

อิทธิพลของการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา  
ต่อการเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการ  
กินที่ผิดปกติ

นางสาว กรรณิการ์ ชื่นชูผล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์  
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2549  
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

INFLUENCE OF THIN IDEAL INTERNALIZATION AND MODEL SIZE IN ADVERTISING  
ON BODY DISSATISFACTION, BODY-ESTEEM AND EATING DISORDERS

Miss Kannika Chuenchuphol

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts Program in Advertising

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2006


Copyright of Chulalongkorn University

**491762**

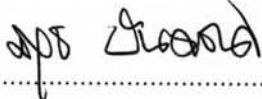
หัวข้อวิทยานิพนธ์      อิทธิพลของการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่าง  
ของนางแบบในงานโฆษณา ต่อการเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง,  
ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ  
โดย                              นางสาว กรรณิการ์ ชื่นชุมผล  
สาขาวิชา                      การโฆษณา  
อาจารย์ที่ปรึกษา              ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ม.ล. วิภาธร จิรประวัติ

---


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น  
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ ดร. ยুবล เบญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. สรวุธ อนันตชาติ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษา  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ม.ล. วิภาธร จิรประวัติ)

.....กรรมการ  
(อาจารย์ วรวัฒน์ จินตกานนท์)

กรณีการ ขึ้นชูล: อิทธิพลของการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่าง  
ของนางแบบในงานโฆษณา ต่อการเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจใน  
รูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ (INFLUENCE OF THIN IDEAL  
INTERNALIZATION AND MODEL SIZE IN ADVERTISING ON BODY  
DISSATISFACTION, BODY-ESTEEM AND EATING DISORDERS) อ.ที่ปรึกษา: ผศ.  
ดร.ม.ล. วิภากร จิรประวัติ, 162 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของระดับการยอมรับค่านิยมความผอม  
ในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาที่แตกต่างกันต่อ (1) การเกิดความไม่พึง  
พอใจในรูปร่าง (2) ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และ (3) การมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ โดย  
ทำการวิจัยเชิงทดลองในลักษณะแฟคทอเรียล (Factorial design) 2 (ระดับการยอมรับค่านิยม  
ความผอมในอุดมคติ) X 2 (ขนาดรูปร่างของนางแบบที่ปรากฏในงานโฆษณา) กับ 2 กลุ่ม  
ควบคุม (Control groups) ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2550 โดยมีกลุ่มทดลองที่เข้าร่วมในการ  
วิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักศึกษาเพศหญิง ชั้นปีที่ 1 คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อายุ  
ระหว่าง 18-20 ปี จำนวน 188 คน

ผลการวิจัยพบว่า ทั้งการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติที่แตกต่างกัน และขนาด  
รูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาที่แตกต่างกัน ส่งผลโดยตรง (Main effect) ต่อการเกิดความไม่  
พึงพอใจในรูปร่าง ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง รวมถึงการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติของ  
ผู้หญิง สำหรับการทดสอบผลกระทบรวม (Interaction effect) ระหว่างการยอมรับค่านิยมความ  
ผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา พบว่า การยอมรับค่านิยมความผอม  
ในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา ส่งผลกระทบรวมกันต่อการเกิดความไม่  
พึงพอใจในรูปร่าง และความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองของผู้หญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่  
ระดับ .05 แต่ไม่ส่งผลกระทบรวมกันต่อการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติของผู้หญิง

ภาควิชา .....การประชาสัมพันธ์.....ลายมือชื่อนิสิต .....กรณีโท่ ชูชูลอ.....  
สาขาวิชา .....การโฆษณา.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....  
ปีการศึกษา .....2549.....

#488 50525 28: MAJOR ADVERTISING

KEY WORD: THIN IDEAL INTERNALIZATION / MODEL SIZE IN ADVERTISING / BODY DISSATISFACTION / BODY ESTEEM / EATING DISORDERS

KANNIKA CHUENCHUPHOL: INFLUENCE OF THIN IDEAL INTERNALIZATION AND MODEL SIZE IN ADVERTISING ON BODY DISSATISFACTION, BODY-ESTEEM AND EATING DISORDERS: THESIS ADVISOR: ASST. PROF. M.L. VITTRATORN CHIRAPRAVATI, Ph.D., 162 pp.

The purposes of this research were to examine the influences of thin ideal internalization and model size in advertising on: 1) body dissatisfaction 2) body-esteem and 3) eating disorders. A 2X2 factorial experiment research designed with 2 control groups was conducted in February 2005. The participants were 188 first year female students of the Faculty of Arts, Chulalongkorn University, aged between 18-20 years.

The findings indicated that thin ideal internalization and model size in advertising had main effect on women's body dissatisfaction, body-esteem and eating disorders. Moreover, thin ideal internalization and model size in advertising had interaction effect on women's body dissatisfaction and body-esteem at significant level at .05, but not on women's eating disorders.

Department .....Public Relations..... Student's signature.....*Kannika Chuenchuphol*.....  
Field of study.....Advertising..... Advisor's signature.....*V. Chirapravati*.....  
Academic year.....2006.....

## กิจกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ม.ล. วิญจนาธร จิระประวัตติ อาจารย์ที่ปรึกษาเป็นอย่างยิ่งที่คอยให้ความช่วยเหลือ เอาใจใส่ พร้อมกับให้คำแนะนำดีๆ จนทำให้วิทยานิพนธ์ที่มีโบเป็นผู้เขียนเล่มนี้ประสบความสำเร็จขึ้นมาได้ ถึงแม้ว่าการทำวิทยานิพนธ์จะยาก หรือการสอบ Present จะน่าตื่นเต้นมากแค่ไหน อาจารย์ที่ปรึกษาของโบก็น่ารัก สามารถให้คำแนะนำที่ดี และคอยเป็นกำลังใจให้ได้เสมอ

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สรวุฒ อนันตชาติ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัตยา โตควณิช และอาจารย์ วรวัฒน์ จินตกานนท์ สำหรับทุกๆ ความช่วยเหลือ และทุกๆ คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำวิจัยในครั้งนี้

ขอบคุณพ่อ ขอบคุณแม่ ขอบคุณยิมสำหรับความรัก กำลังใจ และความห่วงใยที่มีให้โบ ทำให้โบรู้สึกว่ามีอะไรดีไปกว่าเดิมเกิดมาอยู่ในครอบครัวนี้แล้ว

ขอบคุณพี่ ป้า น้า อา กุ๊ และน้องๆ ที่คอยถามไถ่ และขอบคุณพลอยสำหรับการให้ยืมเครื่อง Printer และการแย่งกิน chocolate

ขอบคุณทุกคนในบริษัท Token interior and design ที่คอยถามไถ่ เป็นห่วงเป็นใย และให้ข้อคิดที่ดีเสมอมา โดยเฉพาะพี่จิม ขอบคุณสำหรับหนังสือปูนเรื่อง SAPULI ที่ถึงแม้พระเอกจะไม่หล่อ แต่เนื้อหากจากหนังสือก็ให้โบรู้ว่า การยิ้มสู้ทำให้เรา ENJOY! ได้กับทุกเรื่อง

ขอบคุณจิว ขอบคุณจูเนียร์ เพื่อนที่น่ารักที่สุด สำหรับความช่วยเหลือ คำพูดเตือนสติ เสียงหัวเราะ และความสนุกสนาน

ขอบคุณฝั่ง บุ่ม กอล์ฟ ตูน ป้อม เหมียว กิก อร แจน พี่อุ๊ เพื่อนๆ ปริญญาโท รวมถึงรุ่นน้องทุกคนสำหรับความช่วยเหลือ มิตรภาพ และรอยยิ้มทั้งใน และนอกห้องเรียน

ขอบคุณ..หนอน สำหรับกำลังใจ ตึกตากล้ามเนื้อ และโลกสีชมพู

รวมถึง ขอขอบคุณกับทุกๆ ความรัก และความห่วงใยอื่นๆ ที่โบได้รับโดยไม่ต้องเอ่ยปากขอ

“ขอบคุณจริงๆ”

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิจกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญแผนภาพ.....	ฅ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	7
1.3 ปัญหานำวิจัย.....	8
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	8
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	9
1.6 นิยามศัพท์.....	10
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
2 ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปรียบเทียบทางสังคม.....	12
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตนเอง.....	28
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไม่สอดคล้องในตัวตน.....	35
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความไม่พึงพอใจในรูปร่าง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ.....	41
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความความภาคภูมิใจในตนเอง.....	63
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	72
3.1 รูปแบบการวิจัย.....	72
3.2 สินค้าที่ใช้ในการวิจัย.....	73
3.3 กลุ่มผู้เข้าร่วมการทดลอง.....	73
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	75

บทที่	หน้า
3.5 ขั้นตอนในการจัดทำชิ้นงานโฆษณา.....	75
3.6 คำถามที่ใช้ในการทดลอง.....	77
3.7 ขั้นตอนดำเนินงานวิจัย.....	83
3.8 การประมวลผล วิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล.....	84
4 ผลการวิจัย.....	85
4.1 ลักษณะทางด้านประชากรของผู้เข้าร่วมการวิจัย.....	86
4.2 ผลการวัดผลกระทบของตัวแปรต่างๆ.....	93
4.3 ผลการวิจัยเพิ่มเติม.....	104
5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	113
5.1 สรุปผล.....	114
5.2 วิเคราะห์และอภิปรายผล.....	118
5.3 ข้อจำกัดในการวิจัย.....	129
5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในอนาคต.....	129
5.5 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้.....	130
รายการอ้างอิง.....	132
ภาคผนวก.....	143
ภาคผนวก ก.....	144
ภาคผนวก ข.....	147
ภาคผนวก ค.....	151
ภาคผนวก ง.....	158
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	162



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 แสดงการออกแบบงานวิจัยเชิงทดลองรูปแบบของแฟคทอเรียล (Factorial Design) 2 (ระดับการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ) X 2 (ขนาดรูปร่างของตัวนางแบบที่ปรากฏในชิ้นงานโฆษณา) กับ 2 (กลุ่มควบคุม).....	74
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มทดลองจำแนกตามอายุ.....	86
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มทดลองจำแนกตามน้ำหนัก.....	87
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มทดลองจำแนกตามส่วนสูง.....	88
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มทดลองจำแนกตามค่าดัชนีมวลกาย.....	88
4.5 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างขนาดรูปร่างของนางแบบโฆษณาในแบบสอบถามชุด A และนางแบบโฆษณาในแบบสอบถามชุด B.....	89
4.6 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความไม่พึงพอใจในรูปร่างของกลุ่มผู้เข้าร่วมการทดลองทั้ง 6 กลุ่ม หลังจากรับชมชิ้นงานโฆษณาที่แตกต่างกัน.....	91
4.7 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองของกลุ่มผู้เข้าร่วมการทดลองทั้ง 6 กลุ่ม หลังจากรับชมชิ้นงานโฆษณาที่แตกต่างกัน.....	91
4.8 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติของกลุ่มผู้เข้าร่วมการทดลองทั้ง 6 กลุ่ม หลังจากรับชมชิ้นงานโฆษณาที่แตกต่างกัน.....	92
4.9 แสดงผลการทดสอบตัวแปรเกี่ยวกับการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติต่อเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง.....	93
4.10 แสดงผลการทดสอบตัวแปรเกี่ยวกับการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติต่อความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง.....	94
4.11 แสดงผลการทดสอบตัวแปรเกี่ยวกับการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติต่อการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ.....	95
4.12 แสดงผลการทดสอบตัวแปรเกี่ยวกับขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาต่อเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง.....	96
4.13 แสดงผลการทดสอบตัวแปรเกี่ยวกับขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาต่อความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง.....	96
4.14 แสดงผลการทดสอบตัวแปรเกี่ยวกับขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาต่อการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ.....	97

ตารางที่	หน้า
4.15 แสดงผลการทดสอบผลกระทบของการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาที่มีต่อการเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง ด้วยสถิติ Two-way Analysis of Variance.....	98
4.16 แสดงค่าเฉลี่ยความไม่พึงพอใจในรูปร่างในผลกระทบร่วมระหว่างการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา.....	99
4.17 แสดงผลการทดสอบผลกระทบของการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาต่อระดับความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง.....	101
4.18 แสดงค่าเฉลี่ยความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเองในผลกระทบร่วมระหว่างการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา.....	101
4.19 แสดงผลการทดสอบผลกระทบของการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาที่มีต่อการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ.....	103
4.20 แสดงผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการเกิดความไม่พึงใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติระหว่างกลุ่มควบคุมที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับสูงกับกลุ่มควบคุมที่มีการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติระดับต่ำ.....	105
4.21 แสดงผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการเกิดความไม่พึงใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติระหว่างกลุ่มทดลองที่ได้รับภาพโฆษณาที่ใช้นางแบบขนาดรูปร่างผอมบางกับกลุ่มควบคุมที่ได้รับภาพโฆษณาที่ไม่มีนางแบบ.....	107
4.22 แสดงผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการเกิดความไม่พึงใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติระหว่างกลุ่มทดลองที่ได้รับภาพโฆษณาที่ใช้นางแบบขนาดรูปร่างมาตรฐานกับกลุ่มควบคุมที่ได้รับภาพโฆษณาที่ไม่มีนางแบบ.....	108
4.23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความไม่พึงพอใจในรูปร่าง และความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง.....	109
4.24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความไม่พึงพอใจในรูปร่าง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ.....	110
4.25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมีพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ.....	110

ตารางที่	หน้า
4.26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าดัชนีมวลกาย และความไม่พึงพอใจในรูปร่าง.....	111
4.27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าดัชนีมวลกาย และความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง.....	111
4.28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าดัชนีมวลกาย และการมีพฤติกรรมการที่ผิดปกติ.....	112
5.1 แสดงการแบ่งกลุ่มทดลองในรูปแบบแฟคทอเรียล (Factorial design) แบบ 2 (ระดับการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ) X 2 (ขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณา) และ 2 กลุ่มควบคุม.....	113

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงองค์ประกอบของแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง.....	31
2.2 แสดงองค์ประกอบของแนวคิดเกี่ยวกับตนเองแบบองค์ประกอบเดียวและแบบหลาย องค์ประกอบ.....	33
2.3 แสดงตัวอย่างภาพโครงร่างที่ใช้ในงานศึกษาภาพลักษณ์เกี่ยวกับรูปร่าง.....	37
2.4 แสดงถึงจุดอ้างอิงที่นำไปสู่ลักษณะที่ยึดหยุ่นของภาพลักษณ์เกี่ยวกับรูปร่าง (Reference points tugging at the elastic body image).....	39
2.5 แสดงแบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับภาพความผอมในอุดมคติที่ถูกนำเสนอ จากสื่อ และผลกระทบเชิงลบที่มีต่อสภาพจิตใจ โดยมีกระบวนการเปรียบเทียบทางสังคม และความไม่สอดคล้องในภาพลักษณ์เกี่ยวกับรูปร่างเป็นตัวกลาง.....	41
2.6 แสดงวิธีการคำนวณค่าดัชนีมวลกาย (BMI).....	48
2.7 จำแนกน้ำหนักตามกลุ่ม (Weight classification guidelines).....	49
2.8 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ.....	55
2.9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างแรงกดดันจากสื่อ, การยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ, การเปรียบเทียบทางสังคม, ค่าดัชนีมวลกาย และการเกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่าง.....	62
2.10 ลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs).....	64
2.11 แสดงแนวโน้มของอายุต่อความไม่พึงพอใจในรูปร่างตนเอง และความภาคภูมิใจในตนเอง ของวัยรุ่นหญิง.....	70
3.1 แสดงองค์ประกอบหลักของชิ้นงานโฆษณาที่ใช้ในการทดลอง.....	77
4.1 แสดงเส้นกราฟของผลกระทบเชิงปฏิสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับค่านิยมความผอมใน อุดมคติและขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาต่อความไม่พึงพอใจในรูปร่าง.....	100
4.2 แสดงเส้นกราฟของผลกระทบเชิงปฏิสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดม คติและขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาต่อความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง.....	102