



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

## ผู้ชายพันธุ์ใหม่ : ความภาคภูมิใจกับการใช้ร่างกายเสมือนวัตถุทางเพศ

วรกมล วิเศษศรี

ภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่อง SPORNOSEXUAL ผู้ชายพันธุ์ใหม่: ความภาคภูมิใจกับการใช้ร่างกายเสมือนวัตถุทางเพศ ที่ส่งผลให้เพศชายในปัจจุบันมีความกล้าแสดงออกมากขึ้นในเรื่องของการนำเสนอภาพเรือนร่างความเป็นชาย เช่น กล้ามเนื้อ สัตส่วนต่าง ๆ ของตนที่แสดงความเย้ายวนใจหรือดึงดูดทางเพศออกสู่สื่อสาธารณะ โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีการรับรู้ตนเสมือนวัตถุ (Self-Objectification Theory) และแนวคิดการเห็นคุณค่าในตนเอง (Self Esteem) ในการอธิบายมูลเหตุจูงใจสำคัญที่ทำให้เพศชายกล้าลุกขึ้นมาปฏิบัติตนเอง

ผลการศึกษาพบว่า ความกังวลทางกายภาพภายนอกด้านรูปร่างนั้นได้รับอิทธิพลมาจากการเปิดรับสื่อและการมีปฏิสัมพันธ์กับสังคม ซึ่งมีผลกระทบต่อความเห็นคุณค่าในตนเองที่นำไปสู่การพัฒนาศักยภาพร่างกายของเพศชาย โดยเป็นตัวกระตุ้นส่งเสริมให้มีการออกกำลังกายเพื่อสร้างกล้ามเนื้อที่สวยงาม ซึ่งเป็นส่วนเสริมความภาคภูมิใจในเรือนร่าง ให้เพศชายมีความกล้าที่จะนำเสนอภาพแทนตนเองบนโลกสังคมออนไลน์ได้อย่างมีความมั่นใจมากขึ้น

**คำสำคัญ :** SPORNOSEXUAL, การรับรู้ตนเสมือนวัตถุ, วัตถุทางเพศ, การเห็นคุณค่าในตนเอง



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

## SPORNOSEXUAL : Self-Esteem theory, present body characteristics by online medias

Worakamol Wisetsri

Department of Social Sciences, Faculty of Applied Arts,  
King Mongkut's University of Technology North Bangkok

### Abstract

This research has been conducted in terms of SPORNOSEXUAL more extreme, sex- and body-obsessed version has emerged, proud to present body such sex machines effect to new concept of man. The issues which influence muscles and fit body for attractive others to promote their own, the theory of Self-Objectification and Self-Esteem in certain was then discussed along with discussion of the factors that influence the SPORNOSEXUAL to revolution. The results from this research refer to Media Influences motivate SPORNOSEXUAL to Self-Esteem theory, present body characteristics by online medias.

**Keywords :** SPORNOSEXUAL, Self-Objectification, Sex Machines Effect, Self-Esteem



### บทนำ

ท่ามกลางกระแสรักสุขภาพของสังคมคนเมืองที่ทำให้ใครหลายคนหันมาออกกำลังกาย รวมไปถึงแนวโน้มของธุรกิจฟิตเนสที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นจำนวนผู้มาใช้บริการฟิตเนสที่เพิ่มมากขึ้น 10-15% ต่อปี (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2558, 19 มีนาคม) พร้อมกับการมาถึงของเทรนด์ผู้ชายพันธุ์ใหม่ SPORNOSEXUAL ซึ่งเป็นกลุ่มเพศชายแท้เสียส่วนใหญ่ (วิทยาลัยการศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยมหิดล, 2558 มกราคม) ที่หันมาดูแลใส่ใจในรูปร่าง อาหารการกิน และการสร้างกล้ามเนื้อที่แข็งแรง สวยงาม ซึ่งประโยชน์ด้านสุขภาพไม่ใช่แรงขับเคลื่อนอย่างเดียวที่ทำให้เพศชายกลุ่มนี้ลุกขึ้นมาปฏิบัติตัวเอง แต่ยังมีเรื่องของความภาคภูมิใจในรูปร่างที่สมบูรณ์แบบเข้ามาเกี่ยวข้องกับ

ความมั่นใจเหล่านี้จะปรากฏออกมาให้เห็นอยู่บ่อยครั้งในรูปแบบของพฤติกรรมการเซลฟี่ (Selfie) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยชายกลุ่ม SPORNOSEXUAL จะเน้นการนำเสนอภาพรูปร่าง การโชว์กล้ามเนื้อ ความกำยำ และความเป็นชายของตนเพื่อเรียกยอดไลค์และการติดตาม พฤติกรรมเหล่านี้จะมีความคล้ายคลึงกับพฤติกรรมของเพศหญิงที่มีการใช้ร่างกาย ความสวยงาม ความเย้ายวนใจ เป็นเครื่องมือในการดึงดูดเพศตรงข้าม รวมไปถึงการใช้เสน่ห์ทางกายภาพภายนอกเพื่อให้ได้การยอมรับจากสังคม แต่แตกต่างกันในลักษณะของพฤติกรรมที่เพศหญิงจะมีความกังวลในรูปร่างและนิยมลดน้ำหนักเพื่อให้ร่างกายของตนดูดี แต่ในทางกลับกันเพศชายจะแสดงความมั่นใจในตนเองด้วยการนิยมเพิ่มน้ำหนักและมวลกล้ามเนื้อเพื่อแสดงถึงความเป็นชายที่ดีที่สุด ด้วยความคล้ายคลึงในทาง

ตรงกันข้ามนี้เอง ประเด็นนี้จึงมีความน่าสนใจอย่างมากในแง่ของการศึกษาพฤติกรรมของเพศชายที่มีการเปลี่ยนแปลงบทบาทและความหมายทางเพศ ซึ่งแสดงให้เห็นวิวัฒนาการที่แตกต่างออกไปจากบรรพบุรุษเดิมในอดีต

โดยปรากฏการณ์ของการเกิด SPORNOSEXUAL เพศชายในรูปแบบใหม่กลุ่มนี้สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีการรับรู้ตนเองเสมือนวัตถุ (Self-Objectification Theory) และแนวคิดการเห็นคุณค่าในตนเอง (Self Esteem)

อย่างไรก็ตาม การศึกษาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคนกลุ่ม “สปอร์โนเซ็กซ์ชวล” นี้ยังมีไม่มากและเทรนด์ของเพศชายพันธุ์ใหม่นี้ยังเป็นสิ่งที่คนไทยไม่คุ้นชินเท่าไรนัก จึงควรมีการศึกษาปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อเพศชายทั่วไปที่นิยมเล่นฟิตเนส ให้มีแนวโน้มที่จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสู่การเป็นกลุ่ม SPORNOSEXUAL แบบเต็มรูปแบบเพิ่มเติม เพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับการเห็นคุณค่าในตนเองของคนกลุ่มนี้ว่าเป็นเช่นไร มีการรับรู้ตัวตนเสมือนวัตถุเหมือนในเพศหญิงหรือไม่ ระดับความคิดเห็น และทัศนคติต่อการโพสต์ภาพถ่ายเปิดเผยเรือนร่างของตนออกสู่สาธารณะเป็นอย่างไร การเปิดรับสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลหรือไม่ต่อพฤติกรรมจากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องของการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ การรับรู้ตนเองเสมือนวัตถุ การเห็นคุณค่าในตนเอง และการโชว์เรือนร่างของเพศชายที่เล่นฟิตเนส เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มนี้ต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย

1. แนวคิดกลุ่มสปอร์โนเซ็กซ์ชวล (SPORNOSEXUAL)



Mark Simpson (2014, 10 June) นักหนังสือพิมพ์ชาวอังกฤษ ผู้เคยสร้างนิยามศัพท์ METROSEXUAL ให้ชาวโลกได้รู้จักเมื่อหลายสิบปีก่อน ได้กล่าวถึงพฤติกรรมของผู้ชายพันธุ์ใหม่ที่นิยมออกกำลังกายและใช้รูปร่างลำบึกแทนเครื่องประดับเพื่อเป็นตัวดึงดูดทางเพศ โดยให้นิยามศัพท์คนกลุ่มนี้ว่า “SPORNOSEXUAL” ซึ่งมีพฤติกรรมการโชว์เรือนร่างเพื่อเปรียบเทียบกับผ่านโซเชียลมีเดียราวกับเป็นสินค้าร้อน ๆ บนตลาดออนไลน์ โดยคำว่า “SPORNOSEXUAL” นั้นมีแรงขับมาจากคำว่า Sport (กีฬา), Pomography (สื่อลามก) และ Metrosexual (ผู้ชายเจ้าสำอางค์)

กิตติ สิริพัลลภ (2558) กล่าวว่า วิถีชีวิต (Lifestyle) ของหนุ่ม SPORNOSEXUAL มีความแตกต่างจากชายหนุ่มทั่วไป ทั้งกิจกรรม (Activity) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinion) เนื่องจากคนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับรูปร่างที่ดูดี ดังนั้น บางรายถึงกับหมกมุ่นในตัวเอง ใช้เวลาในแต่ละวันส่วนใหญ่ไปกับการดูแลรูปร่าง โดยแรงจูงใจส่วนใหญ่ คือ ต้องการหุ่นดี เพราะจะนำไปสู่ผลประโยชน์หลายด้าน เช่น ดึงดูดเพศตรงข้าม เป็นที่สนใจของสังคม มีความภูมิใจเพราะเป็นสิ่งที่แสดงถึงความสำเร็จ ซึ่งต้องลงมือทำเอง มีเงินก็ไม่สามารถซื้อได้ (กิตติ สิริพัลลภ, 2558) ดังนั้น การมีรูปร่างที่ดีจะยิ่งส่งเสริมความมั่นใจให้มีเพิ่มมากขึ้น คนกลุ่ม SPORNOSEXUAL จึงมองว่าร่างกายเปรียบเสมือนวัตถุอันมีค่าชิ้นหนึ่งที่ตนเองสามารถควบคุมได้ตั้งใจ และเกิดแรงจูงใจที่อยากสร้างกล้ามเนื้อและรูปร่างเพื่อเป็นใบเบิกทางสู่การยอมรับจากสังคม ด้วยการใช้รูปร่างภายนอกดึงดูดเพศตรงข้ามหรือเพศที่ตนชื่นชอบ ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความภาคภูมิใจให้แก่ตนเอง ประเด็นนี้จึงมีความคล้ายคลึงกับเพศหญิงที่มีการลดน้ำหนัก หรือ ศัลยกรรม ใบหน้า ทรวงอก

เพื่อให้ร่างกายของตนออกมาดูดี ซึ่งแสดงออกถึงระดับการรับรู้ตัวตนเสมือนวัตถุทางเพศในระดับสูง ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าสนใจของการศึกษาในครั้งนี้

ทฤษฎีการรับรู้ตนเสมือนวัตถุ (Self-Objectification Theory)

ทฤษฎีการรับรู้ตนเสมือนวัตถุ (Self-Objectification Theory) มุ่งอธิบายถึงการมองเห็นตนเองและการรับรู้ตัวตนที่ถูกกำหนดความหมายด้วยวัฒนธรรมหรือกรอบของสังคมซึ่งให้คุณค่ากับรูปโฉมลักษณะภายนอก ผ่านการศึกษาการมองตัวตนในเพศหญิง ซึ่งสตรีระของเพศหญิงนั้นเป็นที่เข้าใจและยอมรับโดยทั่วไปว่าเปรียบเสมือนวัตถุที่ดึงดูดทางเพศอย่างหนึ่ง

Fredrickson และ Robert (1997) ใช้ทฤษฎีการรับรู้ตนเสมือนวัตถุ (Self-Objectification Theory) เพื่อช่วยอธิบายพัฒนาการในการรับประทานอาหารที่ผิดปกติในหญิงตะวันตก เค้ากล่าวว่าผู้หญิงเป็นเพศที่ใส่ใจกับรูปลักษณ์ของตนเองมาก และมีความพยายามที่จะปรับปรุงแก้ไขรูปร่างลักษณะของตนให้เป็นไปตามบรรทัดฐานและความชอบที่สังคมได้กำหนดขึ้น โดยกระบวนการรับรู้ตัวตนเสมือนวัตถุนี้ เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นจากความคิดภายในต่อการยอมรับความเชื่อตามบริบทสังคม และการรับรู้ตัวตนเสมือนวัตถุนั้นสามารถเกิดขึ้นได้ใน 2 ส่วนด้วยกัน ดังนี้

1. การปฏิเสธพันธกิจกับสังคม การเผชิญหน้ากับกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งอาจเกิดการเปรียบเทียบ ล้อเลียน แชว ซึ่งทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกวิตกกังวลต่อสายตาและการจ้องมองของผู้อื่น
2. การเปิดรับสื่อ คือ การที่สื่อมักจะนำเสนอภาพของคนที่ดีเสมอ โดยเฉพาะการมุ่งความสนใจไปยังเรื่องของกายภาพ รูปร่าง เช่น ภาพเรือนร่างในอุดมคติ ในขณะที่เดียวกันก็ชี้ให้เห็น



เห็นภาพกลุ่มตรงข้ามที่ไม่ตอบสนองมุมมองของสังคมไปพร้อมกัน

แนวความคิดเห็นคุณค่าในตนเอง (Self - Esteem)

แนวความคิดเห็นคุณค่าในตนเอง (Self-Esteem) เป็นการตัดสินคุณค่าของตนเองตามความรู้สึก ทศนคติ ตามประสบการณ์ที่ตนเองมีเป็นส่วนที่มีผลสัมพันธ์กับโนภาพแห่งตน (Self-Concept) หมายถึง การมองภาพรวมว่าตนเองเป็นคนมีลักษณะอย่างไร โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการเห็นคุณค่าในตนเอง แบ่งออกเป็นระดับสูง และระดับต่ำ โดยมีนักวิชาการมากมาย

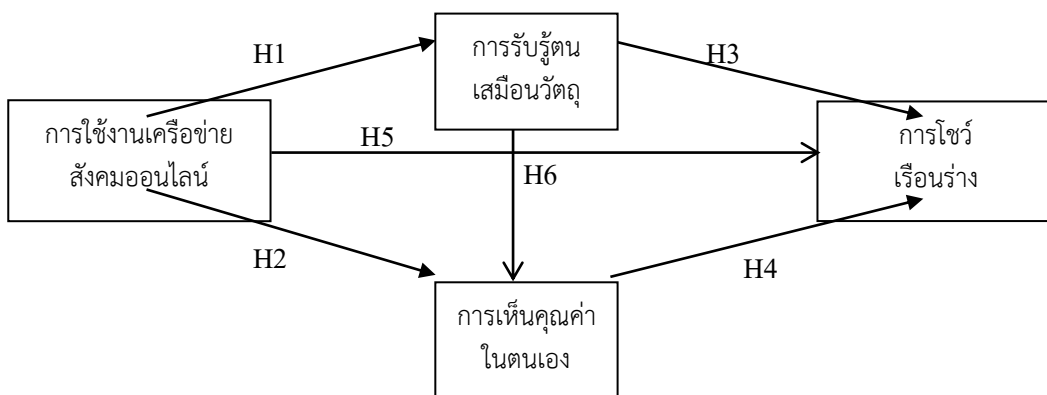
ได้ให้ความหมายของการเห็นคุณค่าในตนเองไว้ดังนี้

Rosenberg (1979) กล่าวว่า การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายใน ซึ่งแสดงถึงการยอมรับนับถือตนเอง โดยการประเมินคุณค่าของตนเองนั้นจะมีการเปรียบเทียบกับเกณฑ์ของสังคมหรือกลุ่มที่ตนนั้นมีปฏิสัมพันธ์อยู่

Roger (1961) ที่ระบุว่า เป็นความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อตนเอง และเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง รู้สึกว่าตนมีค่า เป็นความรู้สึกเกี่ยวกับตนเองในแง่บวก

### กรอบแนวคิดงานวิจัย

การวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปร ตามสมมติฐาน 6 ข้อ



### สมมติฐานการวิจัย

1. H1 การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับ การรับรู้ตนเสมือนวัตถุ
2. H2 การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับ การเห็นคุณค่าในตนเอง
3. H3 การรับรู้ตนเสมือนวัตถุ มีความสัมพันธ์กับการโชว์เรือนร่าง
4. H4 การเห็นคุณค่าในตนเอง มีความสัมพันธ์กับการโชว์เรือนร่าง

5. H5 การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับ การโชว์เรือนร่าง
6. H6 การรับรู้ตนเสมือนวัตถุ มีความสัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเอง

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ กับการรับรู้ตนเสมือนวัตถุ

เน้นความเป็นจริง ปฏิกิริยาของความรู้สึกยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล



2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ กับการเห็นคุณค่าในตนเอง

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ตนเองเสมือนวัตถุ กับการโชว์เรือนร่าง

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเอง กับการโชว์เรือนร่าง

5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ กับการโชว์เรือนร่าง

6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ตนเองเสมือนวัตถุ กับการเห็นคุณค่าในตนเองหรือไม่

### ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรเพศชาย ตั้งแต่อายุ 15 ปี ขึ้นไป ที่มีการเล่นฟิตเนส ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 539,957 คน (ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ สํารวจ เมื่อปี 2554) โดยใช้วิธีกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ตามสูตรของยามาเน่ (Yamane, 1973: 727-728) อ้างถึงใน ศรีบงอร สุวรรณพานิช, 2549: 51)

$$n = \frac{539,957}{1+539,957 (0.05)^2}$$
$$n = 400$$

ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้ทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเลือกจากแฟนเพจเฟซบุ๊กที่กลุ่มตัวอย่างมีการติดตามมากที่สุด 3 อันดับแรก อ้างอิงแหล่งข้อมูลจากงานวิจัยของวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล (2558, มกราคม) อันดับหนึ่ง คือ Plan for fit (จำนวนผู้ติดตาม 123,177 คน) อันดับสอง คือ Fit

Whey (จำนวนผู้ติดตาม 270,801 คน) อันดับสาม คือ Fit Junctions (จำนวนผู้ติดตาม 162,314 คน)

ขั้นตอนที่ 2 การเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละแฟนเพจ โดยทำการแจกแบบสอบถามออนไลน์ผ่านการส่งต่อภายในเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) จนได้ตัวอย่างครบตามจำนวนที่ต้องการ คือ 400 ราย

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามออนไลน์ (Online) ให้กับกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละแฟนเพจโดยทำการแจกแบบสอบถามออนไลน์ผ่านการส่งต่อภายในเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) จนได้ตัวอย่างครบตามจำนวนที่ต้องการ คือ 400 ราย โดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 11-25 เมษายน พ.ศ. 2559 รวมเวลา 15 วัน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire) จำนวน 42 ข้อ ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้ คำถามคัดกรองผู้ตอบ จำนวน 2 ข้อ, คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ, คำถามเกี่ยวกับการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 12 ข้อ, คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ตนเองเสมือนวัตถุ จำนวน 8 ข้อ, คำถามเกี่ยวกับการเห็นคุณค่าในตนเอง จำนวน 8 ข้อ, คำถามเกี่ยวกับการโชว์เรือนร่างบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 8 ข้อ



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

การตรวจสอบเครื่องมือ Validity & Reliability เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจึงมี

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) พร้อมทั้งนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-Test)

**ตารางสรุป ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability)**

ข้อคำถาม	ค่าความเชื่อมั่น
ด้านการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์	.850
ด้านการรับรู้ตนเสมือนวัตถุ	.897
ด้านการเห็นคุณค่าในตนเอง	.870
ด้านการโชว์เรือนร่างบนเครือข่ายสังคมออนไลน์	.954
<b>รวม</b>	<b>.948</b>

**สรุปผลการวิจัย**

จากการศึกษาเรื่อง “การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ การรับรู้ตนเสมือนวัตถุ การเห็นคุณค่าในตนเอง และการโชว์เรือนร่างของเพศชายที่เล่นฟิตเนส” สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ โดยผลการวิจัยพบว่า ด้านการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้งานเฟซบุ๊กมากที่สุด เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพศตรงข้ามหรือเพศที่ตนสนใจมากกว่าการใช้เพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านฟิตเนส โดยหากต้องมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านฟิตเนสผู้ที่จะมีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด ก็คือกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและเทรนเนอร์ ซึ่งการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับฟิตเนสมีผลต่อพฤติกรรมการลงรูปเพื่อโชว์พัฒนาการของกล้ามเนื้อในระดับน้อยเท่านั้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการเสพสื่อหรือข่าวสารด้านฟิตเนสของกลุ่มตัวอย่างไม่ได้เป็นปัจจัยที่สำคัญในการโน้มน้าวใจให้เกิดพฤติกรรมการแชร์หรือโพสต์รูปโชว์เรือนร่างจนสามารถเข้าสู่กระบวนการการเป็น SPORNOSEXUAL ได้แบบเต็มรูปแบบ

อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีภาพรวมการรับรู้ตนเสมือนวัตถุอยู่ในระดับสูง โดยมีความต้องการอย่างมากที่จะพัฒนา ขนาดและความสวยงามของกล้ามเนื้อ ซึ่งปัจจัยสำคัญมาจาก ความกังวลด้านกล้ามเนื้อที่แข็งแรง ความกังวลด้านเสน่ห์ทางกายภาพ และความกังวลด้านขนาดรูปร่าง ที่ทำให้กลุ่มตัวอย่าง มีการตั้งเป้าที่จะพัฒนาและสร้างกล้ามเนื้อ ซึ่งความกังวลด้านเสน่ห์ทางกายภาพกับการโชว์ภาพเรือนร่างลงเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อพิสูจน์เสียงตอบรับจากคนรอบข้างมีผลกระทบต่อกลุ่มตัวอย่างเพียงแคระดับปานกลางเท่านั้น

และวิเคราะห์ได้ว่าถึงแม้กลุ่มตัวอย่างจะมีการออกกำลังกายเพื่อสร้างรูปร่างและกล้ามเนื้อที่สวยงาม แต่เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างยังมีความกังวลด้านรูปร่างในระดับที่สูง จึงมีความลังเลและไม่แน่ใจในการแสดงออกถึงพฤติกรรมการโชว์ภาพเรือนร่างของตนออกสู่สาธารณะ แต่อย่างไรก็ดีถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีความกังวลต่อรูปร่างของตนในระดับสูง แต่สรุปผลการวิจัยด้านการเห็นคุณค่าในตนเอง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีภาพรวม

เน้นความเป็นจริง ปกป้องชื่อเสียงความรู้อยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล



การเห็นคุณค่าในตนเองอยู่ในระดับสูง ส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นในศักยภาพและการรับรู้ถึงคุณค่าของตนเองในระดับมาก โดยมั่นใจว่ารูปร่างของตนมีความดึงดูดทางเพศสูงกว่าผู้ที่ไม่ได้เล่นฟิตเนส แต่กลับกันด้านการตอบรับจากสังคมและการโพสต์รูปอวดกล้ามเนื้อเรื้อรัง กลุ่มตัวอย่างกลับมีระดับความมั่นใจลดลงเหลือแค่ระดับปานกลางเท่านั้น จึงอาจวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความมั่นใจในเรื่องของการพัฒนาศักยภาพของตนจึงมีการเล่นฟิตเนส แต่ยังคงมีความลังเลในการประกาศคุณสมบัติด้านการพัฒนารูปร่างของตนออกสู่สาธารณะ สอดคล้องกับการสรุปผลวิจัยด้านความคิดเห็นต่อการโชว์เรื้อรังบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่อยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเห็นด้วยอย่างมากว่าการถ่ายรูปเซลฟี่ออกสู่สาธารณะจำเป็นต้องมีการพัฒนาด้านรูปร่างเสียก่อนจึงจะสามารถโพสต์ภาพโชว์เรื้อรังและสัดส่วนลงบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้

### ข้อจำกัดในการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่าลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันในเรื่องของ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรสนิยมทางเพศ อาจส่งผลต่อการตอบคำถามในเรื่องของ การรับรู้ตนเองเหมือนวัตถุ การเห็นคุณค่าในตนเอง และการโชว์เรื้อรังที่แตกต่างกัน

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะสำหรับนำไปประยุกต์ใช้สำหรับธุรกิจ

1. การวิจัยครั้งนี้พบว่า เฟซบุ๊ก เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้งานมากกว่าสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทอื่น ดังนั้นหากนักสื่อสารการตลาดต้องการนำเสนอข่าวสารใด ๆ ควรเลือกใช้

สื่อเฟซบุ๊กเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้งาน เฟซบุ๊ก เพื่อติดต่อกับเพศตรงข้ามหรือเพศที่ตนสนใจ มากกว่าการใช้เพื่อแสวงหาข้อมูลด้านฟิตเนส ดังนั้นหากนักสื่อสารการตลาดต้องการนำเสนอข่าวสารข้อมูล อาจต้องใช้กลยุทธ์ในการนำเพศตรงข้ามหรือเพศที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจ มาเป็นตัวดึงดูดและกระตุ้นความสนใจของคนกลุ่มนี้จึงจะมีประสิทธิภาพสูงที่สุด

3. ผลการวิจัยพบว่า ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านฟิตเนสของกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับจาก ผู้เชี่ยวชาญหรือเทรนเนอร์มากที่สุด ดังนั้นหากนักสื่อสารการตลาดต้องการนำเสนอข่าวสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ฟิตเนสจึงควรเลือกใช้ผู้เชี่ยวชาญหรือเทรนเนอร์ (Influencer) ในการให้ข้อมูล

#### ข้อเสนอแนะสำหรับภาควิชาวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากเพศชายที่เล่นฟิตเนสมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจผลต่อลักษณะพฤติกรรม และทัศนคติในการโชว์เรื้อรัง จึงควรมีการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้เพื่อเปรียบเทียบผล

2. รูปแบบของการฟิตเนสเซลฟี่ หรือการโชว์เรื้อรังบนเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นมีหลายรูปแบบ จึงควรมีการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติในเชิงลึกด้วยการสัมภาษณ์ หรือวิเคราะห์เนื้อหาจากการโพสต์ภาพของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติม

3. การศึกษาในครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มเพศชายที่เล่นฟิตเนสเท่านั้น ในการศึกษารังต่อไปอาจทำการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของเพศหญิงต่อพฤติกรรมฟิตเนสเซลฟี่ของเพศชายเพื่อรับรู้ถึงปฏิกิริยาตอบสนองต่อการเห็นภาพการโชว์เรื้อรังของเพศตรงข้ามเพิ่มเติม

เน้นความเป็นจริง ปกป้องชื่อเสียง ยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล





วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

### References

- Alicke, M. D., & Sedikides, C. (Eds.). (2011). **Handbook of self-enhancement and self-protection**. Guilford Press.
- Baird, A. L., & Grieve, F. G. (2006). Exposure to male models in advertisements leads to a decrease in men's body satisfaction. **North American Journal of Psychology**, *8*(1).
- Barthel, D. (1992). When men put on appearances: advertising and the social construction of masculinity. **Men, masculinity, and the media**, *1*, 137-153.
- Connell, R. W. (1995). **Masculinities**. Beverley: University of California Press. Consult, 20.
- Coopersmith, R. (1981). **The Antecedent of Self Esteem**. California: Psychologist Press, Inc. De. Development and Validation. (1996). **Psychology of women quarterly** *20*(2), 181-215.
- Franzoi, S. L., & Shields, S. A. (1984). The Body Esteem Scale: Multidimensional structure and sex differences in a college population. **Journal of personality assessment**, *48*(2), 173-178.
- Fredrickson, B., & Roberts, T. (1997). Objectification Theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. **Psychology of Women Quarterly**, *21*(2), 173-206.
- Halliwel, E., Dittmar, H., & Orsborn, A. (2007). The effects of exposure to muscular male models among men: exploring the moderating role of gym use and exercise motivation. **Body Image**, *4*(3), 278-287.
- Kedsing, W. (1998). **Statistic for Researchers**. Bangkok: Thaiwattana.
- Kedwongsa, P. & Chonwan S. (2015). **Who are U On Online Networking: Behaviors and Differential of populations in Thailand at Year 2015**, NakhonPathom: Mahidol University.
- Khopornprasert, B. (2014). **Behaviors of University's Students on Facebook: Bangkok**, Journal of Romepho, Bangkok: Kirt University.
- Leary, M. R., & Tangney, J. P. (2012). **Handbook of Self and Identity**. New York: Guilford Press.
- Macionis, J. J., Benoit, C., & Jansson, M. (2001). **Society, the Basics, Canadian Edition: Powerpoint Slides**. Pearson Education Canada.



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

- Mar, M. B., Serentas, W. S., Tik-Ing, L. J. A., & Tarusan, M. A. E. (2015). Spornosexual: A Case Study. *Psychology*, 6(9), 1067.
- Mark Simpson. (2014, 10 June). **The Metrosexual Is Dead. Long Live the “Spornosexual”**. The Telegraph. Retrieved from <http://www.telegraph.co.uk/men/fashion-and-style/10881682/The-metrosexual-is-dead-Long-live-the-spornosexual.html>. McKinley, Nita Mary, and Janet Shibley Hyde. "The objectified body consciousness scale Marketing Seminar 17<sup>th</sup> (2015, Jan). **SPORNOSEXUAL life's styles for Marketers**. Bangkok: Mahidol University.
- National Statistics. (2011). **Thai Sports' Behavior of Thailand; year2011**. <http://service.nso.go.th/nso/web/survey/surpop2-4-2.html>.
- National Statistics. (2014). **Survey of Information Technology and Communication in Houses year 2014**. Bangkok: Forecast statistics Institute.
- PrachachatOnline. (2015, 19 March). **Fitness's Trend in Thailand: Prachachat Business News**. [http://www.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1426760497](http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1426760497).
- Rogers, C. R. (1961). **On becoming a person: A therapist's view of psychology**. London: Constable.
- Rosenberg, M. (1979). **Conceiving the Self**. New York: Basic, Inc., Publisher.
- Rutledge, P. (2014, 27 June). **Spornosexuality Body Image and Boys**. Retrieved from <http://pamelarutledge.com/2014/06/27/spornosexuality-body-image-and-boys/>.
- Siripunlop, K. (2015). **SPORNOSEXUAL: Opportunity and Marketing Strategy**, (JISB), 1(1), 120-136.
- Stuart, G. W., & Sundeen, S. J. (1987). **Liaison nursing: A model for nursing practice**. Principles And Practice of Psychiatric Nursing, The CV. Mosby Company, St. Louis, 784, 799.
- Sueroj, K. (2013). **Teenager's Communication Behaviors on Facebook**, Yearly Report, Bangkok: Thammasat University.
- Suwanphanit, S.(2006). **Factors of Behavior Effect to Students of Institute of Physical Education; Krabi**, Krabi: Institute of Physical Education.
- Wijitboonyarak, P.(2011). Social Network: Future Network. *Journal Of Management*, 31(4). 99-103.

เน้นความเป็นจริง ปกป้องสังคมผู้ยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล