

การแสวงหาความหมายของชีวิตท่ามกลางมายาคติแห่งความสำเร็จบนโซเชียลมีเดีย

SEEKING MEANING IN LIFE AMID THE MYTH OF SUCCESS ON SOCIAL MEDIA

พระสุทธิวิจิตรเมธี, ดร.

Phrasuddhivajiramedhi, Dr.

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

Mahamakut Buddhist University; Srilanchang Campus

*Corresponding author, e-mail: vichian.sa@mbu.ac.th



Received: 11 November 2025, Revised: 25 November 2025, Accepted: 10 December 2025

บทคัดย่อ

โซเชียลมีเดียได้กลายเป็นพื้นที่หลักของการนำเสนอ “ความสำเร็จ” ในรูปแบบที่มองเห็นได้ง่าย วัดได้จากยอดไลก์ ยอดผู้ติดตาม และการเล่าเรื่องความก้าวหน้าเชิงวัตถุ/สถานะ จนก่อให้เกิด “มายาคติแห่งความสำเร็จ” ที่ทำให้ความสำเร็จถูกทำให้เป็นภาพมาตรฐานเดียวกันและดูราวกับเข้าถึงได้โดยเพียง “พยายามให้มากพอ” บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) อธิบายกลไกที่โซเชียลมีเดียผลิตซ้ำมายาคติความสำเร็จผ่านการแสดงตน การคัดสรรเนื้อหา และเศรษฐกิจความสนใจ (2) วิเคราะห์ผลกระทบต่อการแสวงหาความหมายของชีวิตในระดับปัจเจก ผ่านกรอบ “การเปรียบเทียบทางสังคม” และความต้องการพื้นฐานตามทฤษฎีการกำหนดตนเอง และ (3) เสนอแนวทางฟื้นคืนความหมายของชีวิตด้วยกรอบจิตวิทยาเชิงอัตถิภาวนิยม/โลกิโกเธอราพี และภูมิปัญญาพุทธร่วมสมัยของไทย รวมถึงข้อเสนอเชิงปฏิบัติสำหรับการรู้เท่าทันสื่อและการออกแบบวัฒนธรรมดิจิทัลที่เอื้อต่อคุณค่าภายใน บทความเป็นการทบทวนวรรณกรรมและสังเคราะห์เชิงแนวคิด โดยอ้างอิงงานวิจัยไทยว่าด้วยการเปรียบเทียบบนสื่อสังคมออนไลน์และผลต่อความภาคภูมิใจในตนเอง/สุขภาวะ ตลอดจนงานต่างประเทศเกี่ยวกับ social comparison, ความอิจฉา, การใช้โซเชียลแบบรับสาร (passive use) และความเป็นอยู่ทางจิต (well-being) เพื่อนำไปสู่กรอบวิเคราะห์และข้อเสนอเชิงนโยบาย

คำสำคัญ: ความหมายของชีวิต, มายาคติความสำเร็จ, โซเชียลมีเดีย, การเปรียบเทียบทางสังคม, อัตลักษณ์, สุขภาวะทางจิต, วัฒนธรรมผู้มีอิทธิพล

Abstract

Social media has become a primary space for showcasing “success” in highly visible forms, often measured through likes, follower counts, and narratives of material or status-based progress. This has contributed to the rise of a “myth of success,” in which success is standardized into a single idealized image and appears attainable simply by “trying hard enough.” This article aims to: (1)

explain the mechanisms through which social media reproduces the myth of success via self-presentation, selective content curation, and the attention economy; (2) analyze its impact on individuals' search for meaning in life through the lens of social comparison and the basic psychological needs proposed by Self-Determination Theory; and (3) propose ways to restore meaning in life using existential psychology/logotherapy and contemporary Thai Buddhist wisdom, along with practical recommendations for media literacy and for shaping a digital culture that supports intrinsic values. The article is a literature review and conceptual synthesis, drawing on Thai research on social comparison on social media and its effects on self-esteem and well-being, as well as international studies on social comparison, envy, passive social media use, and psychological well-being, in order to develop an analytical framework and policy recommendations.

Keywords: meaning in life; myth of success; social media; social comparison; identity; mental well-being; influencer culture

บทนำ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โซเชียลมีเดียได้เข้ามามีบทบาทอย่างลึกซึ้งในชีวิตประจำวันของมนุษย์ไม่เพียงในฐานะเครื่องมือสื่อสารหรือช่องทางแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเท่านั้น หากแต่ยังทำหน้าที่เป็น “พื้นที่ทางสังคม” ที่ผู้คนใช้ในการสร้างตัวตน (self-presentation) นำเสนอเรื่องราวชีวิต และแสดงออกถึงสถานะทางสังคมของตนเองอย่างต่อเนื่อง แพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Facebook, Instagram, TikTok และ YouTube เปิดโอกาสให้บุคคลสามารถเผยแพร่ภาพ ประสบการณ์ และความคิดเห็นไปสู่สาธารณะในวงกว้าง ซึ่งกระบวนการดังกล่าวมิได้เป็นกลาง หากแต่ถูกกำกับด้วยตรรกะของแพลตฟอร์มและอัลกอริทึมที่ให้คุณค่ากับความโดดเด่น ความน่าสนใจ และการดึงดูดความสนใจในระยะเวลาอันสั้น (Turkle, 2011; Verduyn et al., 2017)

ภายใต้บริบทดังกล่าว “ความสำเร็จ” ได้กลายเป็นหนึ่งในเนื้อหาหลักที่ถูกผลิตซ้ำและเผยแพร่อย่างแพร่หลายบนโซเชียลมีเดีย ความสำเร็จมักถูกนำเสนอในรูปของสิ่งที่มองเห็นและวัดได้ เช่น ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าในอาชีพ รูปลักษณ์ภายนอกที่สอดคล้องกับค่านิยมความงามร่วมสมัย การท่องเที่ยวในสถานที่หรูหร่า หรือการมีความสัมพันธ์ที่ดูสมบูรณ์แบบ การนำเสนอเช่นนี้ส่งผลให้ความสำเร็จถูกทำให้กลายเป็น “ภาพจำ” ที่มีรูปแบบคล้ายคลึงกัน และถูกตอกย้ำซ้ำ ๆ ผ่านฟีดข่าวของผู้ใช้ จนก่อให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า “มายาคติแห่งความสำเร็จ” กล่าวคือ ความเชื่อที่ว่าความสำเร็จมีลักษณะเป็นสากล ใคร ๆ ก็สามารถเข้าถึงได้ และเป็นผลจากความพยายามส่วนบุคคลเพียงอย่างเดียว โดยละเลยเงื่อนไขทางสังคมและโครงสร้างที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล (Appel et al., 2016; กมลมาศ ชาญวิเศษ, 2567)

การนำเสนอความสำเร็จบนโซเชียลมีเดียส่วนใหญ่มักเป็นการคัดสรรเฉพาะช่วงเวลาที่ดีที่สุดของชีวิต หรือที่เรียกว่า highlight reel ขณะที่ความล้มเหลว ความผิดพลาด ความไม่แน่นอน และความเปราะบางทางอารมณ์กลับถูกทำให้เลือนหายไปจากการรับรู้สาธารณะ เมื่อผู้ใช้เสพเนื้อหาเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในลักษณะการใช้โซเชียลมีเดียเชิงรับ (passive social media use) จึงเอื้อต่อการเกิดกระบวนการ “การเปรียบเทียบทางสังคม” (social comparison) ซึ่งเป็นกลไกทางจิตวิทยาพื้นฐานที่มนุษย์ใช้ประเมินคุณค่าและความสามารถของตนผ่านผู้อื่น (Festinger, 1954)

งานวิจัยทั้งในและต่างประเทศพบว่า การเปรียบเทียบทางสังคมบนโซเชียลมีเดีย โดยเฉพาะการเปรียบเทียบกับบุคคลที่ถูกรับชมว่าประสบความสำเร็จมากกว่า (upward social comparison) มีความสัมพันธ์กับการลดลงของความภาคภูมิใจในตนเอง ความไม่พึงพอใจในชีวิต ความเครียด และภาวะซึมเศร้า (Appel et al., 2016; Verduyn et al., 2017) สอดคล้องกับงานวิจัยในบริบทไทยที่ชี้ว่าโซเชียลมีเดียเป็นพื้นที่ที่กระตุ้นการเปรียบเทียบด้านรูปลักษณ์ ฐานะทางเศรษฐกิจ และไลฟ์สไตล์ ซึ่งส่งผลต่อสุขภาวะทางจิตของคนหนุ่มสาวอย่างมีนัยสำคัญ (Rodrin et al., 2567; กมลมาศ ชาญวิเศษ, 2567)

ในบริบทเช่นนี้ คำถามสำคัญจึงมิได้จำกัดอยู่เพียงว่าโซเชียลมีเดียส่งผลดีหรือผลเสียต่อสุขภาพจิตเท่านั้น หากแต่ขยายไปสู่คำถามเชิงอัตถิภาวนิยมที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น คือ มนุษย์ยังสามารถแสวงหาและสร้าง “ความหมายของชีวิต” ได้อย่างไร ท่ามกลางกระแสการเปรียบเทียบ การแข่งขัน และการไล่ล่าภาพลักษณ์ของความสำเร็จที่ถูกกำหนดโดยสังคมออนไลน์ ความหมายของชีวิตซึ่งเกี่ยวข้องกับการรับรู้คุณค่าในตนเอง เป้าหมายชีวิต และความสัมพันธ์กับผู้อื่น อาจถูกบิดเบือนให้เหลือเพียงการแสวงหาการยอมรับจากภายนอก มากกว่าการตอบคำถามว่า “ชีวิตนี้มีคุณค่าและความหมายอย่างไรสำหรับตนเอง” (Frankl, 2006)

ดังนั้น บทความนี้จึงมุ่งศึกษาปรากฏการณ์มายาคติแห่งความสำเร็จบนโซเชียลมีเดียในฐานะบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการรับรู้ตนเองและการแสวงหาความหมายของชีวิตในระดับปัจเจก โดยใช้กรอบแนวคิดการเปรียบเทียบทางสังคม (Festinger, 1954) ร่วมกับแนวคิดด้านความหมายของชีวิตในจิตวิทยาเชิงอัตถิภาวนิยม (Frankl, 2006) และทฤษฎีการกำหนดตนเอง (Self-Determination Theory) ซึ่งเน้นความต้องการพื้นฐานด้านความเป็นอิสระ ความสามารถ และความสัมพันธ์ (Deci & Ryan, 2000) การศึกษาในลักษณะนี้ไม่เพียงช่วยทำความเข้าใจปัญหาทางจิตสังคมในยุคดิจิทัลเท่านั้น หากแต่ยังเปิดพื้นที่ในการเสนอแนวทางที่คืนความหมายของชีวิต ผ่านการรู้เท่าทันสื่อ การทบทวนคุณค่าภายใน และการสร้างความสัมพันธ์กับตนเองและผู้อื่นอย่างมีความหมาย อันจะนำไปสู่สุขภาวะทางจิตและคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืนในสังคมร่วมสมัย

ความหมายของชีวิต มายาคติความสำเร็จ และตรรกะของแพลตฟอร์ม

การทำความเข้าใจปรากฏการณ์การแสวงหาความหมายของชีวิตท่ามกลางโซเชียลมีเดีย จำเป็นต้องพิจารณาอย่างน้อยสามมิติที่เชื่อมโยงกัน ได้แก่ (1) แนวคิดเรื่องความหมายของชีวิตในเชิงจิตวิทยาและปรัชญา (2) การก่อรูปของ “มายาคติแห่งความสำเร็จ” ในสังคมร่วมสมัย และ (3) ตรรกะการทำงานของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ตนเองและโลกของผู้ใช้

1. ความหมายของชีวิตในมุมมองจิตวิทยาและอัตถิภาวนิยม

แนวคิดเรื่อง “ความหมายของชีวิต” (meaning in life) เป็นประเด็นสำคัญในจิตวิทยาเชิงอัตถิภาวนิยมและจิตวิทยาเชิงบวก โดย Viktor Frankl (2006) เสนอว่า ความต้องการพื้นฐานที่สุดของมนุษย์มิใช่ความสุขหรืออำนาจ หากแต่คือการแสวงหาความหมาย (will to meaning) มนุษย์สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้แม้ในสภาวะยากลำบาก หากยังรับรู้ว่ามีชีวิตของตนเองมีความหมาย ความหมายดังกล่าวมิได้ถูกกำหนดจากภายนอก แต่เกิดจากการตอบสนองต่อชีวิตอย่างมีความรับผิดชอบ ผ่านการทำงาน การรัก และทำดีที่มีต่อความทุกข์ (Frankl, 2006)

ในทำนองเดียวกัน งานวิจัยด้านจิตวิทยาเชิงบวกมองว่าความหมายของชีวิตเป็นองค์ประกอบสำคัญของสุขภาวะทางจิต (psychological well-being) และความพึงพอใจในชีวิต (life satisfaction) โดยบุคคลที่รับรู้ว่ามีชีวิตของตนเองมีเป้าหมายและคุณค่า จะมีความสามารถในการรับมือกับความเครียดและความไม่แน่นอนของชีวิตได้ดีกว่า (Verduyn et al., 2017) งานวิจัยในบริบทไทยก็พบว่า การรับรู้ความหมายในชีวิตมีความสัมพันธ์เชิงลบกับระดับความเครียดและความทุกข์ทางจิตในกลุ่มนิสิตนักศึกษา (กนกวรรณ พงศ์สยาภรณ์, 2017)

อย่างไรก็ตาม ในสังคมร่วมสมัยที่ถูกขับเคลื่อนด้วยวัฒนธรรมบริโภคนิยมและสื่อดิจิทัล ความหมายของชีวิตมักถูกทำให้ “แปรสภาพ” จากกระบวนการภายในที่ลึกซึ้ง ไปสู่การบรรลุเป้าหมายภายนอกที่สามารถมองเห็นและเปรียบเทียบได้ง่าย โดยเฉพาะเมื่อความหมายถูกผูกเข้ากับภาพของความสำเร็จที่ได้รับการยอมรับจากสังคม

2. มายาคติแห่งความสำเร็จในสังคมโซเชียลมีเดีย

“มายาคติแห่งความสำเร็จ” ในบริบทของโซเชียลมีเดีย หมายถึง ชุดความเชื่อและภาพแทนทางสังคมที่ทำให้ความสำเร็จถูกมองว่าเป็นสิ่งที่มีรูปแบบเดียว เป็นสากล และเป็นผลจากความพยายามส่วนบุคคลเพียงลำพัง โดยไม่คำนึงถึงปัจจัยเชิงโครงสร้าง เช่น ชนชั้น โอกาสทางการศึกษา หรือทุนทางสังคม แนวคิดนี้สอดคล้องกับการวิพากษ์สังคมร่วมสมัยที่เชื่อว่าอุดมการณ์แบบนีโอเสรีนิยมทำให้บุคคลถูกคาดหวังให้รับผิดชอบต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของตนเองทั้งหมด (Appel et al., 2016)

โซเชียลมีเดียมีบทบาทสำคัญในการผลิตซ้ำมายาคติดังกล่าว ผ่านการนำเสนอเรื่องราวความสำเร็จในรูปแบบที่น่าดึงดูดและง่ายต่อการบริโภค เช่น เรื่องเล่าจาก “คนธรรมดาที่ประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว” หรือภาพชีวิตที่ดูสมบูรณ์แบบ การนำเสนอเช่นนี้มักตัดทอนกระบวนการ

ความล้มเหลว และเงื่อนไขเบื้องหลังออกไป ส่งผลให้ผู้รับสารเข้าใจว่าความสำเร็จเป็นเรื่องของความสามารถและความพยายามส่วนบุคคลเป็นหลัก (Turkle, 2011)

งานวิจัยในประเทศไทยพบว่า โซเชียลมีเดียเป็นพื้นที่ที่ผู้ใช้โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ นำชีวิตของตนไปเปรียบเทียบกับผู้อื่นในด้านรูปลักษณ์ ฐานะทางเศรษฐกิจ และไลฟ์สไตล์ ซึ่งก่อให้เกิดความรู้สึกกดดันและความคาดหวังต่อตนเองสูงขึ้น (กมลมาศ จันทร์วิเศษ, 2567) มายาคติแห่งความสำเร็จจึงมิได้เป็นเพียงภาพลวงตา หากแต่เป็นกลไกที่กำกับการรับรู้คุณค่าในตนเองของผู้ใช้โซเชียลมีเดียอย่างแยบยล

3. ตรรกะของแพลตฟอร์มและเศรษฐกิจความสนใจ

ตรรกะของแพลตฟอร์ม (platform logic) หมายถึงรูปแบบการทำงานของโซเชียลมีเดียที่ออกแบบมาเพื่อดึงดูดและรักษาความสนใจของผู้ใช้ให้นานที่สุด ภายใต้ระบบเศรษฐกิจความสนใจ (attention economy) เนื้อหาที่ได้รับความนิยมมาก มักเป็นเนื้อหาที่กระตุ้นอารมณ์ สร้างความประทับใจ หรือทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกอยากเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่น (Verduyn et al., 2017)

อัลกอริทึมของแพลตฟอร์มมีแนวโน้มคัดเลือกและขยายการมองเห็นของเนื้อหาที่สะท้อนภาพความสำเร็จ ความโดดเด่น และไลฟ์สไตล์ที่น่าอิจฉา ส่งผลให้ผู้ได้รับสารที่มีลักษณะซ้ำ ๆ และตอกย้ำมายาคติความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง ในระยะยาว กระบวนการดังกล่าวอาจทำให้ผู้ใช้รับรู้โลกและชีวิตผ่านกรอบของการแข่งขัน การจัดอันดับ และการประเมินคุณค่าเชิงเปรียบเทียบ (Festinger, 1954)

เมื่อความหมายของชีวิตถูกผูกโยงเข้ากับตรรกะของแพลตฟอร์ม บุคคลอาจเริ่มประเมินคุณค่าของตนเองจากยอดไลก์ ยอดผู้ติดตาม หรือการยอมรับจากสาธารณะ มากกว่าการประเมินจากคุณค่าภายในหรือความสอดคล้องกับเป้าหมายชีวิตของตนเอง ผลที่ตามมาคือ ความหมายของชีวิตอาจถูกลดทอนให้เหลือเพียงการแสวงหาความสำเร็จในเชิงภาพลักษณ์ และทำให้บุคคลประสบกับความรู้สึกว่าว่างเปล่าหรือสับสนทางอัตลักษณ์ แม้จะดูเหมือนประสบความสำเร็จตามมาตรฐานของสังคมออนไลน์ก็ตาม

การเปรียบเทียบทางสังคม (Social Comparison) และผลต่อการแสวงหาความหมายของชีวิต

การเปรียบเทียบทางสังคม (social comparison) เป็นกระบวนการทางจิตวิทยาพื้นฐานที่มนุษย์ใช้ในการประเมินความคิดเห็น ความสามารถ และคุณค่าของตนเองผ่านการเปรียบเทียบกับผู้อื่น แนวคิดนี้ได้รับการอธิบายอย่างเป็นระบบครั้งแรกโดย Festinger (1954) ซึ่งเสนอว่า เมื่อบุคคลขาดเกณฑ์เชิงวัตถุในการประเมินตนเอง มนุษย์มีแนวโน้มที่จะหันไปใช้ผู้อื่นเป็นมาตรฐานอ้างอิง กระบวนการดังกล่าวช่วยให้บุคคลเข้าใจตำแหน่งของตนในสังคม แต่ขณะเดียวกันก็อาจก่อให้เกิดผลกระทบทางลบต่ออารมณ์และการรับรู้คุณค่าในตนเอง โดยเฉพาะเมื่อการเปรียบเทียบเกิดขึ้นอย่างถี่และเข้มข้น

1. ประเภทของการเปรียบเทียบทางสังคมในบริบทโซเชียลมีเดีย

การเปรียบเทียบทางสังคมสามารถแบ่งออกเป็นหลายรูปแบบ โดยรูปแบบที่ได้รับการกล่าวถึงอย่างแพร่หลายในงานวิจัย ได้แก่ การเปรียบเทียบกับผู้ที่มีสถานะสูงกว่า (upward social comparison) และการเปรียบเทียบกับผู้ที่มีสถานะต่ำกว่า (downward social comparison) ในบริบทของโซเชียลมีเดีย ผู้ใช้มักเผชิญกับการเปรียบเทียบแบบใดระดับขึ้น เนื่องจากเนื้อหาที่ปรากฏในแพลตฟอร์มมักเป็นภาพชีวิตที่ผ่านการคัดสรรแล้วว่าดูดี ประสบความสำเร็จ หรือเป็นที่ยอมรับในสังคม (Appel et al., 2016)

งานวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบแบบ upward social comparison บนโซเชียลมีเดียมีความสัมพันธ์กับอารมณ์เชิงลบ เช่น ความอิจฉา ความรู้สึกด้อยค่า และความไม่พึงพอใจในชีวิต เนื่องจากผู้ใช้มักนำมาตราฐานของผู้อื่นมาใช้ประเมินคุณค่าของตนเอง โดยไม่คำนึงถึงบริบทและเงื่อนไขที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล (Verduyn et al., 2017) ขณะที่การเปรียบเทียบแบบ downward social comparison อาจช่วยให้บุคคลรู้สึกดีขึ้นชั่วคราว แต่ไม่ได้ส่งเสริมการพัฒนาความหมายของชีวิตในระยะยาว

2. โซเชียลมีเดียกับการขยายความเข้มข้นของการเปรียบเทียบ

โซเชียลมีเดียได้เปลี่ยนลักษณะของการเปรียบเทียบทางสังคมจากการเปรียบเทียบกับคนใกล้ตัว ไปสู่การเปรียบเทียบกับกลุ่มบุคคลจำนวนมาก ทั้งที่เป็นคนรู้จักและไม่รู้จัก รวมถึงบุคคลสาธารณะ และผู้มีอิทธิพลทางสื่อ (influencers) ซึ่งมักถูกมองว่าเป็นตัวแทนของความสำเร็จในอุดมคติ Turkle (2011) ชี้ว่า เทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ผู้คนอยู่ใกล้ชิดกับผู้อื่นมากขึ้นในเชิงปริมาณ แต่กลับห่างเหินในเชิงคุณภาพ ความใกล้ชิดเชิงภาพลักษณ์นี้ยิ่งเพิ่มแรงกดดันในการเปรียบเทียบและแข่งขันอย่างเงิบงัน

นอกจากนี้ อัลกอริทึมของแพลตฟอร์มยังมีบทบาทสำคัญในการขยายวงจรของการเปรียบเทียบ โดยคัดเลือกเนื้อหาที่ได้รับความนิยมและมีการมีส่วนร่วมสูงมาแสดงซ้ำให้ผู้ใช้เห็นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ภาพของความสำเร็จและชีวิตในอุดมคติถูกตอกย้ำซ้ำแล้วซ้ำเล่า (Verduyn et al., 2017) กระบวนการดังกล่าวทำให้ผู้ใช้รับรู้ว่ามีมาตรฐานความสำเร็จของสังคมสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และอาจรู้สึกว่าคุณภาพชีวิตตนเอง “ตามไม่ทัน” หรือ “ไม่เพียงพอ”

3. การเปรียบเทียบทางสังคมกับความภาคภูมิใจในตนเองและสุขภาวะทางจิต

งานวิจัยเชิงประจักษ์จำนวนมากยืนยันว่า การเปรียบเทียบทางสังคมบนโซเชียลมีเดียมีความสัมพันธ์กับความภาคภูมิใจในตนเอง (self-esteem) และสุขภาวะทางจิต (mental well-being) โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นและคนหนุ่มสาว Appel et al. (2016) พบว่า การใช้ Facebook มีความสัมพันธ์กับภาวะซึมเศร้าผ่านตัวแปรสื่อกลางคือความอิจฉาที่เกิดจากการเปรียบเทียบกับผู้อื่น

ในบริบทของประเทศไทย Rodrin et al. (2017) พบว่า ความสำคัญที่ผู้ใช้ให้กับ Instagram ไม่ได้ส่งผลต่อความภาคภูมิใจในตนเองโดยตรง หากแต่ส่งผลผ่านการเปรียบเทียบทางสังคม โดยเฉพาะการเปรียบเทียบกับบุคคลที่ถูกมองว่าประสบความสำเร็จมากกว่า ซึ่งมีผลลดระดับ self-esteem อย่างมี

นัยสำคัญ ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนว่า ปัญหาไม่ได้อยู่ที่ตัวแพลตฟอร์มเพียงอย่างเดียว แต่อยู่ที่กระบวนการทางจิตวิทยาที่แพลตฟอร์มกระตุ้นให้เกิดขึ้น

4. การเปรียบเทียบทางสังคมกับการแสวงหาความหมายของชีวิต

เมื่อการเปรียบเทียบทางสังคมกลายเป็นกรอบหลักในการประเมินตนเอง ความหมายของชีวิตอาจถูกบิดเบือนจากการเป็นกระบวนการภายใน ไปสู่การแสวงหาการยอมรับจากภายนอก Frankl (2006) เสนอว่า ชีวิตที่มีความหมายมิได้ขึ้นอยู่กับความสำเร็จตามมาตรฐานสังคม หากแต่ขึ้นอยู่กับ การตอบสนองต่อชีวิตอย่างมีความรับผิดชอบต่อบุคคลและสถานการณ์เฉพาะของแต่ละบุคคล อย่างไรก็ตาม การเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่องอาจทำให้บุคคลละเลยคุณค่าที่แท้จริงของตนเอง และใช้ชีวิตเพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้อื่น

ในเชิงจิตวิทยาการกำหนดตนเอง (Self-Determination Theory) การเปรียบเทียบทางสังคมที่เข้มข้นอาจบั่นทอนความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ได้แก่ ความเป็นอิสระในการเลือกชีวิต (autonomy) ความรู้สึกมีความสามารถ (competence) และความสัมพันธ์ที่มีความหมาย (relatedness) (Deci & Ryan, 2000) เมื่อบุคคลใช้มาตรฐานภายนอกเป็นตัวกำหนดคุณค่าในตนเอง ความหมายของชีวิตจึงถูกลดทอนให้เหลือเพียงการ “ตามให้ทัน” หรือ “ไม่ด้อยกว่า” ผู้อื่น มากกว่าการดำเนินชีวิตอย่างสอดคล้องกับคุณค่าภายใน

5. บริบททางสังคมและโครงสร้าง: การเปรียบเทียบที่ไม่เท่าเทียม

งานวิจัยในประเทศไทยยังชี้ให้เห็นว่า การเปรียบเทียบทางสังคมบนโซเชียลมีเดียมิได้เกิดขึ้นในสุญญากาศ หากแต่สัมพันธ์กับโครงสร้างทางสังคม เช่น ชนชั้นและทุนทางสังคม บุคคลที่มีทุนทางเศรษฐกิจและสังคมสูงสามารถนำเสนอภาพชีวิตที่ดูประสบความสำเร็จและได้รับการยอมรับได้ง่ายกว่า ขณะที่ผู้มีทรัพยากรจำกัดอาจเผชิญแรงกดดันและความรู้สึกด้อยค่าอย่างรุนแรงเมื่อเปรียบเทียบตนเองกับภาพเหล่านั้น (กมลมาศ จันทรวิเศษ, 2567) สถานการณ์ดังกล่าวทำให้การแสวงหาความหมายของชีวิตยิ่งซับซ้อนและเปราะบางมากขึ้น

โดยสรุป การเปรียบเทียบทางสังคมเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างโซเชียลมีเดีย มายาคติแห่งความสำเร็จ และการแสวงหาความหมายของชีวิต แม้การเปรียบเทียบจะเป็นกระบวนการธรรมชาติของมนุษย์ แต่ในบริบทของโซเชียลมีเดียที่เต็มไปด้วยภาพความสำเร็จที่ผ่านการคัดสรรและการขยายการมองเห็นโดยอัลกอริทึม การเปรียบเทียบดังกล่าวอาจนำไปสู่การบิดเบือนการรับรู้ตนเองและลดทอนความหมายของชีวิต การทำความเข้าใจกลไกนี้จึงเป็นฐานสำคัญในการพัฒนาแนวทางที่คืนความหมายของชีวิตและสุขภาวะทางจิตในสังคมดิจิทัลร่วมสมัย

มายาคติความสำเร็จบนโซเชียล: โครงสร้างความคิด 4 ชั้นที่ปิดความหมายของชีวิต

มายาคติแห่งความสำเร็จบนโซเชียลมีเดียมิได้เกิดขึ้นอย่างลอยตัว หากแต่ถูกประกอบสร้างผ่านโครงสร้างความคิดหลายชั้นที่ทำงานร่วมกัน ทั้งในระดับปัจเจก วัฒนธรรม และเทคโนโลยี

โครงสร้างเหล่านี้ทำให้ความสำเร็จถูกนิยามอย่างแคบ และส่งผลให้การแสวงหาความหมายของชีวิตถูกปิดเบียดจากแก่นแท้ภายในไปสู่การยอมรับจากภายนอก บทนี้เสนอการวิเคราะห์มายาคติความสำเร็จผ่าน “โครงสร้างความคิด 4 ชั้น” เพื่ออธิบายกลไกที่โซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อการรับรู้ชีวิตและคุณค่าในตนเองของผู้ใช้

1. ชั้นที่หนึ่ง: ความสำเร็จเท่ากับสิ่งที่มองเห็นและไขว้ได้

โครงสร้างความคิดชั้นแรกของมายาคติความสำเร็จ คือการทำให้ความสำเร็จถูกผูกโยงกับสิ่งที่สามารถมองเห็น แสดงออก และนำเสนอได้บนพื้นที่ออนไลน์ เช่น ทรัพย์สิน เงินทอง ตำแหน่งหน้าที่ รูปลักษณ์ภายนอก หรือประสบการณ์การท่องเที่ยว โซเชียลมีเดียในฐานะแพลตฟอร์มเชิงภาพ (visual-oriented platforms) ส่งเสริมให้คุณค่าเหล่านี้กลายเป็นสัญลักษณ์หลักของ “ชีวิตที่ประสบความสำเร็จ” (Verduyn et al., 2017)

การนิยามความสำเร็จเช่นนี้ส่งผลให้คุณค่าที่ไม่สามารถแสดงออกได้อย่างชัดเจน เช่น ความอดทน ความเมตตา การเติบโตภายใน ความรับผิดชอบต่อครอบครัว หรือการผ่านพ้นความทุกข์ทางใจ ถูกลดทอนความสำคัญลง เมื่อผู้ใช้โซเชียลมีเดียสัมผัสกับกรอบคิดนี้อย่างต่อเนื่อง ความหมายของชีวิตจึงมีแนวโน้มถูกผูกกับ “ภาพ” มากกว่าประสบการณ์ชีวิตจริง ซึ่งขัดแย้งกับแนวคิดของ Frankl (2006) ที่มองว่าความหมายของชีวิตเกิดจากการตอบสนองต่อสถานการณ์ชีวิตอย่างมีคุณค่า มิใช่จากภาพลักษณ์ภายนอก

2. ชั้นที่สอง: ความสำเร็จคือความเร็วและเส้นทางชีวิตแบบเส้นตรง

โครงสร้างความคิดชั้นที่สอง คือการทำให้ความสำเร็จถูกเข้าใจว่าเป็นกระบวนการที่รวดเร็ว ต่อเนื่อง และเป็นเส้นตรง โซเชียลมีเดียมักนำเสนอเรื่องราวความสำเร็จในลักษณะ “จากศูนย์สู่จุดสูงสุด” โดยเน้นผลลัพธ์ปลายทางมากกว่ากระบวนการที่เต็มไปด้วยความล้มเหลว ความลังเล และความไม่แน่นอน เรื่องเล่าลักษณะนี้ทำให้ผู้รับสารเข้าใจว่าหากชีวิตของตนไม่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ย่อมหมายถึงความล้มเหลวหรือการขาดความสามารถส่วนบุคคล

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยด้านจิตวิทยาและพัฒนาการมนุษย์ชี้ว่า ชีวิตจริงเต็มไปด้วยเส้นทางที่คดเคี้ยวและแตกต่างกันไปตามบริบททางสังคมและโอกาส (Deci & Ryan, 2000) การยึดติดกับกรอบความสำเร็จแบบเส้นตรงจึงอาจทำให้บุคคลรู้สึกกดดัน หมดหวัง และตั้งคำถามกับคุณค่าของชีวิตตนเอง เมื่อไม่สามารถเดินตามจังหวะชีวิตที่ถูกทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกันบนโซเชียลมีเดีย

3. ชั้นที่สาม: ความสำเร็จเท่ากับการยอมรับจากภายนอก

โครงสร้างความคิดชั้นที่สาม คือการทำให้ความสำเร็จถูกผูกเข้ากับการยอมรับจากผู้อื่น (external validation) เช่น จำนวนยอดไลก์ ยอดผู้ติดตาม หรือความคิดเห็นเชิงบวกจากสาธารณะ เมื่อคุณค่าในตนเองถูกกำหนดจากปฏิกิริยาของผู้อื่น บุคคลย่อมมีแนวโน้มประเมินความสำเร็จของชีวิตผ่านสายตาคนอื่นมากกว่าผ่านคุณค่าภายในของตนเอง

งานวิจัยจำนวนมากพบว่า การพึ่งพาการยอมรับจากภายนอกบนโซเชียลมีเดียมีความสัมพันธ์กับความเปราะบางทางอารมณ์ ความวิตกกังวล และความไม่มั่นคงในอัตลักษณ์ โดยเฉพาะในกลุ่มคนหนุ่มสาว (Appel et al., 2016; Rodrin et al., 2016) ในเชิงทฤษฎีการกำหนดตนเอง การยึดติดกับ external validation ยังบั่นทอนความเป็นอิสระในการกำหนดชีวิต (autonomy) และลดแรงจูงใจภายใน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการรับรู้ความหมายของชีวิต (Deci & Ryan, 2000)

4. ขั้นที่สี่: ความสำเร็จคือผลของความพยายามส่วนบุคคลล้วน ๆ

โครงสร้างความคิดขั้นสุดท้าย คือการทำให้ความสำเร็จถูกอธิบายว่าเป็นผลลัพธ์ของความสามารถและความพยายามส่วนบุคคลเพียงอย่างเดียว โดยละเลยเงื่อนไขเชิงโครงสร้าง เช่น ชั้นฐานะทางเศรษฐกิจ โอกาสทางการศึกษา และทุนทางสังคม กรอบคิดนี้สอดคล้องกับอุดมการณ์แบบนีโอเสรีนิยมที่เน้นความรับผิดชอบส่วนบุคคล และถูกผลิตซ้ำอย่างเข้มข้นบนโซเชียลมีเดียผ่านเรื่องเล่าความสำเร็จส่วนบุคคล (Kamonmas Chanwiset, 2016)

ผลที่ตามมาคือ ผู้ที่ไม่สามารถบรรลุความสำเร็จตามมาตรฐานดังกล่าวอาจโทษตนเอง รู้สึกล้มเหลว และตั้งคำถามกับคุณค่าของชีวิต ขณะที่ผู้ที่ประสบความสำเร็จอาจมองข้ามบทบาทของโครงสร้างทางสังคมและความช่วยเหลือจากผู้อื่น ซึ่งขัดแย้งกับมุมมองของ Frankl (2006) ที่เน้นความหมายของชีวิตในฐานะความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกกับโลกและผู้อื่น ไม่ใช่ความสำเร็จเชิงปัจเจกนิยมอย่างโดดเดี่ยว

โดยสรุป มายาคติความสำเร็จบนโซเชียลมีเดียประกอบด้วยโครงสร้างความคิด 4 ชั้น ได้แก่ การยึดติดกับสิ่งที่โชว์ได้ ความเชื่อในเส้นทางชีวิตแบบรวดเร็วและเส้นตรง การผูกคุณค่ากับการยอมรับจากภายนอก และการอธิบายความสำเร็จด้วยความพยายามส่วนบุคคลเพียงลำพัง โครงสร้างเหล่านี้ทำงานร่วมกันในการบิดเบือนการรับรู้ความหมายของชีวิต และทำให้บุคคลเสี่ยงต่อการสูญเสียการเชื่อมโยงกับคุณค่าภายในของตนเอง การตระหนักรู้ถึงมายาคติเหล่านี้จึงเป็นขั้นตอนสำคัญในการคลี่คลายอิทธิพลของโซเชียลมีเดีย และปูทางไปสู่การฟื้นคืนความหมายของชีวิตที่ตั้งอยู่บนความจริง ความหลากหลายของเส้นทางชีวิต และความสัมพันธ์เชิงมนุษย์อย่างแท้จริง

ทำไมมายาคติความสำเร็จจึงกัดกร่อน “ความหมายของชีวิต”

แม้มายาคติแห่งความสำเร็จบนโซเชียลมีเดียจะดูเหมือนเป็นแรงผลักดันให้บุคคลพัฒนาตนเอง และมุ่งสู่เป้าหมายที่สูงขึ้น แต่ในอีกด้านหนึ่ง มายาคติดังกล่าวกลับมีผลในการกัดกร่อนการรับรู้ความหมายของชีวิตอย่างแยบยลและต่อเนื่อง บทนี้เสนอการอธิบายว่า มายาคติความสำเร็จบั่นทอนความหมายของชีวิตผ่านกลไกสำคัญอย่างน้อยสามประการ ได้แก่ (1) การลดทอนความหมายให้เหลือเพียงผลลัพธ์เชิงภาพลักษณ์ (2) การทำให้ชีวิตกลายเป็นพื้นที่ของการประเมินตลอดเวลา และ (3) การบิดเบือนความสัมพันธ์กับผู้อื่นจากฐานของความหมายไปสู่ฐานของการเปรียบเทียบ

1. จากคุณค่าภายในสู่ผลลัพธ์ภายนอก: เมื่อความหมายถูกแทนที่ด้วยภาพความสำเร็จ

ประการแรก มายาคติความสำเร็จทำให้ความหมายของชีวิตถูกลดทอนจากกระบวนการภายในที่เกี่ยวข้องกับคุณค่า เป้าหมาย และความรับผิดชอบของปัจเจก ไปสู่ผลลัพธ์ภายนอกที่สามารถมองเห็นและประเมินได้จากสังคมออนไลน์ เช่น ความสำเร็จด้านอาชีพ รายได้ หรือการได้รับการยอมรับจากสาธารณะ เมื่อบุคคลผูกความหมายของชีวิตเข้ากับผลลัพธ์เหล่านี้ ชีวิตย่อมถูกตีค่าในเชิง “มีหรือไม่มี” ความสำเร็จ มากกว่าการพิจารณาว่าได้ใช้ชีวิตอย่างสอดคล้องกับคุณค่าของตนเองหรือไม่

Frankl (2006) ชี้ว่า ความหมายของชีวิตมิได้เกิดจากการบรรลุเป้าหมายที่สังคมยอมรับ หากแต่เกิดจากการมีท่าทีที่รับผิดชอบต่อชีวิตในแต่ละสถานการณ์ อย่างไรก็ตาม มายาคติความสำเร็จบนโซเชียลมีเดียมักทำให้บุคคลตั้งเป้าหมายชีวิตเพื่อให้ “ดูสำเร็จ” มากกว่าการมีชีวิตที่ “มีความหมาย” ส่งผลให้แม้จะบรรลุเป้าหมายบางประการแล้ว ก็ยังคงรู้สึกว่างเปล่าหรือไม่สมบูรณ์ ซึ่งสะท้อนปรากฏการณ์ที่เรียกว่า achievement without meaning

2. ชีวิตในฐานะพื้นที่ของการประเมินอย่างต่อเนื่อง

ประการที่สอง มายาคติความสำเร็จทำให้ชีวิตของบุคคลกลายเป็นพื้นที่ของการประเมินและการเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่อง โซเชียลมีเดียเปิดโอกาสให้ผู้ใช้สามารถรับรู้ชีวิตของผู้อื่นได้ตลอดเวลา และกระตุ้นให้เกิดการเปรียบเทียบทางสังคมในระดับที่เข้มข้นและถี่กว่าบริบททางสังคมแบบดั้งเดิม (Festinger, 1954) เมื่อบุคคลนำมาตราฐานของผู้อื่นมาใช้ประเมินตนเองซ้ำแล้วซ้ำเล่า การรับรู้คุณค่าในตนเองย่อมผันผวนตามภาพความสำเร็จที่ปรากฏในฟีดข่าว

งานวิจัยชี้ว่า การใช้โซเชียลมีเดียในลักษณะการเสพเนื้อหาเชิงรับ (passive use) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในชีวิตที่ลดลง โดยมีการเปรียบเทียบทางสังคมและความอิจฉาเป็นตัวแปรสื่อกลางสำคัญ (Verduyn et al., 2017; Appel et al., 2016) ในบริบทเช่นนี้ บุคคลอาจสูญเสียความสามารถในการรับรู้คุณค่าของประสบการณ์ชีวิตของตนเอง เพราะความสนใจถูกดึงไปสู่การวัดผลและการจัดอันดับอย่างไม่สิ้นสุด ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการดำรงอยู่ในปัจจุบันขณะและการสร้างความหมายของชีวิต

3. การบิดเบือนความสัมพันธ์กับผู้อื่น: จากความหมายสู่การแข่งขัน

ประการที่สาม มายาคติความสำเร็จส่งผลให้ความสัมพันธ์กับผู้อื่นถูกบิดเบือนจากการเป็นแหล่งของความหมายและการเกื้อกูล ไปสู่การเป็นฐานของการเปรียบเทียบและการแข่งขัน เมื่อผู้อื่นถูกมองในฐานะ “มาตรฐานความสำเร็จ” มากกว่ามนุษย์ที่มีความเปราะบางและเงื่อนไขชีวิตแตกต่างกัน ความสัมพันธ์เชิงคุณภาพย่อมถูกลดทอนลง

Turkle (2011) อธิบายว่า แม้เทคโนโลยีดิจิทัลจะทำให้ผู้คนเชื่อมต่อกันได้มากขึ้นในเชิงปริมาณ แต่กลับทำให้ความสัมพันธ์ในเชิงลึกอ่อนแอลง เมื่อความสัมพันธ์ถูกแปลงเป็นตัวเลขหรือการยอมรับเชิงสัญลักษณ์ ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่ง (relatedness) ซึ่งเป็นหนึ่งในความต้องการพื้นฐานตามทฤษฎี

การกำหนดตนเองจึงไม่ถูกเติมเต็มอย่างแท้จริง (Deci & Ryan, 2000) ผลที่ตามมาคือ บุคคลอาจรู้สึกโดดเดี่ยว ว่างเปล่า และขาดความหมาย แม้จะมีเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ขนาดใหญ่ก็ตาม

4. การทำให้ความล้มเหลวกลายเป็นความผิดส่วนบุคคล

นอกจากนี้ มายาคติความสำเร็จยังมีผลในการทำให้ความล้มเหลวหรือความไม่ก้าวหน้าในชีวิตถูกตีความว่าเป็นความผิดส่วนบุคคล โดยละเอียดบริบททางสังคมและโครงสร้างที่ส่งผลต่อโอกาสของแต่ละคน งานวิจัยในประเทศไทยชี้ว่า ชนชั้นและทุนทางสังคมมีบทบาทสำคัญต่อการนำเสนอภาพชีวิตและผลกระทบจากการเปรียบเทียบทางสังคมบนโซเชียลมีเดีย (กมลมาศ จันทร์วิเศษ, 2567) อย่างไรก็ตาม มายาคติความสำเร็จกลับปิดบังปัจจัยเหล่านี้ และทำให้บุคคลที่ไม่ประสบความสำเร็จตามมาตรฐานสังคมออนไลน์รู้สึกด้อยค่าและหมดศรัทธาในชีวิต

จากมุมมองเชิงอัตถิภาวนิยม การโทษตนเองอย่างรุนแรงจากความล้มเหลวเช่นนี้เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการแสวงหาความหมายของชีวิต เพราะทำให้บุคคลไม่สามารถมองเห็นคุณค่าในประสบการณ์ชีวิตที่หลากหลายและซับซ้อนได้ (Frankl, 2006)

โดยสรุป มายาคติแห่งความสำเร็จบนโซเชียลมีเดียกัดกร่อนความหมายของชีวิตผ่านการลดทอนคุณค่าภายในให้เหลือเพียงผลลัพธ์ภายนอก การทำให้ชีวิตกลายเป็นพื้นที่ของการประเมินอย่างต่อเนื่อง การบิดเบือนความสัมพันธ์กับผู้อื่น และการทำให้ความล้มเหลวกลายเป็นความผิดส่วนบุคคล กลไกเหล่านี้ทำงานร่วมกันในการทำให้มนุษย์หลุดออกจากการดำรงชีวิตอย่างมีความหมาย และหันไปไล่ล่าภาพความสำเร็จที่ไม่สิ้นสุด การตระหนักถึงกระบวนการดังกล่าวจึงเป็นฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาแนวทางฟื้นคืนความหมายของชีวิตและสุขภาพทางจิตในยุคสังคมดิจิทัล

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอเชิงนโยบาย/การศึกษา

1. สรุปผลการศึกษา

บทความนี้มุ่งศึกษาการแสวงหาความหมายของชีวิตท่ามกลางมายาคติแห่งความสำเร็จบนโซเชียลมีเดีย โดยใช้การทบทวนวรรณกรรมและการสังเคราะห์เชิงแนวคิดจากงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า โซเชียลมีเดียมิได้เป็นเพียงเทคโนโลยีการสื่อสาร หากแต่เป็นโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดนิยามของ “ความสำเร็จ” และส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าในตนเองและความหมายของชีวิตของผู้ใช้

ผลการวิเคราะห์พบว่า มายาคติแห่งความสำเร็จบนโซเชียลมีเดียถูกผลิตซ้ำผ่านโครงสร้างความคิดหลายชั้น ได้แก่ การยึดติดกับสิ่งที่มองเห็นและไขว่คว้า การทำให้เส้นทางชีวิตต้องรวดเร็วและเป็นเส้นตรง การผูกคุณค่าของชีวิตกับการยอมรับจากภายนอก และการอธิบายความสำเร็จด้วยความพยายามส่วนบุคคลเพียงอย่างเดียว โครงสร้างเหล่านี้ทำงานร่วมกันในการกระตุ้นการเปรียบเทียบทางสังคมอย่างเข้มข้น และบั่นทอนการรับรู้ความหมายของชีวิตในฐานะกระบวนการภายในที่สัมพันธ์กับ

คุณค่า ความรับผิดชอบ และความสัมพันธ์เชิงมนุษย์ (Festinger, 1954; Frankl, 2006; Appel et al., 2016)

นอกจากนี้ การสังเคราะห์งานวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า การใช้โซเชียลมีเดียในลักษณะการเสพเนื้อหาเชิงรับ (passive use) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในชีวิตและสุขภาวะทางจิตที่ลดลง โดยมีการเปรียบเทียบทางสังคมและความอิจฉาเป็นกลไกสำคัญ ขณะที่การรับรู้ความหมายของชีวิตทำหน้าที่เป็นปัจจัยคุ้มกัน (protective factor) ต่อผลกระทบทางลบดังกล่าว (Verduyn et al., 2017)

2. อภิปรายผล

ผลการศึกษาสนับสนุนแนวคิดทางจิตวิทยาเชิงอัตถิภาวนิยมที่มองว่า ความหมายของชีวิตมิได้ขึ้นอยู่กับความสำเร็จเชิงวัตถุหรือการยอมรับจากสังคม หากแต่เกิดจากการตอบสนองต่อชีวิตอย่างมีความรับผิดชอบต่อคุณค่าและสถานการณ์เฉพาะของแต่ละบุคคล (Frankl, 2006) อย่างไรก็ตาม บริบทของโซเชียลมีเดียทำให้บุคคลจำนวนมากย้ายศูนย์กลางการประเมินคุณค่าชีวิตจากภายในไปสู่ภายนอก ผ่านกลไกของการเปรียบเทียบทางสังคมและการแสวงหาการยอมรับจากผู้อื่น

เมื่อพิจารณาผ่านกรอบทฤษฎีการกำหนดตนเอง (Self-Determination Theory) จะเห็นได้ว่า มายาคติแห่งความสำเร็จบนโซเชียลมีเดียมีแนวโน้มบั่นทอนความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ทั้งสามประการ ได้แก่ ความเป็นอิสระในการเลือกชีวิต (autonomy) ความรู้สึกมีความสามารถที่แท้จริง (competence) และความสัมพันธ์ที่มีความหมาย (relatedness) (Deci & Ryan, 2000) ผลที่ตามมาคือการลดลงของแรงจูงใจภายในและการรับรู้ความหมายของชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาทั้งในบริบทไทยและต่างประเทศ

ในเชิงสังคมวัฒนธรรม ผลการศึกษานี้ชี้ว่า มายาคติความสำเร็จมิใช่ปัญหาเชิงปัจเจก หากแต่เป็นปรากฏการณ์เชิงโครงสร้างที่เชื่อมโยงกับอุดมการณ์แบบนีโอเสรีนิยมและเศรษฐกิจความสนใจของแพลตฟอร์มดิจิทัล การแก้ไขปัญหาดังกล่าวจึงไม่อาจอาศัยเพียงการปรับตัวของบุคคลเท่านั้น แต่จำเป็นต้องพิจารณาในระดับนโยบายและการศึกษาอย่างเป็นระบบ

3. ข้อเสนอเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษา สามารถเสนอแนวทางเชิงนโยบายได้ดังนี้ ประการแรก ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการพัฒนานโยบายด้านสุขภาวะทางจิตในยุคดิจิทัล โดยบูรณาการประเด็นการเปรียบเทียบทางสังคมและการรับรู้ความหมายของชีวิตเข้าไปในแผนงานด้านสุขภาพจิตและเยาวชน ประการที่สอง ควรสนับสนุนให้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น เช่น การออกแบบระบบที่ลดการกระตุ้นการเปรียบเทียบเชิงแข่งขัน และเพิ่มการมองเห็นของเนื้อหาที่ส่งเสริมคุณค่าภายใน ความหลากหลายของเส้นทางชีวิต และความสัมพันธ์เชิงมนุษย์ ประการที่สาม ควรสนับสนุนงานวิจัยเชิงสหวิทยาการเกี่ยวกับผลกระทบของโซเชียลมีเดียต่อ

ความหมายของชีวิตและสุขภาวะทางจิตในบริบทไทย เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับการกำหนดนโยบายในระยะยาว

4. ข้อเสนอเชิงการศึกษา

ในด้านการศึกษา บทความนี้เสนอว่า สถาบันการศึกษาควรมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางความคิดให้แก่ผู้เรียน

ประการแรก ควรบูรณาการการเรียนรู้ด้านความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (digital and media literacy) ที่เน้นการวิเคราะห์มายาคติแห่งความสำเร็จ การตั้งคำถามต่อภาพชีวิตในอุดมคติ และการเข้าใจกลไกของแพลตฟอร์ม

ประการที่สอง ควรส่งเสริมการเรียนรู้ด้านคุณค่า ความหมายของชีวิต และการพัฒนาตนเองเชิงลึก ผ่านกิจกรรมสะท้อนคิด การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ และการเชื่อมโยงกับชีวิตจริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Frankl (2006) และ Deci และ Ryan (2000)

ประการที่สาม ควรสนับสนุนระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนและนักศึกษาในประเด็นสุขภาวะทางจิต โดยให้ความสำคัญกับการรับรู้คุณค่าในตนเองและความหมายของชีวิต มากกว่าการแข่งขันเชิงผลสัมฤทธิ์เพียงอย่างเดียว

5. สรุปท้ายบท

โดยสรุป มายาคติแห่งความสำเร็จบนโซเชียลมีเดียเป็นปรากฏการณ์สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการเรียนรู้ตนเอง การเปรียบเทียบทางสังคม และการแสวงหาความหมายของชีวิตของมนุษย์ในสังคมร่วมสมัย การรับมือกับปรากฏการณ์ดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยทั้งการตระหนักรู้ในระดับปัจเจก การปรับโครงสร้างเชิงนโยบาย และการปฏิรูปแนวทางการศึกษา การสร้างสังคมดิจิทัลที่เอื้อต่อความหมายของชีวิตจึงมิใช่เพียงการลดผลกระทบเชิงลบของโซเชียลมีเดีย หากแต่เป็นการออกแบบเงื่อนไขทางสังคมที่ช่วยให้มนุษย์สามารถดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่า มีความหมาย และมีสุขภาวะทางจิตอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง (รูปแบบ APA 7th)

- กนกวรรณ พงศ์สยามภรณ์. (2017). การรับรู้ความหมายในชีวิตและความเครียดของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย [วิทยานิพนธ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กมลมาศ ชาญวิเศษ. (2567). Social class, social capital, and social comparison on social media among young adults in Thailand [รายงานวิจัย]. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปยุตโต ป.อ. (ป.อ. ปยุตโต). (ม.ป.ป.). ความสุขอยู่ที่นี้ มัวไปหากันที่ไหน. วัฒนาเวศกวัน.
- ฐิตินันท์ บุญภาพ คอมนอน. (2556). บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร [รายงานวิจัย]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

- Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Current Opinion in Psychology*, 9, 44–49.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268.
- ETDA. (2565). ข้อมูลสถิติผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย (Internet User Behavior). ETDA Data Catalog. opendata.etcha.or.th
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140.
- Frankl, V. E. (1959/2006). *Man’s search for meaning*. Beacon Press.
- Rodrin, N., Sripaotong, A., Lookin, I., Pornprasit, N., Leangsuksant, T., & Phetjom, S. (2567). Relationships between Instagram importance and self-esteem: Social comparison as mediators. *วารสารจิตวิทยา*, 22(1).
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. *Social Issues and Policy Review*, 11(1), 274–302.
- Taylor, J., & Armes, G. (2024). Social comparison on Instagram, and its relationship with self-esteem and body-esteem. *Discover Psychology*.
- Frontiers in Public Health. (2023). Mobile social media use and life satisfaction among adolescents: The mediating role of meaning in life. *Frontiers in Public Health*.