอมบางอยู่ในระดับสูงกว่า ค่าเฉลี่ยของความไม่พึงพอใจในรูปร่างที่เกิดจากการเปิดรับภาพนางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างมาตรฐาน, ค่าเฉลี่ยของระดับความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองที่เกิดจากการเปิดรับภาพนางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างผอมบาง อยู่ในระดับต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของ

ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองที่เกิดจากนางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างมาตรฐาน และค่าเฉลี่ยของการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติที่เกิดจากการเปิดรับภาพนางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างผอมบางอยู่ในระดับสูงกว่า ค่าเฉลี่ยของการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติที่เกิดจากการเปิดรับภาพนางแบบโฆษณาที่มีรูปร่างขนาดมาตรฐานเช่นกัน

ดังนั้นจึงสรุปผลได้ว่า การใช้นางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างผอมบางมีผลต่อการทำให้ผู้หญิงเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่างในระดับสูง มีความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองอยู่ในระดับต่ำ และมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติได้มากกว่า การใช้นางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างมาตรฐาน ดังนั้น ผลการทดสอบนี้จึงยอมรับสมมติฐาน H2 ทั้งหมดที่กล่าวว่า “ขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณามีผลกระทบต่อ การเกิด ความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ”

การยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา

สำหรับการพิจารณาผลกระทบเชิงปฏิสัมพันธ์ (Interaction effect) ของการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาที่มีต่อความไม่พึงพอใจในรูปร่าง ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ โดยการใช้ค่าสถิติ Two-way Analysis of Variance ในการทดสอบ แสดงให้เห็นได้ว่า การยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณามีผลกระทบร่วม (Interaction effect) ต่อการเกิด ความไม่พึงพอใจในรูปร่าง และความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ การยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา ส่งผลกระทบร่วมกันต่อการเกิด ความไม่พึงพอใจในรูปร่าง และความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองของกลุ่มทดลอง อย่างไรก็ตามจากการทดสอบผลของการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณานั้นกลับมีผลกระทบร่วม (Interaction effect) ต่อการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ทั้งการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติในระดับสูง และการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติในระดับต่ำ กับการใช้นางแบบขนาดรูปร่างต่างๆ ทั้งนางแบบที่มีขนาดรูปร่างผอมบาง หรือนางแบบที่มีขนาดรูปร่างมาตรฐาน ไม่ส่งผลกระทบร่วมกันต่อการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติของกลุ่มทดลอง

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณามีผลกระทบร่วมกันต่อความไม่พึงพอใจในรูปร่าง และความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง แต่ไม่มีผลกระทบร่วมกันต่อการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติของผู้เข้าร่วมการวิจัย ผลการทดสอบนี้จึงยอมรับสมมติฐาน H3 แค่เพียงบางส่วนที่กล่าวว่า “การยอมรับค่านิยม

ความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา มีผลกระทบต่อ การเกิด ความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรม การกินที่ผิดปกติ"

ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรม การกินที่ผิดปกติ

สำหรับการพิจารณาความสัมพันธ์ (Correlations) ระหว่างตัวแปรตามต่างๆอันประกอบไปด้วย ความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรม การกินที่ผิดปกติ เมื่อใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์ (Pearson Product Moment Correlations) หาความสอดคล้องระหว่างกันที่ละคู่ พบว่า **ทุกคู่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ** โดยความไม่พึงพอใจในรูปร่าง และความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง มีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางลบ ความไม่พึงพอใจในรูปร่าง และการมีพฤติกรรม การกินที่ผิดปกติ มีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางบวก และ ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรม การกินที่ผิดปกติ มีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางลบ ซึ่งหมายถึง หากกลุ่มทดลองมีความไม่พึงพอใจในรูปร่างอยู่ในระดับสูง กลุ่มทดลองจะมีความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองในระดับต่ำ และมีพฤติกรรม การกินที่ผิดปกติอยู่ในระดับสูง ในทางกลับกัน หากกลุ่มทดลองมีความไม่พึงพอใจในรูปร่างตนเองอยู่ในระดับต่ำ กลุ่มทดลองจะมีความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองในระดับสูง และมีพฤติกรรม การกินที่ผิดปกติอยู่ในระดับต่ำ

ส่วนที่ 3 ผลการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างค่าดัชนีมวลกาย และ ความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรม การกินที่ผิดปกติ

สำหรับการพิจารณาความสัมพันธ์ (Correlations) ระหว่างค่าดัชนีมวลกาย กับความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรม การกินที่ผิดปกติ โดยใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์ (Pearson Product Moment Correlations) หาความสอดคล้องระหว่างกันที่ละคู่ พบว่า ค่าดัชนีมวลกายกับความไม่พึงพอใจในรูปร่าง และค่าดัชนีมวลกายกับความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง **มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ** โดยค่าดัชนีมวลกายกับความไม่พึงพอใจในรูปร่าง มีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางบวก ในขณะที่ค่าดัชนีมวลกายกับความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง มีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางลบ ซึ่งหมายถึง หากกลุ่มทดลองมีค่าดัชนีมวลกายสูง กลุ่มทดลองจะมีความไม่พึงพอใจในรูปร่างอยู่ในระดับสูง และมีความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองอยู่ในระดับต่ำ ในทางกลับกัน หากกลุ่มทดลองมีค่าดัชนีมวลกายต่ำ กลุ่มทดลองจะมีความไม่พึงพอใจในรูปร่างอยู่ในระดับต่ำ และมีความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองอยู่ในระดับสูง แต่จากการหาความสอดคล้องระหว่างค่าดัชนีมวลกายกับการมีพฤติกรรม การกินที่

ผิดปกติ ผลที่ได้กลับพบว่า ค่าดัชนีมวลกาย และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติมีความสัมพันธ์กันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งหมายถึง ไม่ว่าจะกลุ่มทดลองจะมีค่าดัชนีมวลกายสูง หรือค่าดัชนีมวลกายต่ำ ค่าดัชนีมวลกายดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์กับการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติที่มากขึ้นหรือน้อยลง

วิเคราะห์และอภิปรายผล

จากสรุปผลการวิจัยข้างต้น สามารถแยกวิเคราะห์และอภิปรายผลถึงอิทธิพลของตัวแปรต้นที่มีต่อการเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ ได้ออกเป็น 5 ส่วน คือ 1) ผลของการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ 2) ผลของขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา 3) ผลของทั้งการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา 4) ความสัมพันธ์ระหว่างการเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ และ 5) ความสัมพันธ์ระหว่างค่าดัชนีมวลกาย และการเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ โดยในแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลของการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ

จากผลการทดสอบที่พบว่า ผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับสูงจะมีความไม่พึงพอใจในรูปร่างในระดับสูง มีความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองอยู่ในระดับต่ำ และมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติที่มากกว่า ผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับต่ำ ซึ่งยอมรับสมมติฐาน H1 ทั้งหมดที่กล่าวว่า “การยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติมีผลกระทบต่อ การเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ” นั้น เมื่อพิจารณาตามแนวคิดความไม่สอดคล้องในตัวตน (Self-discrepancy theory) ที่กล่าวว่า บุคคลจะเปรียบเทียบขนาดรูปร่างตนเองกับความเป็นอุดมคติที่ได้สังสม หรือเรียนรู้มาจากหลายๆแหล่ง (Wykes & Gunter, 2005) และเมื่อตัวตนถูกรับรู้ว่ามี ความไม่สอดคล้องกัน ความไม่พึงพอใจในรูปร่าง ความวิตกกังวลใจอื่นๆ รวมถึงพฤติกรรมในการทำให้รูปร่างของตนเองมีความสอดคล้องกับความเป็นอุดมคติมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น (Banfield, 2002; Higgin, 1987) แล้วนั้น จะสามารถอธิบายถึงผลที่พบในส่วนนี้ได้ว่า เป็นเพราะเมื่อผู้หญิงเปรียบเทียบรูปร่างตนเองกับความผอมในอุดมคติที่ได้เรียนรู้ หรือยอมรับมา แล้วรู้สึกถึงความไม่สอดคล้องกันระหว่างรูปร่างของตนในความจริงกับรูปร่างในความเป็นอุดมคติที่คาดหวัง ผู้หญิงจึงรู้สึกผิดหวังกับรูปร่าง ไม่พึงพอใจในรูปร่าง ขาดความภาคภูมิใจในตนเอง รวมถึงพฤติกรรมต่างๆ ในการลดน้ำหนักจึงอาจเกิดขึ้นก็เป็นได้ ประกอบกับผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมใน

อุดมคติระดับสูง คือ ผู้หญิงที่ให้ความสำคัญกับเรื่องของความผอมอย่างมาก ดังนั้น ย่อมเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจในรูปร่างในระดับสูง และมีความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองอยู่ในระดับต่ำ รวมถึงมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติได้มากกว่า ซึ่งเมื่อทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ค่าเฉลี่ยของความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และค่าเฉลี่ยของการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ ระหว่างกลุ่มควบคุมที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับสูง (กลุ่ม C1) กับกลุ่มควบคุมที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับต่ำ (กลุ่ม C2) แล้ว ผลที่พบก็ออกมาในลักษณะเดียวกัน คือกลุ่มที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับสูงมีความไม่พึงพอใจในรูปร่างในระดับสูง และมีความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองอยู่ในระดับต่ำ นอกจากนี้ยังมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติที่มากกว่า ผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับต่ำ เช่นกัน ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า การยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติมีผลลักษณะดังกล่าวต่อตัวแปรตามทั้ง 3 จริง

และเมื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยในส่วนที่พบว่า ผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับสูงมีความไม่พึงพอใจในรูปร่างมากกว่าผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับต่ำ อันเป็นการสนับสนุนสมมติฐาน H1a ที่ว่า "การยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติแตกต่างกันส่งผลต่อการเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่างแตกต่างกัน" กับการศึกษาของ Low (2003) ที่ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ กับความวิตกกังวลใจในเรื่องน้ำหนักตัว และภาพลักษณ์เกี่ยวกับรูปร่างในผู้หญิงแล้ว สามารถพบได้ว่า ผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับสูงมีความวิตกกังวล และไม่พึงพอใจในรูปร่างตนเองมากกว่า ผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับต่ำเช่นเดียวกัน

นอกจากนั้นจากผลที่พบยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Stice (2001, as cited in Thompson & Stice, 2001) และงานวิจัยของ Forbes (2005) ที่พบว่า การยอมรับถึงค่านิยมในเรื่องของความผอมสามารถนำไปสู่การทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่างได้ รวมถึงยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Cattarin et al. (In press, as cited in Thompson & Heinberg, 1999) และผลงานวิจัยของ Halliwell & Dittmar (2004) ด้วยอีกเช่นกันที่พบว่า ผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับสูงมีความไม่พึงพอใจในเรื่องของน้ำหนักตัว และลักษณะรูปร่างของตนเอง (Appearance) โดยรวมมากกว่า ผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับต่ำ

ส่วนผลการวิจัยที่พบว่า ผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับสูงมีความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองอยู่ในระดับต่ำกว่าผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดม

คติดระดับต่ำ อันเป็นการสนับสนุนสมมติฐาน H1b ที่ว่า “การยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติแตกต่างกันส่งผลต่อระดับความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองแตกต่างกัน” นั้น ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะความภาคภูมิใจในตนเองที่อยู่ในระดับต่ำของผู้หญิง ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความผิดหวังและไม่พึงพอใจในรูปร่าง หรืออาจกล่าวได้ว่า เพราะลักษณะรูปร่างจัดเป็นลักษณะทางกายภาพ (Physical attribute) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความภาคภูมิใจในตนเองของบุคคล (Coopersmith, 1981 อ้างถึงใน ขวณพิศ สันติโรจน์ประไพ, 2535) และเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้บุคคลเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง (Atwater, 1992) ดังนั้น ถ้าผู้หญิงรู้สึกดี หรือรู้สึกพึงพอใจกับลักษณะรูปร่างของตนเองมากเท่าไร ผู้หญิงจะยิ่งมีความภาคภูมิใจในตนเองมากยิ่งขึ้นเท่านั้น และผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติดระดับต่ำ คือผู้หญิงที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องของความผอมมากนัก ดังนั้น จึงมีความพึงพอใจในรูปร่าง และความภูมิใจในตนเองมากกว่าผู้หญิงที่ให้ความสำคัญกับเรื่องของความผอม

นอกจากนั้น ความภาคภูมิใจในตนเองของแต่ละบุคคลยังขึ้นอยู่กับค่านิยม และการประเมินตนเองกับสิ่งต่างๆ ที่เขาให้ความสำคัญ รวมถึงมีแนวโน้มที่จะใช้ค่านิยมของสังคมเป็นตัวตัดสินคุณค่าของตน (Coopersmith, 1981 อ้างถึงใน ขวณพิศ สันติโรจน์ประไพ, 2535) ดังนั้น ผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติดระดับสูงจึงมีแนวโน้มที่จะใช้เรื่องของความผอมที่เป็นสิ่งที่สังคมให้ความสำคัญเป็นตัวตัดสินคุณค่าของตนมากกว่าผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติดระดับต่ำ ดังนั้นจึงอาจทำให้ผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติดระดับต่ำมีความภาคภูมิใจในตนเองอยู่ในระดับสูงมากกว่า ผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติดระดับสูงก็เป็นได้

และในส่วนของผลที่พบว่า ผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติดระดับสูงมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติมากกว่าผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติดระดับต่ำ อันเป็นการสนับสนุนสมมติฐาน H1c ที่ว่า การยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติแตกต่างกันส่งผลต่อการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติแตกต่างกันนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Banfield (2002) ที่พบว่า ระดับที่ผู้หญิงให้ความสำคัญกับเรื่องของความผอมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่ผู้หญิงพยายามเปลี่ยนแปลงรูปร่างตนเองให้เหมาะสมกับภาพความผอมที่เป็นอุดมคติ ทั้งนี้จึงอาจกล่าวได้ว่า ยิ่งผู้หญิงให้ความสำคัญกับเรื่องของความผอมมากเท่าไร แนวโน้มที่จะใช้วิธีการที่ผิดๆ ในการลดน้ำหนักเพื่อให้รูปร่างตนเองผอมลงยิ่งมีมากยิ่งขึ้น นอกจากนั้นจากการศึกษาวิจัยพบอีกด้วยว่า ผลการทดสอบในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Stice (2001, as cited in Thompson & Stice, 2001) ที่พบว่า การยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติสามารถนำไปสู่ความไม่พึงพอใจในรูปร่าง การอดอาหาร และผลกระทบเชิงลบต่างๆ ที่เพิ่มมากขึ้น อันนำไปสู่การ

มีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติตามมา ซึ่งเป็นผลที่พบได้ในงานวิจัยของ Thompson et al. (1995, as cited in Thompson & Stice, 2001) เช่นกัน

อย่างไรก็ตาม สาเหตุของการที่การยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติสามารถส่งผลต่อการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติในกลุ่มผู้หญิงนั้นอาจเป็นไปตามเหตุผลที่ Stice และ Shaw (1994, as cited in Hawkins et al., 2004) กล่าวไว้ว่า เป็นเพราะการตั้งเป้าหมายของการมีรูปร่างที่เป็นได้เพียงในอุดมคติ (Unrealistic) จึงทำให้ผู้หญิงที่มีการยอมรับถึงค่านิยมในเรื่องความผอมมักประสบกับความไม่พึงพอใจในรูปร่าง จนต้องใช้วิธีการที่ผิดๆ ในการลดน้ำหนัก เช่น การลดน้ำหนักอย่างหนัก (Extreme dieting), การทำให้ตนเองอาเจียน (Vomiting), การใช้ยาระบายในทางที่ผิด (Laxative abuse) หรือการออกกำลังกายอย่างหนัก (Extreme exercising) ดังนั้นผู้หญิงที่ให้ความสำคัญกับเรื่องของความผอม หรือผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับสูงจึงมักใช้วิธีที่ผิดๆ ในการลดน้ำหนักเพื่อให้รูปร่างตนเองมีความสอดคล้องกับความเป็นอุดมคติมากกว่า ผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับต่ำ หรือผู้หญิงที่ให้ความสำคัญกับเรื่องของความผอมเพียงเล็กน้อยนั่นเอง

นอกจากนั้น เมื่อพิจารณาตามทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social learning theory) ที่ว่าบุคคลมีแนวโน้มในการมีพฤติกรรม หรือทำกิจกรรมที่ทำให้ตนได้รับแรงเสริมในเชิงบวก และมีแนวโน้มในการหลีกเลี่ยงจากแรงเสริมในเชิงลบ (Levitt, 2003) แล้วนั้น สามารถนำมาอธิบายถึงผลที่พบในส่วนนี้ได้ว่า อาจเป็นเพราะผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับสูงมีความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงตนเองให้เป็นไปตามค่านิยมของสังคมที่มักให้ความสำคัญ หรือชื่นชอบบุคคลที่มีขนาดรูปร่างผอมบาง ดังนั้นจึงเป็นไปได้ที่ผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับสูงจะมีความเกรงกลัวต่อความอ้วน (Fear of fat) และมีแรงผลักดันในการทำให้ตนเองมีรูปร่างผอมบาง (Drive for thinness) โดยใช้วิธีต่างๆ ที่อาจเป็นวิธีที่ผิดในการลดน้ำหนักเพื่อให้ตนเองเป็นที่ชื่นชอบ ได้รับคำชื่นชม หรือได้รับความสนใจจากบุคคลรอบข้าง ซึ่งจัดเป็นแรงเสริมเชิงบวก แทนการได้รับแรงเสริมในเชิงลบ เช่น การถูกล้อเลียน ถูกแบ่งแยก ฯลฯ มากกว่าผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับต่ำ ดังนั้นจึงทำให้ผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับสูงมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติได้มากกว่า ดังผลที่พบ

ส่วนที่ 2 ผลของขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา

จากผลการทดสอบที่พบว่า โฆษณาที่ใช้นางแบบที่มีขนาดรูปร่างผอมบางทำให้ผู้หญิงเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่างในระดับสูง มีความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองอยู่ในระดับต่ำ และมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติได้มากกว่า โฆษณาที่ใช้นางแบบที่มีขนาดรูปร่างมาตรฐาน อันเป็นการ

ยอมรับสมมติฐานข้อ H2 ทั้งหมดที่กล่าวว่า “ขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา มีผลกระทบต่อการศึกษาความไม่พึงพอใจในรูปร่าง ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ” นั้น สามารถอธิบายโดยอิงตามทฤษฎีการเปรียบเทียบทางสังคมได้ว่าการที่ผู้หญิงเปิดรับภาพโฆษณาที่ใช้นางแบบที่มีรูปร่างผอมบาง ซึ่งเปรียบเสมือนผู้ที่มีความเหนือกว่าในด้านความงาม หรือความน่าดึงดูดใจแล้วนั้น ผู้หญิงจะประเมินระดับความน่าดึงดูดใจของตนเองผ่านทาง การเปรียบเทียบแบบขึ้นสูง (Upward comparison) กับนางแบบในงานโฆษณา (Martin, 1993; Martin & Kennedy, 1994; Richins, 1991) และผลจากการประเมินดังกล่าวอาจทำให้ผู้หญิงเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่างตนเอง พร้อมกับความกดดันจากการอยากมีรูปร่างเหมือนกับนางแบบในโฆษณา ดังนั้น การเปรียบเทียบตนเองกับนางแบบที่มีรูปร่างผอมกว่าในสื่อ จึงทำให้ผู้หญิงเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง (Botta, 1999; Richins, 1991) ซึ่งสามารถส่งผลกระทบในเชิงลบต่อความภาคภูมิใจในตนเอง รวมถึงเกิดพฤติกรรมบางอย่างในการทำให้ตนเองมีรูปร่างเหมือนกับนางแบบเหล่านั้นได้ (Miejeong, 2003)

โดยจากผลการวิจัยในส่วนที่พบว่า ความไม่พึงพอใจในรูปร่างที่เกิดจากนางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างผอมบางอยู่ในระดับสูงกว่า ความไม่พึงพอใจในรูปร่างที่เกิดจากนางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างมาตรฐาน อันเป็นการสนับสนุนสมมติฐาน H2a ที่กล่าวว่า “โฆษณาที่ใช้นางแบบที่มีขนาดรูปร่างต่างกันส่งผลต่อความไม่พึงพอใจในรูปร่างแตกต่างกัน” นั้น เมื่อพิจารณาจากข้อสรุปของงานวิจัยของ Richins (1991) ที่ศึกษาบทบาทของการเปรียบเทียบทางสังคมกับภาพความเป็นอุดมคติจากงานโฆษณาแล้ว สามารถพบได้ว่ามีความคล้ายคลึงกันอย่างมาก เพราะเมื่อนักศึกษาผู้หญิงในระดับมหาวิทยาลัยเปรียบเทียบตนเองกับนางแบบในงานโฆษณา ผลการเปรียบเทียบนั้นๆทำให้เกิดความรู้สึกในเชิงลบต่อตนเอง (Negative self-feeling) รับรู้ถึงความน่าดึงดูดใจของตนเองต่ำลง และเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจในภาพลักษณ์ของตนเองมากขึ้น ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะภาพนางแบบเปรียบเสมือนภาพที่ผู้หญิงปรารถนาที่จะอยากให้ตนเองเป็น (Ideal-self) ดังนั้น ความรู้สึกในเชิงลบจึงอาจเกิดขึ้นได้ เมื่อผู้หญิงทำการเปรียบเทียบแล้วพบว่า ตัวตนในความเป็นจริง (Actual-self) กับแนวทางที่ตนเองต้องการเป็น (Self-guides) ไม่สอดคล้องกัน (Higgins, 1987)

ทั้งนี้ จากการศึกษายังพบอีกด้วยว่า ผลการทดลองในส่วนนี้มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Tiggemann และ McGill (2004) ที่ให้กลุ่มทดลองเปิดรับภาพนางแบบในงานโฆษณา แล้วพบว่า การเปิดรับภาพดังกล่าวสามารถนำไปสู่การทำให้ผู้หญิงมีสภาพทางอารมณ์ที่ขุ่นมัว (Negative mood) รวมถึงเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่างตนเองได้

นอกจากนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับผลงานวิจัยของ Stice และ Shaw (1994, as cited in Cusumano, 1997) ที่ศึกษาผลกระทบของสื่อที่นำเสนอในเรื่องของความผอมในอุดมคติที่มีต่อผู้หญิง โดยแบ่งกลุ่มผู้เข้าร่วมการทดลองออกเป็น 3 กลุ่ม เพื่อให้เปิดรับภาพ 3 ชนิด ได้แก่ ภาพนางแบบที่มีขนาดรูปร่างผอมบาง, ภาพนางแบบที่มีขนาดรูปร่างมาตรฐาน และภาพที่ไม่ได้ใช้นางแบบเช่นเดียวกันกับการทดลองในครั้งนี้ จะพบได้ว่ามีความสอดคล้องกันอย่างยิ่ง เพราะผลที่ได้พบว่า กลุ่มที่เปิดรับภาพนางแบบที่มีขนาดรูปร่างผอมบางมีสภาพทางอารมณ์ในเชิงลบ และเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่างตนเองมากกว่ากลุ่มอื่นๆเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม ผลที่พบกลับขัดแย้งกับงานวิจัยของ Clay et al. (2005) บางส่วนที่พบว่ากลุ่มทดลองที่เปิดรับภาพนางแบบที่มีขนาดรูปร่างผอมบาง มีความไม่พึงพอใจในรูปร่างไม่แตกต่าง จากกลุ่มทดลองที่เปิดรับภาพนางแบบที่มีขนาดรูปร่างมาตรฐาน

ในขณะที่งานวิจัยของ Irving (1990, as cited in Thompson & Heinberg, 1999), งานวิจัยของ Kolodner (1997, as cited in Thompson & Heinberg, 1999) , งานวิจัยของ Hargreaves (2002, as cited in Media effect on girl, n.d.) และงานวิจัยของ Bessenoff (2006) ได้พบผลในลักษณะเดียวกันกับงานศึกษาในครั้งนี้ ว่าการเปิดรับภาพนางแบบที่มีขนาดรูปร่างผอมบางเป็นสาเหตุให้ผู้หญิงเกิดความวิตกกังวลใจในรูปร่าง (Anxiety) ไม่พึงพอใจกับปริมาณน้ำหนัก และลักษณะรูปร่างของตนเองมากกว่า การเปิดรับภาพชนิดอื่นๆ ในงานวิจัยของ Halliwell และ Dittmar (2004) เองก็เช่นเดียวกันที่พบว่า กลุ่มทดลองที่เปิดรับภาพนางแบบที่มีขนาดรูปร่างผอมบางมีความไม่พึงพอใจในรูปร่างมากกว่า กลุ่มทดลองที่เปิดรับภาพนางแบบที่มีขนาดรูปร่างมาตรฐาน

ส่วนผลการวิจัยที่พบว่า ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองที่เกิดจากนางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างผอมบางอยู่ในระดับต่ำกว่า ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองที่เกิดจากนางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างมาตรฐาน และภาพโฆษณาที่ไม่มีนางแบบ อันเป็นการสนับสนุนสมมติฐาน H2b ที่กล่าวว่า "โฆษณาที่ใช้นางแบบที่มีขนาดรูปร่างต่างกันส่งผลต่อความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองแตกต่างกัน" นั้น ผลที่พบขัดแย้งกับงานวิจัยของ Clay et al. (2005) บางส่วนที่พบว่า กลุ่มทดลองที่เปิดรับภาพนางแบบที่มีขนาดรูปร่างผอมบาง มีความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองไม่แตกต่าง จากกลุ่มทดลองที่เปิดรับภาพนางแบบที่มีขนาดรูปร่างมาตรฐาน

ในขณะที่ผลที่พบนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Irving (1990, as cited in Thompson & Heinberg, 1999) ที่ให้ผู้เข้าร่วมการทดลองเปิดรับภาพนางแบบที่มีขนาดรูปร่างผอมบาง, นางแบบที่มีขนาดรูปร่างมาตรฐาน และนางแบบที่มีขนาดรูปร่างอ้วน แล้วพบว่า กลุ่มที่เปิดรับ

ภาพนางแบบที่มีขนาดรูปร่างผอมบางมีความภาคภูมิใจในตนเองอยู่ในระดับต่ำกว่า กลุ่มที่เปิดรับภาพนางแบบที่มีขนาดรูปร่างมาตรฐาน และกลุ่มที่เปิดรับภาพอื่นๆ รวมถึงในงานวิจัยของ Hawkins et al. (2004) และงานวิจัยของ Bessenoff (2006) ก็เช่นกันที่ให้ผู้เข้าร่วมการทดลองเปิดรับภาพนางแบบที่มีขนาดรูปร่างผอมบาง และภาพที่ไม่ได้ใช้นางแบบ แล้วพบว่า กลุ่มที่เปิดรับภาพนางแบบที่มีรูปร่างผอมบางเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากการเปิดรับมากที่สุด

ส่วนในส่วนของผลที่พบว่า นางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างผอมบางส่งผลต่อการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติได้มากกว่านางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างมาตรฐาน อันเป็นการสนับสนุนสมมติฐาน H2c ที่กล่าวว่า "ขนาดรูปร่างของนางแบบแตกต่างกันส่งผลต่อการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติแตกต่างกัน" นั้น สามารถเป็นไปได้ว่า เมื่อผู้หญิงเปรียบเทียบขนาดรูปร่างตนเองกับขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาแล้วพบว่านางแบบมีขนาดรูปร่างที่สมส่วน และผอมบางกว่าตนมาก ผู้หญิงจึงคิดว่าหากตนเองดื่อกาแฟหรือดื่มน้ำหนึ่งจะสามารถทำให้มีรูปร่างเหมือนกับนางแบบในงานโฆษณาเหล่านั้นได้ และรูปร่างที่ผอมบางของนางแบบในงานโฆษณาก็มักเป็นความผอมที่เป็นอุดมคติที่ผู้หญิงเพียงน้อยคนจะมีรูปร่างเป็นเช่นนั้น (Spitzer et al., 1999) เมื่อเปรียบเทียบกับนางแบบในงานโฆษณาที่มีรูปร่างขนาดมาตรฐาน ดังนั้นจึงทำให้ผู้หญิงส่วนใหญ่ที่เปรียบเทียบแล้วพบว่าตนเองมีขนาดรูปร่างที่ใหญ่กว่า เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม (Miejeong, 2003; Morry, 2001; Myers & Biocca, 1992) โดยมีจุดมุ่งหวังที่ว่าตนจะมีรูปร่างที่ดีกว่าเดิมได้ ความคิดดังกล่าวจัดเป็นลักษณะหนึ่งของความคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง คิดว่าตนเองสามารถที่จะเป็น หรือมีแนวโน้มที่จะเป็นได้ในอนาคต ดังที่ Moven และ Minor (2001) ได้จัดไว้เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งของแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-concept) และเรียกองค์ประกอบดังกล่าวว่า เป็นตัวตนตามความเป็นไปได้ (Possible-self) นั่นเอง

อย่างไรก็ตาม เมื่อทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ค่าเฉลี่ยของความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และค่าเฉลี่ยของการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ ระหว่างกลุ่มทดลองที่ได้รับภาพโฆษณาที่ใช้นางแบบที่มีขนาดรูปร่างผอมบาง (กลุ่ม H1, L1) กับกลุ่มควบคุม ที่ได้รับภาพที่ไม่มีนางแบบ (กลุ่ม C1, C2) แล้ว ผลที่ได้พบว่า กลุ่มทดลองที่ได้รับภาพโฆษณาที่ใช้นางแบบที่มีขนาดรูปร่างผอมบางมีความไม่พึงพอใจในรูปร่างในระดับสูง มีความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองอยู่ในระดับต่ำ และมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติอยู่ในระดับสูงมากกว่ากลุ่มทดลองที่ได้รับภาพโฆษณาที่ไม่มีนางแบบเช่นเดียวกัน ในขณะที่เมื่อทดสอบเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มทดลองที่ได้รับภาพโฆษณาที่ใช้นางแบบที่มีขนาดรูปร่างมาตรฐาน (กลุ่ม H2, L2) กับกลุ่มควบคุมที่ได้รับภาพที่ไม่มีนางแบบ (กลุ่ม C1, C2) ผลที่ได้กลับไม่พบความแตกต่างของความไม่พึงพอใจในรูปร่าง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ แต่พบความแตกต่างในด้านของความ

ภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง ที่กลุ่มทดลองที่ได้รับภาพโฆษณาที่ใช้นางแบบขนาดรูปร่างมาตรฐานมีอยู่ในระดับต่ำมากกว่า ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่า เป็นเพราะนางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างมาตรฐานอาจไม่ได้มีผลทำให้ผู้เข้าร่วมการทดลองถึงขนาดเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง หรือมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติได้ เพียงแต่ทำให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองน้อยลงเล็กน้อยเท่านั้น เมื่อเปรียบเทียบกับนางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างผอมบางที่ทำให้ผู้เข้าร่วมการทดลองเกิดความรู้สึกในเชิงลบได้หลายทางมากกว่า

ส่วนภาพโฆษณาที่ไม่ได้ใช้นางแบบ จะเห็นได้ว่า เป็นภาพที่มีผลกระทบต่อการเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติของผู้เข้าร่วมการทดลองน้อยที่สุด ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่า เป็นเพราะภาพดังกล่าวไม่มีเป้าหมายของการเปรียบเทียบ (Comparison target) ที่เฉพาะเจาะจง ที่จะสามารถทำให้ผู้เข้าร่วมการทดลองเกิดการประเมินตนเอง (Self-evaluation) ได้ ดังนั้น การถูกคุกคามทางความรู้สึก อันเป็นความรู้สึกในเชิงลบจากการที่บุคคลรู้สึกถึงการมีลักษณะที่ด้อยกว่า จึงมีโอกาสเกิดขึ้นได้น้อยลง (Miejeong, 2003)

ดังนั้น จากผลที่พบทั้งหมดจึงสรุปได้ว่า การใช้นางแบบที่มีขนาดรูปร่างผอมบางในงานโฆษณาสามารถมีผลต่อความไม่พึงพอใจในรูปร่าง ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติของผู้หญิงได้มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับการใช้นางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างมาตรฐาน หรือไม่ได้ใช้นางแบบ ทั้งนี้จึงเป็นไปตามที่ Pollay (1986, as cited in Gulas, 2000) เคยเสนอไว้ว่า โฆษณาสามารถส่งผลได้ในหลายทิศทาง ทั้งผลที่เป็นไปตามความตั้งใจ ซึ่งก็คือ การบรรลุตรงตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ เช่น การสร้างการตระหนักรู้ การสร้างการจดจำ ฯลฯ ในขณะที่ในอีกแง่มุมหนึ่ง โฆษณาก็อาจส่งผลในแบบที่ไม่ได้เป็นไปตามความตั้งใจก็เป็นได้ หรือก็คือการเกิดผลกระทบในเชิงลบต่างๆ ดังที่ผลการวิจัยในครั้งนี้ได้แสดงให้เห็นว่า เมื่อใช้นางแบบที่มีขนาดรูปร่างผอมบางในงานโฆษณาทำให้เกิดผลกระทบในเชิงลบต่อผู้หญิงได้มากกว่าการใช้นางแบบที่ขนาดรูปร่างมาตรฐาน หรือไม่มีนางแบบในงานโฆษณานั้นเอง

ส่วนที่ 3 ผลของการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา

จากผลการวิจัย ที่ได้นำระดับการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติมาจับคู่กับขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา พบว่า ระดับการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณามีผลกระทบร่วมกันต่อการเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง และระดับความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นการสนับสนุน

สมมติฐาน H3a ที่กล่าวว่า “การยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา มีผลกระทบต่อ การเกิด ความไม่พึงพอใจในรูปร่าง” และ **สมมติฐาน H3b** ที่กล่าวว่า “การยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา มีผลกระทบต่อระดับความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง” นั้น สามารถกล่าวได้ว่า อาจเป็นเพราะเมื่อผู้หญิงเปิดรับภาพความผอมที่น่าเสนาจากสื่อ ผู้หญิงจะอยู่ในภาวะของการเปรียบเทียบทางสังคมระหว่างตนเองกับภาพความเป็นอุดมคติเหล่านั้น และการเปิดรับที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอจะทำให้ผู้หญิงเกิดการยอมรับ และยึดติดกับความรู้สึกที่ว่าตนเองยังไม่มีรูปร่างที่ผอมบางเพียงพอ (Stice & Shaw, 1994, as cited in Hawkins et al, 2004) ดังนั้น เมื่อผู้หญิงที่มีการยอมรับ และยึดติดกับค่านิยมดังกล่าวมาเปิดรับภาพนางแบบที่มีรูปร่างผอมบางในงานโฆษณา จึงยิ่งทำให้ทั้ง 2 ตัวแปรส่งผลกระทบต่อ การเกิด ความไม่พึงพอใจในรูปร่าง และความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง โดยหากพิจารณาจากผลงานศึกษาของ Halliwell และ Dittmar (2004) ที่มีการให้ผู้เข้าร่วมการทดลองเปิดรับภาพโฆษณา 3 ชนิด ได้แก่ ภาพโฆษณาที่ใช้นางแบบรูปร่างผอมบาง, ภาพโฆษณาที่ใช้นางแบบขนาดรูปร่างมาตรฐาน และภาพโฆษณาที่ไม่ได้ใช้นางแบบ พร้อมกับมีการใช้มาตรวัด SATAQ วัดถึงระดับการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ ก็พบว่า ผู้เข้าร่วมการทดลองที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับสูงมีความวิตกกังวลใจในรูปร่างมากกว่า ผู้เข้าร่วมการทดลองที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติต่ำ เมื่อเปิดรับภาพนางแบบที่มีรูปร่างผอมบางในงานโฆษณา ซึ่งเป็นภาพที่มีผลต่อความวิตกกังวลใจในรูปร่างของผู้หญิงมากกว่าภาพโฆษณาชนิดอื่นๆเช่นกัน

นอกจากนั้นเมื่อพิจารณาตามแนวคิด ของ Clay et al. (2005) ที่เสนอว่า การยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับสูงสามารถทำให้มาตรฐานทางการเปรียบเทียบในเรื่องความงามของผู้หญิงเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงนำไปสู่การเปรียบเทียบทางสังคมที่เพิ่มมากขึ้นได้นั้น จะสามารถสรุปกรณีนี้ได้ว่าเป็นเพราะสาเหตุดังกล่าวที่ทำให้ความไม่พึงพอใจในรูปร่างในระดับสูง และความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองที่อยู่ในระดับต่ำเกิดขึ้นกับกลุ่มทดลองที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับสูงได้มากกว่า กลุ่มทดลองที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับต่ำ หลังจากการเปิดรับภาพนางแบบที่มีรูปร่างผอมบางในงานโฆษณา ทั้งนี้เพราะทั้ง 2 กลุ่มมีมาตรฐานทางการเปรียบเทียบในเรื่องความงามอยู่ในระดับที่แตกต่างกัน กล่าวคือ การมีมาตรฐานทางการเปรียบเทียบที่สูง และไม่สามารถจะบรรลุได้ สามารถทำให้เกิดความคับข้องใจ (Frustration) ไม่พึงพอใจในรูปร่าง พร้อมกับความภาคภูมิใจในรูปร่างที่อยู่ในระดับต่ำได้มากกว่านั่นเอง

และสำหรับการวัดผลกระทบร่วมระหว่างการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาที่มีต่อการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกตินั้น จากการทดสอบค่าสถิติ พบว่า ไม่มีผลกระทบร่วมกันระหว่างการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาต่อการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ ดังนั้น จึงเป็นการ **ปฏิเสธสมมติฐาน H3c** ที่กล่าวว่า "การยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณามีผลกระทบร่วมต่อการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ" แต่ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจากผลเดิมที่ทดสอบแยกกันจะพบว่า ทั้งการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาต่างส่งผลต่อการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติเช่นกัน แต่เมื่อนำมาจับคู่กันแล้วกลับพบว่า ทั้งสองตัวแปรไม่ส่งผลต่อการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติของผู้เข้าร่วมการทดลองแต่อย่างใด ทั้งนี้จากกรณีดังกล่าวอาจอธิบายได้ว่า อาจเป็นเพราะค่าเฉลี่ยของการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติของกลุ่มผู้เข้าร่วมการทดลองที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติดีระดับสูงอยู่ในระดับที่สูง และค่าเฉลี่ยของการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติของกลุ่มผู้เข้าร่วมการทดลองที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติดีระดับต่ำอยู่ในระดับที่ต่ำ เมื่อเปิดรับภาพนางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างผอมบาง และภาพนางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างมาตรฐาน ดังนั้น จึงทำให้ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของการมีผลกระทบร่วมกันของทั้งสองปัจจัยอยู่ในระดับที่ไม่สามารถจะพบถึงการมีผลกระทบร่วมกันได้นั่นเอง

ผลการวิจัยเพิ่มเติม

ในส่วนนี้ เป็นการอภิปรายถึงการวิจัยเพิ่มเติมที่ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรตามต่างๆ ซึ่งในแต่ละส่วนนั้น มีการนำเสนอไว้ดังต่อไปนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างการเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ

จากผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างการเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ โดยการหาความสัมพันธ์ระหว่างกันที่ละคู่ พบว่า ทุกคู่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความไม่พึงพอใจในรูปร่างมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางลบกับความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางบวกกับการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ ส่วนความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองกับการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติพบว่ามีสัมพันธ์กันไปในทิศทางลบ ซึ่งสรุปได้ว่า หากความไม่พึงพอใจในรูปร่างอยู่ในระดับสูง บุคคลจะมีความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองจะอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งจะส่งผลต่อการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติในระดับที่สูงขึ้น ในทางกลับกัน หากความไม่พึงพอใจใน

รูปร่างตนเองอยู่ในระดับต่ำ บุคคลจะมีความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองอยู่ในระดับสูง และจะส่งผลต่อการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติบ่อยลง ดังนั้น จากผลที่พบจึงสามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ดังกล่าวได้ว่า เป็นเพราะเมื่อใดก็ตามที่ผู้หญิงเกิดความไม่พึงพอใจ หรือมีความรู้สึกในเชิงลบต่อรูปร่างหรือร่างกายส่วนใดส่วนหนึ่งของตนเอง เช่น รู้สึกว่าหน้าท้อง ต้นขา หรือสะโพกของตนเองใหญ่เกินไป เมื่อนั้นผู้หญิงจะขาดความมั่นใจ ขาดความภาคภูมิใจในตนเอง ดังที่ Roger (1961) เคยเสนอไว้ว่า เมื่อตัวตนตามความเป็นจริง กับตัวตนที่พึงปรารถนามีความแตกต่างกันมาก บุคคลจะสูญเสียความภาคภูมิใจ และขาดการนับถือตนเอง ดังนั้นจึงทำให้บุคคลเหล่านี้มีความต้องการที่จะลดน้ำหนักเพื่อให้รูปร่างเกิดความสมส่วน รวมถึงเพื่อให้ตนเองมีความสอดคล้องกับมาตรฐาน (Standard) หรือแนวทางที่ตนเองต้องการเป็น (Self-guides) ซึ่งการลดน้ำหนักดังกล่าวก็มักจะเป็นวิธีที่ผิดๆที่อาจส่งผลเสียต่อร่างกาย และสุขภาพ จนสามารถนำไปสู่การมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติได้ (Polivy & Hermann, 2002) และจะยังมีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้นหากบุคคลมีความไม่พึงพอใจในรูปร่างตนเองอยู่ในระดับสูง (Stice et al., 1994)

นอกจากนั้น เมื่อพิจารณาตามแนวคิดของ Forbe (2005) และ Choate (2006) ที่กล่าวไว้ว่า ปัญหาที่เกิดจากความไม่พึงพอใจในภาพลักษณ์เกี่ยวกับรูปร่างมีความสัมพันธ์กับความภาคภูมิใจในตนเองที่ต่ำลง ควบคู่ไปกับการลดทอนทางสภาพจิตใจซึ่งรวมไปถึงปัจจัยเสี่ยงในเรื่องของพฤติกรรมการกินอาหาร ก็พบว่ามีความสอดคล้องกับผลการวิจัยในส่วนนี้ที่พบว่า ความไม่พึงพอใจในรูปร่างมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางลบกับความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางลบกับการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติเช่นกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างค่าดัชนีมวลกาย และการเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ

อย่างที่นำเสนอไปว่า ผู้วิจัยได้มีการเพิ่มตัวแปรในด้านค่าดัชนีมวลกายเพื่อหาความสัมพันธ์กับการเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติด้วย นอกเหนือจากการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 3 ดังกล่าวข้างต้น ซึ่งจากการทดสอบผลที่ได้พบว่า ค่าดัชนีมวลกายมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางบวกกับความไม่พึงพอใจในรูปร่าง และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางลบกับความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่า หากค่าดัชนีมวลกายอยู่ในระดับสูง ความไม่พึงพอใจในรูปร่างจะอยู่ในระดับสูงเช่นกัน (Blowers et al., 2003; Ricciardelli & McCabe, 2001; Stice, 1998, as cited in Blowers, Loxton, Grady-Flesser, Occhipinti & Dawe, 2003) และเมื่อความไม่พึงพอใจในรูปร่างอยู่ในระดับสูง ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองของบุคคลก็จะลดต่ำลง (Hawkins et al., 2004) ทั้งนี้เพราะผู้หญิงที่มีค่าดัชนีมวล

กายสูงจะถูกจัดอยู่ในกรณีของการมีรูปร่างที่ไม่สมส่วน ดังนั้น จึงมีแนวโน้มที่จะเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่างระดับสูง และมีความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองอยู่ในระดับต่ำได้มากกว่าผู้หญิงที่มีค่าดัชนีมวลกายต่ำซึ่งถูกจัดว่ามีรูปร่างที่ผอมบาง ในขณะที่จากการทดสอบไม่พบถึงความสัมพันธ์ดังกล่าวกับการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ ซึ่งอาจอธิบายได้ว่า ผู้หญิงที่มีค่าดัชนีมวลกายสูงอาจไม่จำเป็นที่จะต้องลดน้ำหนัก หรือมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติเสมอไป ทั้งนี้อยู่ที่ความคิดเห็นบุคคลว่าได้ให้ความสำคัญกับการมีความผอมบางตามความนิยมของสังคมมาก หรือน้อยเพียงใด ผู้หญิงบางคนมีความมั่นใจในตนเอง มั่นใจในทักษะ หรือความสามารถในด้านอื่นๆ ของตนมากกว่า ดังนั้นการมีรูปร่างที่อ้วนหรือผอมจึงไม่ใช่ประเด็นสำคัญ ดังที่ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องของความผอม มีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติอยู่ในระดับต่ำมากกว่าผู้หญิงที่ให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าว

ข้อจำกัดในงานวิจัย

การศึกษาเรื่อง "อิทธิพลของการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาต่อการเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ" เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) ดังนั้นการวางชิ้นงานในโฆษณาเพื่อให้ผู้เข้าร่วมการวิจัยชมนั้น อาจมีความแตกต่างจากการชมชิ้นงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์จริงที่แทรกอยู่ในหน้านิตยสาร และนอกจากนั้น การมีงบประมาณในการวิจัยที่จำกัด ทำให้งานโฆษณาทางสิ่งพิมพ์มีคุณภาพไม่ดีเท่ากับงานโฆษณาจริง ดังนั้นจึงอาจส่งผลกระทบต่อประเมินของกลุ่มทดลองที่แตกต่างไปจากสถานการณ์จริงก็เป็นได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในอนาคต

สำหรับการทำวิจัยในอนาคตนั้น ผู้วิจัยอาจทำการศึกษาในลักษณะของการวิจัยเชิงทดลองเช่นเดียวกัน แต่ขยายผลการศึกษาในประเด็นที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ดังต่อไปนี้

1. ในเรื่องของขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา นอกเหนือจากนางแบบที่มีขนาดรูปร่างผอมบาง, นางแบบที่มีรูปร่างมาตรฐานในงานวิจัยครั้งนี้แล้ว ผู้วิจัยอาจใช้นางแบบที่มีขนาดรูปร่างอ้วนเพิ่มอีกหนึ่งขนาด เพื่อเปรียบเทียบผลกระทบในเชิงลบต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งอาจนอกเหนือไปจากการเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง หรือการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ เช่น ความวิตกกังวลใจในเรื่องน้ำหนักตัว (Weight concern), สภาพทางอารมณ์ที่ขุ่นมัว (Negative mood) ฯลฯ

2. ในเรื่องขององค์ประกอบภาพ ผู้วิจัยอาจทำการศึกษาเปรียบเทียบว่า ภาพนางแบบในโฆษณาลักษณะใดที่ส่งผลกระทบต่อผู้หญิงได้มากที่สุด เช่น ภาพโฆษณาที่แสดงส่วนใดส่วนหนึ่งของรูปร่าง (Body-part image) หรือภาพในลักษณะแบบเต็มตัว (Full-body image) ทั้งนี้ เพื่อจะได้ทราบถึงความเหมาะสม และเลือกใช้ภาพที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้หญิงได้น้อยที่สุด
3. ในเรื่องของกลุ่มทดลอง การวิจัยครั้งนี้ศึกษาแต่เฉพาะนักศึกษาเพศหญิงในระดับมหาวิทยาลัยเท่านั้น ในอนาคตอาจทำการศึกษากับกลุ่มอื่นๆ เช่น กลุ่มผู้หญิงในวัยรุ่นในตอนต้น หรือกลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน เป็นต้น เพื่อให้ได้ทราบถึงผลที่ชัดเจน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น หรือนอกจากนั้นอาจทำการศึกษากับกลุ่มเพศชาย โดยเปลี่ยนประเด็นจากการใช้นางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างผอมบาง เป็นการใช้นางแบบที่มีรูปร่างบึกบึน เป็นต้น
4. ในส่วนของกรวิจัยเพิ่มเติม ในอนาคตอาจเพิ่มการศึกษาในประเด็นของปริมาณการเปิดรับสื่อ (Media exposure) ด้วยว่า มีผลต่อการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติของผู้หญิงมากน้อยเพียงใด รวมถึงอาจศึกษาในประเด็นของประสิทธิผลของการโฆษณา เปรียบเทียบระหว่างการใช้นางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างต่างกันเพิ่มเติมด้วยก็เป็นได้ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในงานโฆษณาได้อย่างสูงสุด

ข้อเสนอแนะและการนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้

จากผลการวิจัย สามารถนำไปสู่ข้อเสนอแนะสำหรับนักวิชาการ นักโฆษณา เจ้าของสินค้าได้ว่า การใช้นางแบบในการโฆษณาสินค้า ขนาดรูปร่างของนางแบบเป็นสิ่งที่สำคัญในการต้องคำนึงถึงเป็นอย่างยิ่ง เพราะการใช้นางแบบที่มีขนาดรูปร่างที่ผอมบางจนเกินไป อาจส่งผลกระทบต่อในเชิงลบต่างๆตามมาได้ ดังที่ผลการวิจัยในครั้งนี้ได้แสดงให้เห็นว่า การใช้นางแบบที่มีขนาดรูปร่างผอมบางในงานโฆษณาสามารถทำให้ผู้หญิงเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่างในระดับสูง มีความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองอยู่ในระดับต่ำ และมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติได้มากกว่า การใช้นางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างมาตรฐาน หรือไม่มีภาพนางแบบ ทั้งนี้ ยิ่งหากกลุ่มเป้าหมายของสินค้านี้เป็นผู้หญิงที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับสูงแล้วนั้น นั่นหมายถึงการใช้นางแบบโฆษณาที่มีขนาดรูปร่างผอมบางยิ่งส่งผลกระทบต่อผู้หญิงกลุ่มนี้ได้มากยิ่งขึ้น เพราะฉะนั้น หากนักโฆษณา หรือเจ้าของสินค้านี้ยังคงใช้นางแบบที่มีขนาดรูปร่างที่ผอมบางซึ่งเปรียบเสมือนกับเป้าหมายของการมีรูปร่างที่ผอมบางอันเป็นได้แค่เพียงในอุดมคติที่ผู้หญิงไม่อาจจะบรรลุได้นั้น จึงยิ่งเท่ากับเป็นการตอกย้ำให้สังคมเกิดความนิยม และให้ความสำคัญกับการ

มีขนาดรูปร่างที่ผอมบาง จนผู้หญิงหลายๆคนต้องตกอยู่ภายใต้ค่านิยมความผอมเหล่านั้น จนเกิดเป็นปัญหาสังคมที่กำลังเป็นประเด็นสำคัญอยู่ ณ ปัจจุบันนี้ ดังนั้น นักโฆษณา และเจ้าของสินค้าจึงควรหลีกเลี่ยงการใช้งานแบบที่มีขนาดรูปร่างที่ผอมบางเกินควรในการโฆษณาสินค้า เพื่อป้องกันการเกิดผลกระทบในเชิงลบต่างๆ

นอกจากนี้องค์กรสาธารณสุข, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) และ NGO ควรที่จะช่วยกันรณรงค์เพื่อปลูกฝังค่านิยมใหม่ๆให้ผู้หญิงเห็นความสำคัญของเรื่องอื่น ๆ มากกว่า เรื่องของความผอม รวมถึงบุคคลในครอบครัว หรือบุคคลที่ใกล้ชิดเองก็เช่นกัน ควรช่วยกันปลูกฝัง และย้ำเตือนให้เห็นถึงอันตรายของการอดอาหาร และการใช้วิธีที่ผิดๆในการลดน้ำหนัก รวมถึงภาครัฐเองก็ควรมีการประกาศขอความร่วมมือจากเจ้าของสินค้า และนักโฆษณาให้หลีกเลี่ยงการใช้งานแบบที่มีขนาดรูปร่างผอมบางเกินควร ทั้งนี้หากไม่ปฏิบัติตามแล้วนั้น ภาครัฐอาจใช้วิธีออกเป็นระเบียบ หรือกฎเกณฑ์ที่ชัดเจน เพื่อใช้เป็นมาตรการควบคุมการใช้ผู้แสดงแบบในงานโฆษณา ทั้งนี้เพื่อไม่ให้เป็นการสร้างค่านิยม หรือเป็นตัวอย่งที่ผิดๆต่อเยาวชน หรือผู้หญิงทั่วไป