

ความสัมพันธ์ระหว่างความภูมิใจในร่างกายของตนเอง ความชัดเจนในอัตมโนทัศน์แห่งตน
และการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตารในจักรวาลนฤมิต ของนักศึกษาสาขาวิชาจิตวิทยา
การปรึกษาและการแนะแนว มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

RELATIONSHIPS BETWEEN BODY-ESTEEM, SELF-CONCEPT CLARITY
AND SELF-PRESENTATION THROUGH AVATARS IN THE METAVERSE
OF COUNSELING AND GUIDANCE PSYCHOLOGY STUDENTS,
VALAYA ALONGKORN RAJABHAT UNIVERSITY UNDER THE ROYAL PATRONAGE

วิภาพร ตันทสวัสดิ์*

Vipaporn Tantasawat

* สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

Psychology Program, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage

E-mail: vipaporn@vru.ac.th

Received : August 30, 2022

Revised : October 31, 2022

Accepted : December 24, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตารในจักรวาลนฤมิต และ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ ความภูมิใจในร่างกายของตนเอง ความชัดเจนในอัตมโนทัศน์แห่งตน และการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตารในจักรวาลนฤมิต ประชากร คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาจิตวิทยาการปรึกษาและการแนะแนว มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จำนวน 28 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบวัดความภูมิใจในร่างกายของตนเอง แบบวัดความชัดเจนในอัตมโนทัศน์แห่งตน และแบบวัดการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตารในจักรวาลนฤมิต สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า 1) นักศึกษามีการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตารในจักรวาลนฤมิตด้านตัวตนในอุดมคติ ($\bar{X} = 38.78$, S.D. = 5.26) และด้านตัวตนที่หลากหลาย ($\bar{X} = 24.67$, S.D. = 3.69) ในระดับสูง 2) เพศมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับด้านตัวตนในอุดมคติ ($r = .467$) และด้านตัวตนที่หลากหลาย ($r = .452$) 3) ความภูมิใจในร่างกายของตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านตัวตนที่คงเส้นคงวา ($r = .378$) และมีความสัมพันธ์ทางลบกับด้านความชอบที่จะนำเสนอตนเองผ่านทางออนไลน์ ($r = -.483$) ด้านตัวตนในอุดมคติ ($r = -.314$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 4) ความชัดเจนในอัตมโนทัศน์แห่งตนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านตัวตนที่คงเส้นคงวา ($r = .418$) และมีความสัมพันธ์ทางลบกับด้านตัวตนในอุดมคติ ($r = -.340$) ด้านความชอบที่จะนำเสนอตนเองผ่านทางออนไลน์ ($r = -.303$) และด้านตัวตนที่หลากหลาย ($r = -.053$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ

ความภูมิใจในรูปร่างกายของตนเอง ความชัดเจนในอัตมโนทัศน์แห่งตน การนำเสนอตนเอง อวตาร์
จักรวาลนฤมิต

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) to study the level of self-presentation through avatars in the metaverse, and 2) to study the relationship between body-esteem, self-concept clarity, and self-presentation through avatars in the metaverse. The population were 28 third-year students in the field of Counseling and Guidance Psychology of Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage. The research instruments consisted of the body-esteem scale, the self-concept clarity scale, and self-presentation through avatars in metaverse scale. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and Spearman Rank Correlation Coefficient (r) to determine the statistical significance at the 0.05 level. The results found that: 1) student's self-presentation through avatars in metaverse in terms of ideal self ($\bar{X}$ = 38.78, S.D. = 5.26) and multiple selves ($\bar{X}$ = 24.67, S.D. = 3.69) were at a high level. 2) Sex was significantly associated with ideal self (r = .467) and multiple selves (r = .452). 3) Body-esteem were positively correlated with consistent self (r = .378) while negatively correlated with online presentation preference (r = -.483), and ideal self (r = -.314) significantly. 4) Self-concept clarity was positively correlated with consistent self (r = .418) while negatively correlated with ideal self (r = -.340), online presentation preference (r = -.303), and multiple selves (r = -.053) respectively.

KEYWORDS

Body-Esteem; Self-Concept Clarity; Self-Presentation; Avatars; Metaverse

ความสำคัญของปัญหา

รูปแทนตัวผู้ใช้ในโลกลเสมือนหรือเกม อาจเป็นสองมิติหรือสามมิติ เรียกกันโดยทั่วไปว่า อวตาร์ (Avatars) ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ ในสื่อสังคมออนไลน์และแอปพลิเคชันในสมาร์ทโฟน ซึ่งสามารถสร้างอวตาร์ผ่านการใช้งาน Facebook, TikTok, Zoom หรือจักรวาลนฤมิต (Metaverse) เป็นต้น อวตาร์เป็นรูปที่เป็นตัวแทนของบุคคลที่ใช้ในสภาพแวดล้อมออนไลน์ (Inal & Cagiltay, 2006) สามารถนำเสนอเป็นภาพแทนตัวผู้ใช้ และเป็นสื่อกลางสำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคล การสร้างอวตาร์สามารถทำได้โดยตัวบุคคลผู้ใช้งานเอง หรือสร้างขึ้นจากนักออกแบบการสร้างตัวละครในภาพยนตร์หรือเกม (Bailenson & Blascovich, 2004) ดังที่ โครมันด์ (Kromand, 2007) ที่กล่าวถึงวิธีการสร้างอวตาร์ว่า สามารถแบ่งเป็น 2 วิธีการ คือ การสร้างอวตาร์แบบปิด เป็นการสร้างอวตาร์ไว้ล่วงหน้าโดยนักออกแบบการสร้างอวตาร์ เพื่อให้ตัวละครที่เป็นอวตาร์มีความสอดคล้องกับเรื่องราวในภาพยนตร์หรือเกม ดังนั้นผู้รับชม ผู้ใช้งาน หรือผู้เล่นเกม จะปรับเปลี่ยนอวตาร์ได้น้อยมากหรืออาจทำไม่ได้เลย ส่วนอวตาร์แบบเปิดจะสร้างขึ้นโดยตัวผู้ใช้งานระบบเพื่อกำหนดลักษณะและบุคลิกภาพของอวตาร์ด้วยตนเอง

การสร้างร่างอวตารแบบเปิดในจักรวาลนฤมิต บน <https://spatial.io> เป็นแพลตฟอร์มที่สามารถสร้างร่างอวตาร สร้างห้องส่วนตัว และใช้ท่องโลกเสมือนผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต หรือสมาร์ทโฟน แต่ผู้ใช้งานจะสัมผัสประสบการณ์ที่ทำให้รู้สึกเสมือนจริงมากยิ่งขึ้น ถ้าใช้งานผ่าน Oculus Quest เพราะเป็นอุปกรณ์ที่รองรับการมองเห็นแบบความจริงเสมือน (Virtual Reality : VR) เป็นเทคโนโลยีที่สร้างสภาพแวดล้อมเสมือนขึ้นมาใหม่ ดึงให้ผู้ใช้งานออกจากโลกความจริง โดยโลกเสมือนนี้อาจเป็นได้ทั้งภาพและเสียง เสมือนผู้ใช้งานอยู่ในสภาพแวดล้อมหรือสถานที่นั้นจริง ๆ สามารถสำรวจได้รอบทิศทาง 360 องศา หากแต่อุปกรณ์แว่น VR ในปัจจุบัน มีราคาค่อนข้างสูง การเลือกเข้าไปท่องจักรวาลนฤมิต (Metaverse) ผ่านคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และสมาร์ทโฟนที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต จึงเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่ทำให้สามารถท่องโลกเสมือนได้ง่ายผ่านอุปกรณ์ที่ผู้ใช้งานมีอยู่โดยไม่ต้องสิ้นเปลืองงบประมาณเพิ่ม แต่อย่างไรก็ตาม การเข้าใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์จะมีคุณสมบัติ (Feature) ในการใช้งานครบถ้วนสมบูรณ์มากกว่าการใช้แท็บเล็ตหรือสมาร์ทโฟนเมื่อผู้ใช้งานเข้าสู่จักรวาลนฤมิต

การสร้างร่างอวตารเพื่อใช้นำเสนอตัวตน ผู้ใช้งานสามารถเลือกได้ว่าจะใช้ใบหน้าจริงหรือใบหน้าที่ถูกแต่งสร้างสรรค์ขึ้นเอง เลือกกระปุกบุรุษ รูปร่าง เครื่องแต่งกายได้อย่างหลากหลาย และสามารถแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ได้เสมือนจริง (Hui et al., 2021) การนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตาร จึงเป็นการแสดงภาพลักษณ์ของตนเองที่ต้องการสื่อสารกับผู้อื่นผ่านการเลือกใช้รูปร่าง หน้าตา และบุคลิกภาพของอวตาร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าผู้ใช้งานต้องการนำเสนอตนเองในรูปลักษณะให้เหมือนหรือแตกต่างจากตน แต่อย่างไรก็ตาม การนำเสนอร่างอวตารที่เหมือนกับผู้ใช้งานจะทำให้ผู้อื่นสามารถระบุตัวตนของผู้ใช้งานได้ง่าย (Guy & Anita, 2008) การนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตารยังบ่งบอกถึงความพึงพอใจในอัตลักษณ์แห่งตนของผู้ใช้งาน แต่ก็พบว่าผู้ใช้งานบางคนสร้างร่างอวตารให้แตกต่างจากรูปลักษณ์ของตน เพราะอาจจะไม่ต้องการให้ผู้อื่นทราบว่าผู้ใช้งานคือใคร รวมทั้งเหตุผลของการอยากแสดงตัวตนตามที่ตนเองปรารถนา (Bailenson & Blascovich, 2004) การออกแบบการนำเสนอตนเองทางดิจิทัลที่จะเหมือนหรือไม่เหมือนกับตัวเองตามความเป็นจริงดังกล่าวมีความสำคัญที่ต้องศึกษาว่า เพราะเหตุใดผู้ใช้งานจึงเลือกที่จะนำเสนอตนเองเช่นนั้น (Yee & Bailenson, 2007)

การศึกษาส่วนใหญ่ที่ผ่านมาจะทำการศึกษากำหนดตนเองผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เกม หรือเฟซบุ๊ก โดยพบว่า การรับรู้ร่างกายของตนเอง เช่น โครงสร้างของร่างกายหรือภาพลักษณ์ด้านร่างกายของตนเอง สรีรวิทยา สภาวะทางอารมณ์ การรับรู้บุคลิกภาพ อัตลักษณ์ของตนเอง (Biocca, 1997) และอัตโนทัศน์แห่งตน (Strimbu & O'Connell, 2019) มีความสัมพันธ์กับการนำเสนอตนเองผ่านช่องทางออนไลน์ แต่ข้อมูลเชิงวิชาการยังต้องการหลักฐานเชิงประจักษ์ ในการศึกษาการนำเสนอตนเองในจักรวาลนฤมิตเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นอีกหนึ่งช่องทางออนไลน์ที่สามารถสร้างอวตารได้เช่นกัน (Zimmermann, Wehler & Kaspar, 2022) รวมทั้งจากประเด็นการสร้างร่างอวตารที่เหมือนหรือไม่เหมือนตนเองตามความเป็นจริงของผู้ใช้งานจักรวาลนฤมิต ทำให้นักวิจัยได้เริ่มศึกษาค้นหาเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวกับวิธีการเลือกหรือการปรับแต่งอวตารของแต่ละบุคคล โดยเน้นที่ขอบเขตของอวตารที่สามารถสร้างได้คล้ายกับผู้ใช้งาน (Loewen, Burris & Nacke, 2021)

สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษากำหนดตนเองผ่านร่างอวตารในจักรวาลนฤมิตที่สามารถสร้างตัวตนเสมือนได้ “เหมือนจริงมากกว่ารูปแบบออนไลน์ทั่วไป” รวมทั้งยังเป็นการศึกษากับนักศึกษาสาขาจิตวิทยาการปรึกษาและการแนะแนว เพราะการสำรวจความเชื่อมโยงระหว่างความชัดเจนในอัตโนทัศน์ที่แห่งตนและวิธีต่าง ๆ ที่นักศึกษาทดลองออกแบบการนำเสนอตนเอง จะทำให้นักศึกษาเข้าใจว่า “ฉันเป็นใคร” ด้วยการค้นหาตัวตนที่สบายใจ และรู้สึกมั่นใจในการนำเสนอตัวตนทั้งในออนไลน์และออฟไลน์ (Back, Schmukle & Egloff, 2010) รวมทั้งเมื่อจบการศึกษาแล้ว นักศึกษากลุ่มนี้อาจจะเป็นนักจิตวิทยาที่ต้องใช้จักรวาลนฤมิตเป็นช่องทางหนึ่งในการให้คำปรึกษา หรือการช่วยเหลือบุคคลประเภทต่าง ๆ นอกจากนี้ การศึกษาในครั้งนี้เน้นถึงศักยภาพของอวตารในการสำรวจกลไกพื้นฐานทางจิตวิทยาที่อยู่ภายใต้การรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอตนเอง ผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษาจะทำให้ได้สารสนเทศเกี่ยวกับการตระหนักรู้ในการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตารในจักรวาลนฤมิตของนักศึกษา ที่จะนำมาใช้พัฒนากระบวนการในการรู้จักและเข้าใจตนเองมากยิ่งขึ้น ตลอดจนใช้เป็นแนวทางให้นักศึกษาสามารถแสดงออกได้อย่างเหมาะสมกับบทบาทและหน้าที่ของนักจิตวิทยาได้ต่อไป

โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

1. นักศึกษามีลักษณะการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตารในจักรวาลเสมือนแบบใด และอยู่ในระดับใด
2. เพศ ความภูมิใจในรูปร่างกายของตนเอง ความชัดเจนในอัตมโนทัศน์แห่งตน มีความสัมพันธ์กับการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตารในจักรวาลเสมือนด้านตัวตนในอุดมคติ ด้านตัวตนที่หลากหลาย ด้านตัวตนที่คงเส้นคงวา และด้านความชอบที่จะนำเสนอตนเองผ่านทางออนไลน์มากน้อยเพียงใด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตารในจักรวาลเสมือน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศ ความภูมิใจในรูปร่างกายของตนเอง ความชัดเจนในอัตมโนทัศน์แห่งตน และการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตารในจักรวาลเสมือนด้านตัวตนในอุดมคติ ด้านตัวตนที่หลากหลาย ด้านตัวตนที่คงเส้นคงวา และด้านความชอบที่จะนำเสนอตนเองผ่านทางออนไลน์มากน้อยเพียงใด

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ โดยทำการเก็บข้อมูลลักษณะภาคตัดขวาง (A descriptive cross-sectional correlation study)

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาจิตวิทยาการปรึกษาและการแนะแนว หลักสูตรจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งกำลังศึกษารายวิชาบริการสนเทศทางจิตวิทยา ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 28 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบวัดความภูมิใจในรูปร่างกายของตนเอง (Body Esteem Scale) พัฒนาโดย Mendelson, Mendelson & White (2001) แบบวัดเป็นลักษณะให้รายงานตนเอง มีจำนวนคำถาม 23 ข้อ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ความรู้สึกทั่วไปเกี่ยวกับรูปลักษณ์ของตนเอง (General Feelings about Appearance) ความพึงพอใจในน้ำหนัก (Weight Satisfaction) และการประเมินเกี่ยวกับร่างกายและรูปลักษณ์ของตนเองผ่านการรับรู้ข้อมูลจากผู้อื่น (Evaluation Attributed to Others about One's Body and Appearance) ลักษณะข้อคำถามเป็นมาตราประมาณค่า 4 ระดับ ตั้งแต่ไม่เคยรู้สึกจนถึงรู้สึกตลอดเวลา ผู้ที่ได้คะแนนรายด้านและโดยรวมสูง หมายถึง มีความภูมิใจในรูปร่างกายของตนเองมากกว่าผู้ที่ได้คะแนนน้อยกว่า แบบวัดนี้มีความตรงตามเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) เท่ากับ .87 และความเชื่อมั่น (reliability) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ .85

แบบวัดความชัดเจนในอัตมโนทัศน์แห่งตน (The Self-Concept Clarity Scale) พัฒนาโดย Campbell, Trapnell, Heine, Katz, Lavallee & Lehman (1996) ผู้วิจัยนำมาปรับปรุงข้อคำถามให้แบบวัดเหมาะสมกับบริบทที่ศึกษา แบบวัดเป็นลักษณะให้รายงานตนเอง มีจำนวนคำถาม 12 ข้อ วัดความตระหนักรู้ในตนเอง (Awareness) และความเชื่อมั่นในตนเอง (Confidence) ลักษณะข้อคำถามเป็นมาตราประมาณค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ไม่จริงเลยจนถึงจริงที่สุด ผู้ที่ได้คะแนนโดยรวมสูง หมายถึง มีอัตมโนทัศน์ในทางที่ดีต่อตนเอง แบบวัดนี้มีความตรงตามเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) เท่ากับ .93 และความเชื่อมั่น (reliability) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ .88

แบบวัดการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตารในจักรวาลเสมือน (Self-Presentation through Avatars in Metaverse Scale) เป็นแบบวัดที่ผู้วิจัยปรับปรุงมาจากแบบวัดการนำเสนอตนเองผ่านทางออนไลน์ (Online Self-Presentation) ที่พัฒนาโดย Fullwood, James, Chen-Wilson (2016) เพื่อให้แบบวัดเหมาะสมกับบริบทที่ต้องการศึกษา แบบวัดเป็นลักษณะให้รายงานตนเอง มีจำนวนคำถาม 21 ข้อ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ตัวตน

ในอุดมคติ (Ideal Self) ตัวตนที่หลากหลาย (Multiple Selves) ตัวตนที่คงเส้นคงวา (Consistent self) และความชอบที่จะนำเสนอตนเองผ่านทางออนไลน์ (Online Presentation Preference) ลักษณะข้อคำถามเป็นมาตราประมาณค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ไม่จริงเลยจนถึงจริงที่สุด ผู้ที่มีคะแนนสูงในด้านใด หมายถึง มีการนำเสนอตนเองสูงในด้านนั้นสูงกว่าด้านอื่น ๆ แบบวัดนี้มีความตรงตามเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) เท่ากับ .88 และความเชื่อมั่น (reliability) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ .86

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำเครื่องมือวัดทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัย ไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยเริ่มจากผู้วิจัยได้เชิญผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐสภา แก่นแก้ว ผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้งานเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มาเป็นวิทยากรในการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การจัดแสดงนิทรรศการบริการสนเทศทางจิตวิทยาด้วยจักรวาลเสมือน” ณ ห้องคอมพิวเตอร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ เพื่อให้ความรู้และวิธีการสร้างร่างอวตารแบบเปิดในจักรวาลเสมือนบน <https://spatial.io> วิธีใช้งาน และการสร้างนิทรรศการด้วยเครื่องมือต่าง ๆ โดยภายหลังจากการเสร็จสิ้นการอบรม ผู้วิจัยมอบหมายงานให้นักศึกษาทุกคนเข้าจักรวาลเสมือนเพื่อสร้างร่างอวตาร แล้วท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ในจักรวาลเสมือน และมอบหมายงานสร้างนิทรรศการบริการสนเทศทางจิตวิทยาในจักรวาลเสมือนด้วย <https://spatial.io> โดยใช้เวลา 3 สัปดาห์ หลังจากนั้นจึงขออาสาสมัครเข้าร่วมการวิจัย พบว่า นักศึกษาทั้งหมดยินดีที่จะตอบแบบสอบถาม โดยใช้เวลาประมาณ 20-30 นาที เมื่อตอบแบบสอบถามเสร็จแล้วก็ให้นำแบบสอบถามมาใส่ลงในกล่องที่เตรียมไว้ให้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS version 25 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1. สถิติพรรณนา เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของประชากร ได้แก่ เพศ และระดับดัชนีมวลกาย และศึกษาระดับการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตารในจักรวาลเสมือน สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. สถิติอนุมาน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศ ความภูมิใจในร่างกายของตนเอง ความชัดเจนในอัตมโนทัศน์แห่งตน และการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตารในจักรวาลเสมือน สถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman Rank Correlation Coefficient, r) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยทำการทดสอบการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) ของตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ ผลการทดสอบ พบว่า ตัวแปรทั้งหมดมีการกระจายตัวแบบไม่ปกติ นอกจากนี้ตัวอย่างที่นำมาทดสอบไม่ได้มาโดยการสุ่ม (Randomization) และมีขนาดเล็ก ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้สถิติแบบพาราเมตริก ซึ่งมีความน่าเชื่อถือของผลการวิจัยมากกว่าการใช้สถิติแบบพาราเมตริกจากการศึกษาในกรณีนี้

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม 28 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 75 และเพศชาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 25

ตาราง 1 จำนวน และร้อยละของนักศึกษาเพศหญิงและเพศชาย จำแนกตามระดับค่าดัชนีมวลกาย

ระดับค่าดัชนีมวลกาย (BMI)	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่ามาตรฐาน (ค่า BMI น้อยกว่า 18.50)	2	7.10	7	25.00
ปกติ (ค่า BMI 18.50 – 22.90)	3	10.70	8	28.60
อ้วนระดับ 1 (ค่า BMI 23.00 – 24.90)	1	3.60	3	10.70

อ้วนระดับ 2 (ค่า BMI 25.00 – 29.90)	1	3.60	2	7.10
อ้วนระดับ 3 (ค่า BMI มากกว่า 30)	1	3.60	1	3.60
รวม	7	25.00	21	75.00

จากตาราง 1 พบว่า นักศึกษาเพศชายและเพศหญิงมีค่าดัชนีมวลกายส่วนใหญ่อยู่ในระดับปกติ คิดเป็นร้อยละ 10.70 และ 28.60 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การศึกษาระดับของการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตารในจักรวาลนอญมิติ

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตารในจักรวาลนอญมิติ

การนำเสนอตนเองผ่านร่างจักรวาลนอญมิติ	ภาพรวม		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ตัวตนในอุดมคติ	38.78	5.26	สูง
ตัวตนที่หลากหลาย	24.67	3.69	สูง
ตัวตนที่คงเส้นคงวา	14.07	3.57	ปานกลาง
ความชอบที่จะนำเสนอตนเองผ่านทางออนไลน์	10.67	3.70	ปานกลาง

จากตาราง 2 พบว่า นักศึกษานำเสนอตนเองผ่านร่างอวตารในจักรวาลนอญมิติ ด้านตัวตนในอุดมคติ ($\bar{X}$ = 38.78, S.D. = 5.26) และด้านตัวตนที่หลากหลาย ($\bar{X}$ = 24.67, S.D. = 3.69) อยู่ในระดับสูง ส่วนด้านตัวตนที่คงเส้นคงวา ($\bar{X}$ = 14.07, S.D. = 3.57) และด้านความชอบที่จะนำเสนอตนเองผ่านทางออนไลน์ ($\bar{X}$ = 10.67, S.D. = 3.70) อยู่ในระดับปานกลาง



ภาพที่ 1 การนำเสนอตนเองของนักศึกษาผ่านร่างจักรวาลนอญมิติ

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศ ความภูมิใจในร่างกายของตนเอง ความชัดเจนในอัตมโนทัศน์แห่งตน กับการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตารในจักรวาลนอญมิติ

ตาราง 3 ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ ความภูมิใจในร่างกายของตนเอง ความชัดเจนในอัตมโนทัศน์แห่งตน และการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตารในจักรวาลนอญมิติ

	ตัวตนในอุดมคติ	ตัวตนที่หลากหลาย	ตัวตนที่คงเส้นคงวา	ความชอบที่จะนำเสนอตนเองผ่านทางออนไลน์
1. เพศ	.467*	.452*	.186	.175
2. ความภูมิใจในร่างกายของตนเอง	-.314*	-.157	.378*	-.483*
3. ความชัดเจนในอัตมโนทัศน์แห่งตน	-.340*	-.053*	.418*	-.303*

* $p < 0.05$

จากตาราง 3 พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับด้านตัวตนในอุดมคติ ($r = .467, p < 0.05$) และด้านตัวตนที่หลากหลาย ($r = .452, p < 0.05$)

ความภูมิใจในร่างกายของตนเองมีความสัมพันธ์ทางลบมากที่สุดกับด้านความชอบที่จะนำเสนอตนเองผ่านทางออนไลน์ ($r = -.483, p < 0.05$) รองลงมา มีความสัมพันธ์ทางลบกับด้านตัวตนในอุดมคติ ($r = -.314, p < 0.05$) ในขณะที่มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับด้านตัวตนที่คงเส้นคงวา ($r = .378, p < 0.05$)

เช่นเดียวกับที่ความชัดเจนในอัตมโนทัศน์แห่งตนมีความสัมพันธ์มากที่สุดในทางบวกกับด้านตัวตนที่คงเส้นคงวา ($r = .418, p < 0.05$) ในขณะที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับด้านตัวตนในอุดมคติ ($r = -.340, p < 0.05$) ด้านความชอบที่จะนำเสนอตนเองผ่านทางออนไลน์ ($r = -.303, p < 0.05$) และด้านตัวตนที่หลากหลาย ($r = -.053, p < 0.05$) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

การนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตารในจักรวาลเสมือน เป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ประเภทหนึ่งที่ใช้กันจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการควบคุมข้อมูลที่ “เลือก” แสดงออกมา เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้รับชมได้สำเร็จ (Schlenker, 2003) ทั้งในเชิงกระบวนการและวิธีการที่ทำให้นักศึกษาสามารถสะท้อนถึงภาพของตนเองได้ตามที่ต้องการ (Weber & Mitchell, 2008) จากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า นักศึกษามีนำเสนอตนเองผ่านร่างจักรวาลเสมือนผ่านแพลตฟอร์ม <https://spatial.io> ด้านตัวตนในอุดมคติ และด้านตัวตนที่หลากหลายอยู่ในระดับสูง อาจเป็นเพราะการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตารในจักรวาลเสมือนเป็นโอกาสที่ทำให้นักศึกษาได้แสดงออกถึงภาพลักษณ์ของตนเองตามความปรารถนาที่อยากแสดงออก และสามารถแสดงตัวตนที่หลากหลายในบริบทที่แตกต่างกันไป ดังนั้น ภาพสะท้อนตนเองจึงแสดงให้เห็นเป็นพลวัตของการนำเสนอตนเองทางออนไลน์และความอ่อนไหวของผู้ใช้งานที่คำนึงถึงบริบทที่แตกต่างกันไป จึงเป็นไปได้ว่านักศึกษาจะปรับเปลี่ยนการนำเสนอตนเองผ่านร่างจักรวาลเสมือน “ก่อน” หรือ “ระหว่าง” การเปลี่ยนเข้าสู่ห้องต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปและเป้าหมายการนำเสนอตนเองที่ปรารถนา สอดคล้องกับที่ยางและบราวน์ (Yang & Brown, 2016) ซึ่งกล่าวว่า การนำเสนอตนเองไม่ใช่สภาวะคงที่ แต่เป็นกิจกรรมที่อ่อนไหวต่อบริบททางสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การปรับการนำเสนอตนเองในมิติเหล่านี้ จะพิจารณาจากบรรทัดฐานทางสังคมและเป้าหมายเชิงสัมพันธ์ โดยบุคคลมีแนวโน้มที่จะจำกัดความกว้างและความลึกของการเปิดเผยตนเองในความสัมพันธ์ใหม่ เพื่อทำให้ตัวเองดูน่าดึงดูดใจในทางสังคม (Ellison, Heino & Gibbs, 2006) ดังนั้นบุคคลจึงมีแนวโน้มว่าจะมีเจตนาในการนำเสนอตนเองในอุดมคติมากขึ้นเมื่อพวกเขาเข้าสู่สภาพแวดล้อมใหม่และกระตือรือร้นที่จะรู้และเป็นที่รู้จักของผู้อื่น

การเข้าไปอยู่ในจักรวาลเสมือนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ อาจทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกไม่สบายใจที่จะเปิดเผยข้อมูลตนเองในวงกว้างและลึก และนำเสนอภาพลักษณ์ที่แท้จริงที่สุดของตนเอง โดยบุคคลอาจมีเจตนาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการ “สร้างภาพลักษณ์ที่ดีกว่าความเป็นจริง” เพื่ออำนวยความสะดวกในการสร้างความสัมพันธ์ และมีความยืดหยุ่นมากในการเลือกนำเสนอตนเองตามปรารถนา และไม่รู้สึกอึดอัดเหมือนกับการพบปะแบบเผชิญหน้ากัน (Fullwood, 2015)

เพศมีความสัมพันธ์กับตัวตนในอุดมคติและตัวตนที่หลากหลาย สอดคล้องกับแนวคิดทางวัฒนธรรมเรื่องเพศมีอิทธิพลต่อความเชื่อและความคิดของบุคคลจากการมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อน ครอบครัว และสื่อ (Leaper & Friedman, 2007) ดังนั้นปฏิสัมพันธ์ทางสังคมจึงสร้างพฤติกรรมทางเพศผ่านความคาดหวังในการทำตามแบบแผนทางเพศและอัตลักษณ์แห่งตน การเจรจาต่อรอง และการจัดการความประทับใจ (Deaux & Major, 1987) เพศหญิงและชายจึงมีแบบแผนทางเพศที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของตนเองและความกังวลในการนำเสนอตนเองที่แตกต่างกัน การแสดงตัวตนที่หลากหลายจะเห็นได้จากการที่ผู้หญิงมักจะให้ความสำคัญกับบทบาททางเพศตามสถานการณ์และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมากกว่าผู้ชาย และมีการแสดงตัวตนที่แตกต่างตามสถานการณ์ได้มากกว่าผู้ชาย (Bilsker, Schiedel & Marcia, 1988)

อย่างไรก็ตาม ลักษณะของการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตอาจส่งผลต่อการนำเสนอตนเองในเรื่องเพศ เนื่องจากการ “ไม่ต้องเปิดเผยตัวตน” ในรูปแบบการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต ทำให้เพศชายและเพศหญิงสามารถแสดงตัวตนได้อย่างอิสระมากกว่าแบบออฟไลน์ สอดคล้องกับการศึกษาอิทธิพลของเพศที่มีต่อการแสดงตนเสมือนในรูปของอวตาร์ โดยดันน์และ กูดานโน (Dunn & Guadagno, 2012) ให้ผู้เข้าร่วมต้องออกแบบตัวละครเพื่อเล่นในวิดีโอเกมใช้เวลา 20 นาที ผลการวิจัยพบว่า ในการเล่นวิดีโอเกมและถ่ายภาพจริง ชายและหญิงมักเลือกการแสดงตนสอดคล้องกับร่างกายชายและหญิงในอุดมคติ

ความภูมิใจในร่างกายของตนเองมีความสัมพันธ์ทางลบกับตัวตนในอุดมคติ และความชอบที่จะนำเสนอตนเองผ่านทางออนไลน์ ที่เป็นเช่นนี้เพราะการได้รับข้อมูลที่เกี่ยวข้องพอต่อการประเมินตนเองในเชิงบวกและการเปรียบเทียบกับผู้อื่น จะทำให้บุคคลมีมุมมองเกี่ยวกับตนเองตามความเป็นจริง ซึ่งตรงกันข้ามบุคคลที่มีความไม่พึงพอใจในร่างกายของตนเองก็มักจะมีความคิดและรู้สึกเชิงลบกับตนเอง และมักจะนำเสนอตนเองตามอุดมคติ โดยมีการศึกษาพบว่า การนำเสนอตนเองทางออนไลน์ของบุคคลที่ไม่ภูมิใจในร่างกายของตนเองจะรายงานน้ำหนักและอายุที่เป็นไปตามอุดมคติของพวกเขา และกรองเนื้อหาในโปรไฟล์ เพื่อสะท้อนถึงข้อดีของพวกเขา เช่น แสดงเฉพาะภาพถ่ายที่น่าสนใจและเขียนเกี่ยวกับประสบการณ์ที่น่าตื่นตาตื่นใจเท่านั้น (Ellison, Heino & Gibbs, 2006)

ยิ่งไปกว่านั้น ยังพบว่านักศึกษาระดับปริญญาตรีเพศหญิงจะสร้างอวตาร์ที่เป็นรูปแทนตัวเองที่มีมวลกายที่ “ต่ำกว่าความเป็นจริง” (Thomas & Johansen, 2012) และมักจะนำเสนอตัวตนตามอุดมคติในรูปแบบออนไลน์มากกว่าออฟไลน์ เพื่อชดเชยความรู้สึกที่ไม่พึงพอใจที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของซิโนฟิยา คาเซนทซ์ชีวา และนิโคโนวา (Zinovyeva, Kazantseva & Nikonova, 2016) พบว่า วัยรุ่นที่ไม่พอใจในรูปลักษณ์ของตนเองมักชอบนำเสนอตนเองผ่านทางออนไลน์ โดยจะหลีกเลี่ยงการติดต่อทางสังคมแบบพบหน้ากันหรืออาจจะแยกตัวออกจากสังคม รวมทั้งยังมีการศึกษาพบว่า ผู้ที่มีดัชนีมวลกายที่ไม่เหมาะสม และไม่มีความภูมิใจในร่างกายของตนเองมักชอบนำเสนอตนเองใน Facebook (Al-Saggaf & Nielsen, 2014) แต่อย่างไรก็ตามการใช้สื่อสังคมที่มากเกินไปก็จะทำให้บุคคลมีการเฝ้าระวังสุขภาพอย่างเคร่งครัด มีความภาคภูมิใจในร่างกายลดลง และมีพฤติกรรมลดน้ำหนักอย่างเข้มงวดเกินไป (Tiggemann, Slater & NetTweens, 2014) นอกจากนี้ยังพบว่า ความภูมิใจในร่างกายของตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับมีตัวตนที่คงเส้นคงวา อาจเป็นเพราะพวกเขามีความสุขกับตัวเองและไม่รู้สึกว่าจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ อย่างมาก บุคคลที่รู้สึกพอใจในร่างกายของตนเองจะมีภาคภูมิใจในตนเอง และมีการนำเสนอตนเองทั้งในแบบออนไลน์และออฟไลน์ตามความเป็นจริง ตรงข้ามกับผู้ที่มีความพึงพอใจในร่างกายของตนเองต่ำ จะสร้างอวตาร์ที่คล้ายกับตนเองเล็กน้อย และไม่นำคุณลักษณะที่ตนเองไม่ชอบมาสร้างอวตาร์ของตนเอง (Pringle, 2015) โดยนักทฤษฎีการเปรียบเทียบทางสังคมกล่าวว่า หากบุคคลมีความภูมิใจในร่างกายก็จะลดความคลาดเคลื่อนระหว่างภาพในอุดมคติกับภาพร่างกายที่รับรู้ของบุคคลนั้น จึงทำให้เกิดความพึงพอใจที่จะนำเสนอตนเองแบบคงเส้นคงวาไม่ว่าในสถานการณ์ใด (Bissell, 2004) เช่นเดียวกับการศึกษาของทรีปีที และไรเนค (Trepte & Reinecke, 2010) พบว่า ความภาคภูมิใจในร่างกายของตนเองสามารถทำนายถึงการนำเสนอตนเองที่คล้ายคลึงกับอวตาร์ที่สร้างขึ้น

โดยรวมแล้ว ผลจากการศึกษาครั้งนี้เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สนับสนุนแนวคิดที่ว่า บุคคลที่มีความชัดเจนในอัตมโนทัศน์แห่งตน มีแนวโน้มที่จะมีส่วนร่วมในการทดลองการนำเสนอตนเองขณะออนไลน์ของวัยรุ่น ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ความชัดเจนในอัตมโนทัศน์แห่งตนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับตัวตนที่คงเส้นคงวา ที่เป็นเช่นนี้เพราะการรับรู้ความเป็นตัวตนได้อย่างชัดเจน จะทำให้บุคคลสามารถจะนำเสนอตนเองได้อย่างมั่นคง ไม่ว่าจะนำเสนอทางออนไลน์หรือออฟไลน์ ตรงข้ามกับคนที่มีความชัดเจนในอัตมโนทัศน์แห่งตนในระดับต่ำ อาจจะเกิดจากการมีความภาคภูมิใจในตนเองน้อย จึงทำให้บุคคลเหล่านี้รู้สึกไม่พอใจในตนเอง และมีแนวโน้มที่จะพยายามค้นหาและสำรวจอัตลักษณ์อื่น ๆ ต่อไป เพื่อจะทำให้ตนเองมีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น (Campbell, 2008) ในขณะที่วัยรุ่นที่มีแนวความคิดในตนเองที่ชัดเจนมีแนวโน้มที่จะนำเสนอตนเองในออนไลน์ สอดคล้องกับตัวตนออฟไลน์ (Fullwood, James & Chen-Wilson, 2016) นอกจากนี้ยังอาจเป็นไปได้ว่าการที่บุคคลมีแนวโน้มที่จะเลือกแสดงบุคลิกภาพที่แท้จริงในโปรไฟล์มากกว่าจะแสดงในอุดมคติ อาจเป็นเพราะโปร

ไฟล์เป็นสิ่งที่เปิดเผยต่อผู้ที่ติดต่อสื่อสารในชีวิตจริง ซึ่งจำกัดโอกาสในการปรับปรุงตกแต่งภาพของตนเอง เนื่องจากมีความเสี่ยงที่จะถูกจับได้ว่ามีการ “ประดิษฐ์” มากเกินไป (Magnuson & Dundes, 2008)

ผลการวิจัยยังพบว่า ความชัดเจนในอัตมโนทัศน์แห่งตนมีความสัมพันธ์ทางลบกับตัวตนในอุดมคติ ตัวตนที่หลากหลาย และความชอบที่จะนำเสนอตนเองผ่านทางออนไลน์ ความชัดเจนในอัตมโนทัศน์แห่งตนมีความสัมพันธ์ทางลบกับตัวตนในอุดมคติ เพราะการที่บุคคลมีความไม่แน่ใจหรือสงสัยในอัตมโนทัศน์แห่งตนมักจะนำเสนอตัวตนในอุดมคติเกินความเป็นจริง ทั้งนี้เพราะเมื่อเราไม่ค่อยแน่ใจว่าเราต้องการให้คนอื่นมองเราอย่างไร ตัวเลือกที่สมเหตุสมผลที่สุดอาจเป็นการเลือกประเภทการนำเสนอตนเองที่จะชนะใจผู้อื่น โดยคนที่ม้อัตมโนทัศน์แห่งตนที่ไม่ชัดเจน มักจะใช้สื่อสังคมเป็นเครื่องมือในการทดลองและทดสอบการนำเสนอตนเองในแบบต่าง ๆ (Manago, Graham, Greenfield & Salimkhan, 2008) ซึ่งการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวทาร์สามารถสร้างได้อย่างสมจริง (Realistics)

อย่างไรก็ตามบุคคลจะพยายามสร้างอวทาร์ในแง่รูปลักษณ์ตามอุดมคติให้มีความคล้ายคลึงกันกับสิ่งที่บุคคลปรารถนาในการใช้งานในสภาพแวดล้อมออนไลน์ เนื่องจากอวทาร์ที่สร้างขึ้นนั้นจะสะท้อนถึง “ส่วนที่ดีที่สุด” ของตนเอง หรือคุณลักษณะต่าง ๆ ตามที่บุคคลปรารถนา ซึ่งตรงข้ามกับการสร้างในลักษณะแฟนตาซี (Fantasies) หรือการสวมบทบาท (Roleplay) ที่มีความแตกต่างอย่างชัดเจนระหว่างตัวตนที่แท้จริงและตัวตนเสมือน (Neustaedter & Fedorovskaya, 2009) ด้วยเหตุนี้ ร่างอวทาร์ที่เลือกใช้งานจะทำให้ผู้ใช้งานมีโอกาสสำรวจโลกเสมือนผ่านมุมมองของบุคคลในรูปลักษณ์ที่ “ดีกว่า” ตนเองหรือ “สมบูรณ์กว่า” สิ่งที่เป็นอยู่ ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้ยังพบอีกว่า ความชัดเจนในอัตมโนทัศน์แห่งตนมีความสัมพันธ์ทางลบกับตัวตนที่หลากหลาย และความชอบที่จะนำเสนอตนเองผ่านทางออนไลน์ ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า การพยายามนำเสนอตนเองในรูปแบบต่าง ๆ เป็นความพยายามเพื่อพยายาม “แก้ไข” วิกฤตการณ์ด้านอัตมโนทัศน์แห่งตนเพื่อทำให้บุคคลสามารถค้นพบตัวตนที่สอดคล้องกันต่อไป ผลการศึกษานี้ สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องการใช้เวลากับ Facebook ที่มากขึ้นในกลุ่มวัยรุ่น แต่กลับมีจำนวนเพื่อนใน Facebook น้อยลง เพราะใช้เวลาในการทดสอบการนำเสนอตนเองในแบบต่าง ๆ ทางออนไลน์เป็นกิจกรรมที่ต้องใช้เวลามาก และอาจจะเป็นไปได้ว่าการที่บุคคลนำเสนอตัวตนที่หลากหลาย เพราะการได้รับคำชมเชยและการตรวจสอบจากผู้อื่น อาจดึงดูดใจผู้ที่มีอัตมโนทัศน์แห่งตนที่ไม่ชัดเจน ทำให้พวกเขาใช้เวลาเพิ่มขึ้นในสภาพแวดล้อมที่คิดว่าตนเองสามารถทำได้ รวมทั้งการมีเพื่อนบน Facebook น้อยลง อาจเป็นตัวบ่งชี้ว่าผู้ที่มีอัตมโนทัศน์แห่งตนไม่ชัดเจนมีปัญหาในการคบหาเพื่อน และการนำเสนอตัวตนที่หลากหลายทางช่องทางออนไลน์จะสามารถทำได้ง่ายกว่า รวมทั้งยังเป็นไปได้ว่าวัยรุ่นที่มีอัตมโนทัศน์แห่งตนไม่ชัดเจน อาจจะมีความสุขมากขึ้นในการนำเสนอตัวเองทางออนไลน์ เพราะพวกเขามีตัวเลือกในการนำเสนอตนเองที่มากกว่า และไม่ถูกจำกัดในลักษณะเดียวกับการนำเสนอตนเองแบบออฟไลน์ (Valkenburg, Schouten & Peter, 2005)

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ขนาดกลุ่มตัวอย่างมีขนาดเล็ก เพราะข้อจำกัดด้านเวลา การวิจัยครั้งต่อไปอาจจำลองการศึกษาด้วยกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ขึ้น เพื่อเพิ่มอำนาจในการวิเคราะห์ทางสถิติ
2. การที่อายุในกลุ่มตัวอย่างไม่แตกต่างกัน เนื่องจากการศึกษานี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับนักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาจิตวิทยาการปรึกษาและการแนะแนว โดยเป็นกลุ่มที่ถูกเลือกให้เข้ารับการอบรมเพื่อปรับพื้นฐานความรู้ในการสร้างอวทาร์ จึงทำให้ผลการวิจัยที่ถูกจำกัดให้อยู่ในช่วงอายุของนักศึกษาชั้นปีดังกล่าว การวิจัยในครั้งต่อไปสามารถปรับปรุงเรื่องนี้ได้ โดยการจัดอบรมให้กับนักศึกษาทั้งมหาวิทยาลัยในชุดโครงการวิจัยที่มีทุนสนับสนุนมากกว่านี้ ทั้งในด้านอุปกรณ์การอบรมและสถานที่ จะสามารถทำการวิจัยเพื่อทดสอบนักศึกษาในกลุ่มอายุช่วงชั้นปีอื่น ๆ เพื่อพิจารณาว่าช่วงอายุมีผลใด ๆ กับการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวทาร์ที่แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร
3. ในโอกาสต่อไป ควรทำการศึกษากับวัยรุ่นผู้ใหญ่ที่อาจสนใจการใช้เทคโนโลยีหรือเรียนรู้ในโครงการการศึกษาเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อทดสอบว่าความภูมิใจในร่างกายของตนเอง ความชัดเจนในอัตมโนทัศน์แห่งตนนั้น เกี่ยวข้องกับการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวทาร์หรือไม่ในกลุ่มอายุที่หลากหลายมากขึ้น

4. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมว่าการเปิดรับวิดีโอเกมและโซเชียลมีเดียส่งผลต่อการนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตาร์หรือไม่ หรือการนำเสนอตนเองเป็นแนวคิดที่ไม่ล้าสมัยสามารถนำไปอธิบายในบริบทของสื่อต่าง ๆ ได้หรือไม่

5. อาจดำเนินการศึกษาเปรียบเทียบการนำเสนอตนเองในการสร้างหรือใช้งานอวตาร์บนวิดีโอเกมเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย เพื่อพิจารณาว่าบุคคลจะมีความพยายามในการนำเสนอตนเองเพิ่มขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีเหล่านี้หรือไม่

6. อาจมีการศึกษาข้ามวัฒนธรรม เนื่องจากแต่ละวัฒนธรรมอาจมุ่งเน้นไปที่ปัจเจกนิยมหรือสังคมนิยมที่อาจแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ การวิจัยในครั้งต่อไปอาจตรวจสอบความแตกต่างของการนำเสนอตนเองในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เพื่อพิสูจน์ว่าจะสามารถนำผลสรุปจากการศึกษาอ้างอิงไปยังประชากรที่แตกต่างกันได้หรือไม่

การนำไปประยุกต์ใช้

1. ความภาคภูมิใจในร่างกายของตนเอง และความชัดเจนในอัตมโนทัศน์แห่งตน มีความสัมพันธ์กับตัวตนที่คงเส้นคงวา สามารถนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการจัดกิจกรรมกลุ่มทางจิตวิทยาที่ส่งเสริมผู้เรียนให้เกิดมุมมองเชิงบวกต่อร่างกายของตนเอง ส่งผลให้สามารถทำสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดประโยชน์กับตนเองและผู้อื่นได้อย่างมากมาย ผู้สอนอาจจัดกระบวนการให้คำปรึกษาสำหรับนักศึกษาที่ยังมีอัตมโนทัศน์ที่ไม่ดีต่อตนเอง หรือไม่สามัคคีกับอัตมโนทัศน์แห่งตน ทั้งนี้เพราะการพัฒนากิจกรรมเหล่านี้จะทำให้ นักศึกษามีความมั่นใจในการแสดงตัวตนอย่างไม่ลังเล ไม่ว่าจะเผชิญกับสถานการณ์ใดก็ตาม

2. การนำเสนอตนเองผ่านร่างอวตาร์ในจักรวาลนฤมิตช่วยเพิ่มความภาคภูมิใจในตนเองได้ด้วยสภาพแวดล้อมในโลกเสมือนนี้ เปิดโอกาสให้บุคคลได้แสดงออกอย่างเต็มที่ในแบบที่พวกเขาอาจรู้สึกไม่สามารถทำได้ในชีวิตจริง บุคคลสามารถเปิดเผย “ตัวตนที่ซ่อนอยู่” ของตนเอง ด้วยเหตุผลเหล่านี้เองจึงทำให้สภาพแวดล้อมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถของบุคคลให้เพิ่มได้เต็มศักยภาพมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- Al-Saggaf, Y. & Nielsen, S. (2014). Self-disclosure on Facebook among female users and its relationship to feelings of loneliness. *Comput. Hum. Behav.* 36, 460–468. [Online], Available: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.04.014>. (2565, 17 ตุลาคม).
- Back, M. D., Schmukle, S. C. & Egloff, B. (2010). Why are narcissists so charming at first sight? Decoding the narcissism–popularity link at zero acquaintance. *Journal of Personality and Social Psychology.* 98(1), 132–145. [Online], Available: <https://doi.org/10.1037/a0016338>. (2565, 17 ตุลาคม).
- Bailenson, J. N. & Blascovich, J. (2004). *Avatars*. Encyclopedia of Human-Computer Interaction, Berkshire Publishing Group, 64–68. [Online], Available: <https://www.stanfordvr.com/mm/2004/bailenson-avatars.pdf>. (2565, 17 ตุลาคม).
- Bilsker, D., Schiedel, D. & Marcia, J. E. (1988). Sex differences in identity status. *Sex Roles.* 18(3–4), 231–236. [Online], Available: <https://doi.org/10.1007/BF00287792>. (2565, 17 ตุลาคม).
- Biocca, F. (1997). The cyborg's dilemma: Progressive embodiment in virtual environments. *Journal of Computer-Mediated Communication.* 3(2). [Online], Available: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00070.x>. (2565, 17 ตุลาคม)

- Bissell, K. L. (2004). Sports model/ sports mind: the relationship between entertainment and sports media exposure, sports participation, and body image distortion in division female athletes. *Mass Communication & Society*. 7, 453-473.
- Campbell, J. D. et al. (1996). Self-concept clarity: Measurement, personality correlates, and cultural boundaries. *Journal of Personality and Social Psychology*. 70(1), 141-156.
- Campbell, F. K. (2008). Exploring internalised Ableism using critical race theory. *Disability & Society*. 23(2), 151-162. [Online], Available: <https://doi.org/10.1080/09687590701841190>. (2565, 17 ตุลาคม).
- Deaux, K. & Major, B. (1987). Putting gender into context: An interactive model of gender-related behavior. *Psychological Review*. 94(3), 369-389. [Online], Available: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.94.3.369>. (2565, 17 ตุลาคม)
- Dunn, R. A. & Guadagno, R. E. (2012). My avatar and me Gender and personality predictors of avatar-self discrepancy. *Computers in Human Behavior*. 28(1), 97-106.
- Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 11(2), 415-441. [Online], Available: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x>. (2565, 17 ตุลาคม).
- Fullwood C. (2015). *The role of personality in online selfpresentation*. Oxford: Oxford University.
- Fullwood C., James B.M. & Chen-Wilson C.J. (2016). Self-concept clarity and online self-presentation in adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 19, 716-720.
- Guy J. G. & Anita G. D. (2008). The First-Person Effect and Its Behavioral Consequences: A New Trend in the Twenty-Five Year History of Third-Person Effect Research. *Mass Comm. & Society*. 11(4), 539-540. [Online], Available: <https://doi.org/10.1080/15205430802368621>. (2565, 17 ตุลาคม).
- Hui, V. et al. (2021). Applications of Extended Reality Technologies within Design Pedagogy: A Case Study in Architectural Science. *International Journal of Digital Society (IJDS)*. 12(2). [Online], Available: <https://infonomics-society.org/wp-content/uploads/Applications-of-Extended-Reality-Technologies-within-Design-Pedagogy.pdf>. (2565, 17 ตุลาคม)
- Inal, Y. & Cagiltay, K. (2006). *Avatars as pedagogical agents for digital gamebased learning*. Paper presented at the Society for Information Technology and Teacher Education International Conference 2006, Orlando, Florida, USA.
- Kromand, D. (2007). *Avatar Categorization*. In *Situated Play*. Proceedings of DiGRA 2007 Conference. University of Tokyo. (400-406).
- Leaper, C. & Friedman, C. K. (2007). *The Socialization of Gender*. In Grusec J. E. & Hastings P. D. (Eds.). *Handbook of socialization: Theory and research*. (pp. 561-587). The Guilford.

- Loewen, M., Burris, C. & Nacke, L. (2021). Me, Myself, and Not-I: Self-Discrepancy Type Predicts Avatar Creation Style. *Frontiers in Psychology, section Human-Media Interaction*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01902>
- Magnuson, M.J. and Dundes, L. (2008) Gender Differences in “Social Portraits” Reflected in MySpace Profiles. *Cyber Psychology & Behavior*. 11, 239-241. [Online], Available: <https://doi.org/10.1089/cpb.2007.0089>. (2565, 17 ตุลาคม)
- Manago A.M. et al. (2008) Self-presentation and gender on Myspace. *Journal of Applied Developmental Psychology*. 29(6), 446-458.
- Mendelson, B. K., Mendelson, M. J. & White, D.R. (2001). Body-esteem Scale for Adolescents and Adults. *Journal Personality Assessment*. 76, 90-106.
- Neustaedter C. & Fedorovskaya E. (2009). *Presenting identity in a virtual world through avatar appearances*. In Proceedings of Graphics Interface 2009, 183–190. [Online], Available: <https://dl.acm.org/doi/10.5555/1555880.1555921>. (2565, 17 ตุลาคม)
- Pringle, M. (2015). Conjuring the ideal self: An investigation of self-presentation in video game avatars. *Press Start*. 2(1), 1-20. <https://press-start.gla.ac.uk/index.php/press-start/article/view/29>. (2565, 17 ตุลาคม)
- Schlenker, B. R. (2003). *Self-presentation*. In M. R. Leary & J. P. Tangney (Eds.). Handbook of self and identity. (pp. 492–518). The Guilford.
- Strimbu & O’Connell (2019). The relationship between self-concept and online self-presentation in adults Cyberpsychology. *Behavior and Social Networking*. 22(12), 804-807. [Online], Available: <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0328>. (2565, 17 ตุลาคม)
- Thomas, A. G. & Johansen, M. K. (2012). Inside out: Avatars as an indirect measure of ideal body self-presentation in females. Cyberpsychology. *Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*. 6(3).
- Tiggemann, M. & Slater, A. (2014). The Internet and body image concerns in preteenage girls. *J. Early Adolesc*. 34, 606–620. [Online], Available: <https://doi.org/10.1177/0272431613501083>. (2565, 17 ตุลาคม)
- Trepte, S. & Reinecke, L. (2010). Avatar creation and video game enjoyment: Effects of life-satisfaction, game competitiveness, and identification with the avatar. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*. 22(4), 171–184. [Online], Available: <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000022>. (2565, 17 ตุลาคม)
- Valkenburg P. I., Schouten A. P. & Peter, J. (2005). Adolescents’ identity experiments on the internet. *New Media and Society*. 7(3): 383-402.
- Weber, S. & Mitchell, C. (2008). *Imagining, keyboarding, and posting identities: Young people and NewMedia technologies*. (5th ed.). Cambridge: The MIT.
- Yang, C. C. & Brown, B. B. (2016). Online self-presentation on Facebook and self development during the college transition. *Journal of Youth and Adolescence*. 45(2), 402-416. [Online], Available: <https://doi.org/10.1007/s10964-015-0385-y>. (2565, 17 ตุลาคม)

- Yee, N. & Bailenson, J. (2007). The Proteus Effect: The effect of transformed self-representation on behavior. *Human Communication Research*. 33(3) 271-290. [Online], Available: <https://stanford.edu/~bailenso/papers/proteus%20effect.pdf>. (2565, 17 ตุลาคม).
- Zinovyeva, E. V., Kazantseva, T. V. & Nikonova, A. N. (2016) Self-esteem and loneliness in Russian adolescents with body dissatisfaction. *Procedia-Soc. Behav. Sci.* 233, 367–371. [Online], Available: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.10.160>. (2565, 17 ตุลาคม)
- Zimmermann, D., Wehler, A. & Kaspar, K. (2022). Self-representation through avatars in digital environments. *Current Psychology*. [Online], Available: <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03232-6>. (2565, 17 ตุลาคม)

