

อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซีและคอมมูเนี่ยน ต่อความสุขเชิง
อัตวิสัย ในวัฒนธรรมแบบคตริรวมหมู่ : อิทธิพลส่งผ่านของคุณภาพของมิตรภาพ
และความพึงพอใจในความสัมพันธ์

Effects of agentic and communal narcissism on subjective well-being
in a collectivistic culture: The mediating roles of friendship quality and
relationship satisfaction

หยกฟ้า อิศรานนท์ (Yokfah Isaranon)*

บทคัดย่อ

แม้งานวิจัยในอดีตระบุว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมักให้ความสนใจแต่ตนเองเป็นหลัก หรือที่เรียกว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี แต่งานวิจัยในระยะหลังเสนอว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองยังอาจใช้กลยุทธ์แบบมุ่งผู้อื่นได้ หรือที่เรียกว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนี่ยน งานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งทดสอบอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองทั้งสองประเภท ต่อความสุขเชิงอัตวิสัย ซึ่งถือเป็นดัชนีที่สะท้อนการปรับตัว โดยมีข้อสันนิษฐานว่า คุณภาพของมิตรภาพและความพึงพอใจในความสัมพันธ์อาจเป็นกลไกสำคัญต่อความสุขของบุคคลในวัฒนธรรมแบบคตริรวมหมู่ เช่น ประเทศไทย การศึกษาในครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ ด้วยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ เพื่อประเมินบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนี่ยน คุณภาพของมิตรภาพ ความพึงพอใจในความสัมพันธ์ และความสุขเชิงอัตวิสัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ชาวไทย อายุระหว่าง 18-30 ปี จำนวน 187 คน ผลการวิเคราะห์พบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนี่ยน สามารถทำนายความสุขเชิงอัตวิสัยได้ในทางบวก ขณะที่บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี สามารถทำนายความสุขเชิงอัตวิสัยได้ในทางลบ โดยความสัมพันธ์ดังกล่าว ได้รับอิทธิพลส่งผ่านจากคุณภาพของมิตรภาพ และความพึงพอใจในความสัมพันธ์ นำไปสู่ข้อสรุปที่ว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนี่ยน อาจได้เปรียบในเชิงของการปรับตัวมากกว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี ในสังคมไทย เนื่องจากกลยุทธ์ที่ใช้ในการแสวงหาคำชมเชย สอดคล้องกับค่านิยมทางวัฒนธรรม

คำสำคัญ : บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง เอเจนซี คอมมูเนี่ยน ความสุขเชิงอัตวิสัย

* อาจารย์ ดร. ประจำคณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Lecturer Dr., Faculty of Psychology, Chulalongkorn University, yokfah.i@chula.ac.th, 022181196

Abstract

Even though prior research suggested that narcissists adopt agentic strategies for goal pursuit, later research proposed that narcissists might utilize communal strategies for satisfying their personal needs. The current study, thus, attempted to examine the effects of agentic and communal narcissism on subjective well-being in Thailand, a highly collectivistic country. In particular, it was expected that friendship quality and relationship satisfaction might play roles in mediating such effects. Using a non-experimental research design with a convenience sampling, 187 Thai participants completed a set of online questionnaires to assess agentic narcissism, communal narcissism, friendship quality, relationship satisfaction, and subjective well-being. Results showed that communal narcissism positively affected subjective well-being, whereas agentic narcissism negatively affected such indicator of adaptation, with friendship quality and relationship satisfaction as important mediators. Findings from this study shed new light that communal narcissists may be more adaptable in a collectivistic culture such as Thailand, partly because their strategies for elevating their self-esteem and social status are in line with cultural values.

Keywords: Narcissism, Agency, Communion, Subjective well-being

บทนำ

แม้ว่างานวิจัยด้านบุคลิกภาพแบบหลงตนเองจำนวนมาก ระบุว่าผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองมักแสดงตัวตน โดยเน้นการมุ่งตนเองและการแสดงออกถึงความต้องการอยู่เหนือกว่าผู้อื่น (Konrath & Bonadonna, 2014) แต่งานวิจัยในระยะหลังกลับพบว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถแสดงตัวตน ด้วยการมุ่งผู้อื่นหรือการช่วยเหลือผู้อื่น โดยยังคงเจตนาของการหาผลประโยชน์ส่วนตนไว้ได้ (Gebauer, Sedikides, Verplanken, & Maio, 2012; Giacomini & Jordan, 2015) นำมาซึ่งการแบ่งประเภทบุคลิกภาพแบบหลงตนเองในรูปแบบใหม่ โดยแบ่งออกเป็น 2 มิติย่อย ได้แก่ บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี และบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน โดยมีพื้นฐานทางทฤษฎีที่ว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองที่มักแสวงหาความยิ่งใหญ่ การอยู่เหนือผู้อื่น และการได้มาซึ่งผลประโยชน์ส่วนบุคคลนั้น สามารถแสดงภาพลักษณ์ของตนเองได้ ผ่านการใช้กลยุทธ์สะท้อนมิติเอเจนซี เช่น การแสดงออกว่าให้ความสำคัญกับตนเองสูง และการมุ่งเน้นให้เห็นแต่ความสามารถเฉพาะตนในบริบทต่างๆ หรือการใช้กลยุทธ์สะท้อนมิติคอมมูเนียน เช่น การแสดงออกว่าให้ความสำคัญกับผู้อื่น และการพยายามแสดงความเป็นมิตร (Gebauer et al., 2012)

ถึงแม้ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ต่างก็แสวงหาผลประโยชน์เพื่อสนองความต้องการของตนเอง แต่ด้วยกลยุทธ์ที่ใช้ในการตอบสนองความต้องการของตนเองนั้นมีความแตกต่างกัน จึงอาจนำไปสู่การปรับตัวในบริบทวัฒนธรรมที่ต่างกันได้ ข้อเสนอฐานนี้สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องบุคลิกภาพแบบหลงตนเองในวัฒนธรรมแบบคตวิรวมหมู่ที่พบว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง มีการรับรู้และการแสดงพฤติกรรมของตนเอง ต่างจากผู้ที่

บุคลิกภาพแบบหลงตนเองในวัฒนธรรมปัจเจกนิยม เช่น การศึกษาในประเทศจีน ประเทศที่มีวัฒนธรรมแบบคตริรวมหมู่ พบว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองรายงานว่า ตนเองมีลักษณะเป็นมิตรในระดับสูง (Zhou, Zhang, Yang, & Chen, 2015) ซึ่งผลที่พบนั้นขัดแย้งกับงานวิจัยในตะวันตกที่ระบุว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง แสดงความร่วมมือและความเป็นมิตรในระดับต่ำ (Ames, Rose, & Anderson, 2006)

ผลการศึกษาข้างต้นนี้จึงเป็นตัวอย่างที่สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองในวัฒนธรรมแบบคตริรวมหมู่อาจมีคุณลักษณะของการให้ความสำคัญกับผู้อื่นแฝงอยู่ หรือจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ในการมุ่งเน้นผู้อื่น เพื่อให้สามารถอยู่ในสังคมได้อย่างราบรื่น และได้การยอมรับจากมิตรและคนในสังคมที่เน้นเป้าหมายของกลุ่มและการอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ดังนั้น จึงเป็นไปได้ว่า ในวัฒนธรรมแบบคตริรวมหมู่ เช่น ประเทศไทย ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน ซึ่งใช้กลยุทธ์ให้ความสำคัญกับผู้อื่น สามารถปรับตัว และมีความสุขมากกว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี ซึ่งใช้กลยุทธ์ให้ความสำคัญกับตนเอง อันเป็นผลมาจากการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น ทั้งในแง่ของคุณภาพของความสัมพันธ์และในแง่ของความพึงพอใจในความสัมพันธ์นั้นๆ

งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาถึงอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองทั้งสองรูปแบบต่อความสุขเชิงอัตวิสัย ด้วยข้อสันนิษฐานที่ว่า คุณภาพและความพึงพอใจในความสัมพันธ์กับผู้อื่น เป็นกุญแจสำคัญที่นำไปสู่ความสุขในสังคมไทย ดังนั้น ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี ซึ่งมุ่งแสดงออกว่าให้ความสำคัญกับตนเองสูง จึงอาจมีความสุขเชิงอัตวิสัยในระดับต่ำ อันเป็นผลมาจากมีคุณภาพในมิตรภาพและความพึงพอใจในความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ในทางตรงกันข้าม ที่ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน ซึ่งมุ่งแสดงออกว่าให้ความสำคัญกับผู้อื่นสูง ก็อาจมีความสุขเชิงอัตวิสัยในระดับสูง อันเป็นผลมาจากมีคุณภาพในมิตรภาพและความพึงพอใจในความสัมพันธ์ในระดับสูง

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซีและแบบคอมมูเนียน ต่อความสุขเชิงอัตวิสัย ในประเทศไทย โดยมุ่งทดสอบอิทธิพลส่งผ่านของคุณภาพของความสัมพันธ์แบบมิตรภาพและความพึงพอใจในความสัมพันธ์ ในประเด็นดังนี้

1. เพื่อศึกษาว่าบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี สามารถทำนายความสุขเชิงอัตวิสัย โดยมีคุณภาพของมิตรภาพและความพึงพอใจในความสัมพันธ์เป็นตัวแปรส่งผ่านได้หรือไม่
2. เพื่อศึกษาว่าบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน สามารถทำนายความสุขเชิงอัตวิสัย โดยมีคุณภาพของมิตรภาพและความพึงพอใจในความสัมพันธ์เป็นตัวแปรส่งผ่านได้หรือไม่

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซีและแบบคอมมูเนียน

บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ได้รับคำจำกัดความอย่างยาวนาน ว่าเป็นบุคลิกภาพแบบมุ่งตนเองที่สะท้อนมิติเอเจนซีสูง แต่สะท้อนมิติคอมมูเนียนต่ำ (Raskin & Terry, 1988) ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองจึงมักให้ความสำคัญกับความต้องการของตนเองเป็นหลัก มีความต้องการแสวงหาอำนาจ การชื่นชม และสถานะทางสังคมสูง รวมทั้งต้องการอยู่เหนือผู้อื่นในคุณสมบัติที่โดดเด่น สะท้อนความเป็นปัจเจกบุคคล (Campbell, Brunell, & Finkel, 2006)

ต่อมา Gebauer และคณะ (2012) เสนอโมเดลบุคลิกภาพแบบหลงตนเองรูปแบบใหม่ โดยอธิบายว่าบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง สามารถเป็นไปได้ใน 2 รูปแบบ บนพื้นฐานของมิติเอเจนซี (agency) และคอมมูเนียน (communion) ทั้งนี้ เอเจนซี หมายถึงมิติหรือมุมมองที่สะท้อนถึงความเด่นของบุคคล ในเชิงของความสามารถ ความฉลาด หรือภาพลักษณ์ที่ดึงดูดใจ ในขณะที่คอมมูเนียน หมายถึงมิติหรือมุมมองที่สะท้อนถึงความเป็นมิตรต่อผู้อื่น หรือความมีน้ำใจช่วยเหลือผู้อื่น Gebauer และคณะ มองว่าเอเจนซีและคอมมูเนียน สามารถเป็นไปได้ทั้งในรูปแบบของคุณลักษณะนิสัย (trait) หรือกลยุทธ์ที่บุคคลใช้ในการทำพฤติกรรมสู่เป้าหมาย (mean) ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี คือผู้ที่มีคุณลักษณะนิสัยแบบเอเจนซี และใช้กลยุทธ์แบบเอเจนซีในการแสวงหาอำนาจและเพิ่มคุณค่าในตนเอง ขณะที่ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียนนั้น มีคุณลักษณะนิสัยแบบเอเจนซี แต่ใช้กลยุทธ์แบบคอมมูเนียนในการแสวงหาสถานะทางสังคมและความรู้สึกเหนือกว่าผู้อื่น (Gebauer et al., 2012; Luo, Cai, Sedikides, & Song, 2014) ตัวอย่างเช่น ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี มีแนวโน้มที่จะนำเสนอว่าตนเองมีความสามารถมากกว่า ฉลาดมากกว่า และมีรูปร่างหน้าตาดีกว่าผู้อื่น ขณะที่ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน มักรับรู้และแสดงออกว่าตนเองมีน้ำใจชอบช่วยเหลือผู้อื่นมากกว่า และมีความเป็นมิตรในระดับสูงกว่าผู้อื่นในสังคม เป็นต้น

2. บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ในวัฒนธรรมแบบคิตรวมหมู่

ค่านิยมทางวัฒนธรรม ถือว่ามีความสำคัญต่อการกำหนดพฤติกรรมของบุคคลเพื่อมุ่งเป้าหมายหรือส่งเสริมตนเอง Triandis (2001) ระบุว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมแบบคิตรวมหมู่ (collectivism) ในระดับสูง โดยคนไทยมีแนวโน้มที่จะรักษาความสัมพันธ์และความกลมกลืนภายในกลุ่ม รวมทั้งค่านิยมของการให้ความสำคัญกับกลุ่มไว้ (Triandis, 2004) เช่นเดียวกับแนวคิดของ Knutson (2004) ที่เสนอว่า คนไทยมักพยายามหลีกเลี่ยงที่จะกระทบกระทั่งกับผู้อื่น และมักให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการที่จะประคับประคองความสัมพันธ์มากกว่าความต้องการส่วนบุคคล สะท้อนให้เห็นว่า ความกลมกลืนและเป้าหมายของกลุ่มเป็นสิ่งสำคัญในสังคมไทย

แนวคิดข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ Markus และ Kitayama (1991) ซึ่งระบุว่า ความแตกต่างทางวัฒนธรรมส่งผลต่อตัวตนของบุคคลได้ บุคคลในวัฒนธรรมแบบคิตรวมหมู่ จะให้ความสำคัญกับการรับผิดชอบต่อสังคม บทบาททางสังคมจึงเป็นคุณลักษณะหลักที่กำหนดพฤติกรรมของบุคคล ขณะที่เป้าหมายสูงสุดของบุคคลต้องมีลักษณะสอดคล้องหรือเป็นที่ยอมรับในสังคม การเห็นคุณค่าในตนเองของบุคคลกลุ่มนี้จึงอยู่ที่ความสามารถในการรักษาความกลมกลืนและสัมพันธภาพกับผู้อื่นได้

Foster, Campbell, และ Twenge (2003) ศึกษาบุคลิกภาพแบบหลงตนเองข้ามวัฒนธรรม พบว่า ผู้ที่อยู่ในทวีปเอเชีย มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ในระดับน้อยกว่าผู้ที่อยู่ในสหรัฐอเมริกา ขณะเดียวกัน การศึกษาบุคลิกภาพแบบหลงตนเองในไทย ก็พบว่า แม้จะมีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองสูง ผู้ร่วมการวิจัยยัง ตัดสินใจเลือกตัวเลือกหรือเป้าหมายที่มีคุณสมบัติที่เป็นที่ยอมรับในสังคม เช่น การเลือกคู่ที่มีคุณสมบัติห่วงใย และเป็นมิตร มากกว่ารูปลักษณ์ภายนอก (Tanchotsrinon, Maneesri, & Campbell, 2007) สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองในวัฒนธรรมแบบคตริรวมหมู่ มีคุณสมบัติหรือให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นผู้อื่น หรือความกลมกลืนในสังคม บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน จึงอาจพบได้มากกว่า บุคลิกภาพแบบ หลงตนเองแบบเอเจนซี ในวัฒนธรรมแบบคตริรวมหมู่ (Cai, Kwan, & Sedikides, 2012) นำไปสู่ข้อสันนิษฐานว่า ในวัฒนธรรมแบบคตริรวมหมู่ เช่น ประเทศไทย การมีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน อาจเป็นที่ ยอมรับมากกว่า นำไปสู่การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น ได้รับการยอมรับจากสังคม และส่งผลให้เกิดความสุขเชิงอัตวิสัยในระดับสูง

3. คุณภาพของมิตรภาพ ความพึงพอใจในความสัมพันธ์ และความสุขเชิงอัตวิสัย

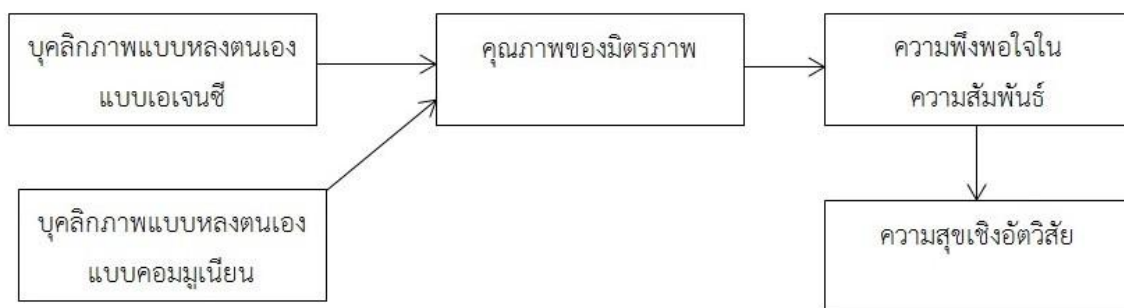
คุณภาพของมิตรภาพ ถือเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อสุขภาวะของบุคคล โดยผู้ที่มีคุณภาพของ มิตรภาพ มักมีการเห็นคุณค่าในตนเองในระดับสูง และสามารถปรับตัวทางสังคมได้ (Cuadros & Berger, 2016; Demir & Orthel, 2011) ทั้งนี้ คุณภาพของมิตรภาพ หมายถึงการรับรู้ส่วนบุคคลว่า มิตรภาพที่มีนั้น ประกอบด้วยความใกล้ชิดสนิทสนม การรู้สึกปลอดภัยในความสัมพันธ์ การยอมรับซึ่งกันและกัน รวมทั้งการ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน (Thien, Razak, & Jamil, 2012)

งานวิจัยในอดีตพบว่า คุณภาพของมิตรภาพส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจในความสัมพันธ์ นั่นคือ ยิ่งบุคคลรับรู้ว่าคุณภาพความสัมพันธ์กับเพื่อนที่ตนเองมีนั้นดี คุณภาพ บุคคลนั้นก็ยิ่งรู้สึกพึงพอใจในความสัมพันธ์ดังกล่าว เนื่องจากบุคคลสามารถพูดคุยในเชิงลึกหรือปรึกษาเพื่อนเมื่อประสบปัญหาต่างๆ ได้ (Wilson, Harris, & Vazire, 2015) ขณะเดียวกัน ความพึงพอใจในความสัมพันธ์เองก็ส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจในชีวิตหรือความสุขเชิงอัตวิสัยเช่นเดียวกัน (Gillespie, Lever, Frederick, & Royce, 2015) ทั้งนี้ ความสุขเชิงอัตวิสัย หมายถึง ความสุขตามการรับรู้หรือการประเมินของบุคคลว่า ตนเองมีความพึงพอใจกับสภาพชีวิตที่เป็นอยู่มากน้อย เพียงใด หากบุคคลมีความพึงพอใจกับชีวิตของตนเองมาก นั่นก็หมายถึงบุคคลนั้นมีความสุขเชิงอัตวิสัยใน ระดับสูง งานวิจัยในประเทศไทยเองก็พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขของบุคคลปัจจัยหนึ่งเกี่ยวข้องกับการมี ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น และการได้รับการสนับสนุนหรือความช่วยเหลือจากบุคคลรอบข้างหรือคนในครอบครัว (ฐิติวิจิตร ทองแก้ว และ ประสพชัย พสุนนท์, 2560; พิกุล พุ่มช้าง และ ปริญญา มีสุข, 2560) สะท้อนให้เห็นว่า คุณภาพของมิตรภาพและความพึงพอใจในความสัมพันธ์เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความสุขของบุคคล

สืบเนื่องจากงานวิจัยด้านบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน มีแนวโน้มที่จะใช้กลยุทธ์ในการให้ความสำคัญกับผู้อื่น แสดงความเป็นมิตร และความพยายามในการช่วยเหลือ ผู้อื่น รวมทั้งแสดงออกว่าเน้นเป้าหมายของกลุ่ม จึงเป็นไปได้ว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน อาจมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นและมีความสุข เมื่ออยู่ในวัฒนธรรมแบบคตริรวมหมู่ นำไปสู่สมมติฐานการวิจัยว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน สามารถทำนายความสุขเชิงอัตวิสัยได้ในทางบวก ทั้งนี้ คาดว่า

คุณภาพของมิตรภาพและความพึงพอใจในความสัมพันธ์คือกลไกสำคัญที่ทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์เชิงสาเหตุดังกล่าว กล่าวคือ การที่ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน มีความสุขเชิงอัตวิสัยในระดับสูงนั้น น่าจะเป็นผลมาจากการมีคุณภาพของมิตรภาพ และมีความพึงพอใจในความสัมพันธ์ในระดับสูงนั่นเอง

ในทางตรงกันข้าม ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี มีแนวโน้มที่จะใช้กลยุทธ์ในการให้ความสำคัญกับตนเอง แสดงความโดดเด่นของตนเอง รวมทั้งแสดงออกว่าเน้นเป้าหมายส่วนบุคคล จึงอาจมีความสุขน้อยกว่า เมื่ออยู่ในวัฒนธรรมแบบคิรวมหมู่ที่เน้นประโยชน์และเป้าหมายของกลุ่มเป็นหลัก นำไปสู่สมมติฐานการวิจัยว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี สามารถทำนายความสุขเชิงอัตวิสัยได้ในทางลบ โดยมีคุณภาพของมิตรภาพ และความพึงพอใจในความสัมพันธ์เป็นตัวแปรส่งผ่าน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ที่มีสัญชาติไทย อายุระหว่าง 18-30 ปี เพื่อให้สามารถสะท้อนเป็นวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยมีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 19.72 ปี แบ่งเป็นเพศชาย 64 คน และเป็นเพศหญิง 123 คน รวมทั้งสิ้น 187 คน เนื่องจากงานวิจัยนี้ใช้การเก็บข้อมูลออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจึงเป็นกลุ่มที่ใช้งานสื่อออนไลน์เป็นประจำ ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดอาสาสมัครเข้าร่วมการวิจัย เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา

2. ขั้นตอนการวิจัย

การศึกษานี้ใช้วิธีวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และมีการประชาสัมพันธ์เพื่อเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ผู้ร่วมการวิจัยที่อาสาสมัครเข้าร่วมการวิจัย ต้องตอบแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วยมาตรวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี มาตรวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน มาตรวัดคุณภาพของมิตรภาพ มาตรวัดความพึงพอใจในความสัมพันธ์ และมาตรวัดความพึงพอใจในชีวิต หลังตอบแบบสอบถามเสร็จ ผู้ร่วมการวิจัยได้รับการแจ้งวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของการวิจัย ทั้งนี้ งานวิจัยนี้ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยแล้ว

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1. บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี - ผู้ร่วมการวิจัยตอบมาตราวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี จำนวน 13 ข้อ ที่แปลมาจาก Narcissistic Personality Inventory (NPI-13; Gentile, Miller, Hoffman, Reidy, Zeichner, & Campbell, 2012) โดยมาตราวัดนี้มีลักษณะเป็น forced-choice โดยมีข้อกระทงปั่นคู่ๆ แล้วให้ผู้ร่วมการวิจัยเลือกว่า ในแต่ละคู่ นั้น ข้อความใดที่สะท้อนตนเองได้มากที่สุด ตัวอย่างคู่คำถาม เช่น ข้อความที่สะท้อนบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซีสูง คือ “ฉันขวนขวายที่จะมีอำนาจ” ส่วนข้อความที่สะท้อนบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซีต่ำ คือ “ฉันไม่สนใจในอำนาจ” เป็นต้น

3.2. บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน - ผู้ร่วมการวิจัยตอบมาตราวัดบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน จำนวน 16 ข้อ ที่แปลมาจาก Communal Narcissistic Inventory (CNI16; Gebauer et al., 2012) โดยมาตราวัดนี้เป็นมาตราวัดแบบลิเคิร์ตแบบ 7 ช่วง (1 คือไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 7 คือเห็นด้วยอย่างยิ่ง) ผู้ร่วมการวิจัยต้องอ่านข้อกระทงและประเมินว่า ตนเองเห็นด้วยกับข้อกระทงแต่ละข้อ มากน้อยเพียงใด ตัวอย่างข้อกระทง เช่น “ฉันคือเพื่อนที่ดีที่สุดเท่าที่ใครสักคนจะมีได้”

3.3. คุณภาพของมิตรภาพ - ผู้ร่วมการวิจัยตอบมาตราวัดคุณภาพของมิตรภาพ จำนวน 21 ข้อ ที่แปลมาจาก Thien และคณะ (2012) โดยมาตราวัดนี้เป็นมาตราวัดแบบลิเคิร์ตแบบ 7 ช่วง (1 คือไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 7 คือเห็นด้วยอย่างยิ่ง) ผู้ร่วมการวิจัยต้องอ่านข้อกระทงและประเมินว่า ตนเองเห็นด้วยกับข้อกระทงแต่ละข้อ มากน้อยเพียงใด ตัวอย่างข้อกระทง เช่น “ฉันพูดคุยกับเพื่อนของฉันเสมอ แม้ว่าเราจะมาจากคนละที่”

3.4. ความพึงพอใจในความสัมพันธ์ - ผู้ร่วมการวิจัยตอบมาตราวัดความพึงพอใจในความสัมพันธ์ จำนวน 3 ข้อ ซึ่งเป็นมาตราวัดย่อยของมาตราวัดการรับรู้คุณภาพของความสัมพันธ์ (Perceived Relationship Quality Components Inventory; PRQC) โดย Fletcher, Simpson, และ Thomas (2000) โดยมาตราวัดนี้เป็นมาตราวัดแบบลิเคิร์ตแบบ 7 ช่วง (1 คือ น้อยที่สุด และ 7 คือมากที่สุด) ผู้ร่วมการวิจัยต้องอ่านข้อกระทงและนึกถึงเพื่อนของตนเองแล้วประเมินว่า ตนเองเห็นด้วยกับข้อกระทงแต่ละข้อ มากน้อยเพียงใด ตัวอย่างข้อกระทง เช่น “ท่านมีความสุขในความสัมพันธ์ที่ท่านมีกับบุคคลนั้นมากแค่ไหน”

3.5. ความสุขเชิงอัตวิสัย - ความสุขเชิงอัตวิสัยในงานวิจัยนี้ วัดจากระดับความพึงพอใจในชีวิตส่วนบุคคล ผู้ร่วมการวิจัยตอบมาตราวัดความพึงพอใจในชีวิต จำนวน 5 ข้อ ซึ่งแปลมาจาก Satisfaction With Life Scale (SWLS) ของ Diener, Emmons, Larsen, และ Griffin (1985) โดยมาตราวัดนี้เป็นมาตราวัดแบบลิเคิร์ตแบบ 7 ช่วง (1 คือไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 7 คือเห็นด้วยอย่างยิ่ง) ผู้ร่วมการวิจัยต้องอ่านข้อกระทงแล้วประเมินว่า ตนเองเห็นด้วยกับข้อกระทงแต่ละข้อ มากน้อยเพียงใด ตัวอย่างข้อกระทง เช่น “ฉันพึงพอใจในชีวิตของฉัน”

ผลการวิจัย

1. การทดสอบสถิติเบื้องต้น

ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) พบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซีและแบบคอมมูเนียน มีสหสัมพันธ์กันในทางบวก ($r = .15, p < .05$) อย่างไรก็ตาม บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี มีสหสัมพันธ์ทางลบกับคุณภาพของมิตรภาพ ($r = -.16, p < .05$) และความพึงพอใจในความสัมพันธ์ ($r = -.17, p < .05$) ขณะที่บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับทั้งคุณภาพของมิตรภาพ ($r = .55, p < .01$) ความพึงพอใจในความสัมพันธ์ ($r = .41, p < .01$) และความพึงพอใจในชีวิต ($r = .51, p < .01$) นอกจากนี้ คุณภาพของมิตรภาพ ยังมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับทั้งความพึงพอใจในความสัมพันธ์ ($r = .51, p < .01$) และความพึงพอใจในชีวิต ($r = .41, p < .01$) ส่วนความพึงพอใจในความสัมพันธ์ก็มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในชีวิต ($r = .47, p < .01$) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, และค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดล (N = 187)

	1	2	3	4	5	M	SD
1. NPI-13	(.62)	.15*	-.16*	-.17*	-.08	4.32	2.48
2. CNI-16		(.93)	.55**	.41**	.51**	4.60	0.84
3. FQ			(.95)	.51**	.41**	5.00	0.84
4. RS				(.95)	.47**	5.31	1.20
5. SWLS					(.85)	4.71	1.00

หมายเหตุ: NPI-13 = บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี; CNI-16 = บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน; FQ = คุณภาพของมิตรภาพ; RS = ความพึงพอใจในความสัมพันธ์; SWLS = ความพึงพอใจในชีวิต; ตัวเลขในมุมทแยงคือค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของมาตรวัดแต่ละมาตร; * $p < .05$, ** $p < .01$.

2. การทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบอหิทธิพลส่งผ่าน ตัวแปรพยากรณ์ ตัวแปรส่งผ่าน และตัวแปรตาม ต้องมีลักษณะเข้าเงื่อนไขดังต่อไปนี้ 1) ตัวแปรพยากรณ์สามารถทำนายตัวแปรส่งผ่านได้; 2) ตัวแปรพยากรณ์สามารถทำนายตัวแปรตามได้; และ 3) ตัวแปรส่งผ่านสามารถทำนายตัวแปรตามได้

เมื่อใช้สถิติการถดถอยแบบพหุคูณในการวิเคราะห์ เบื้องต้นในโมเดลแรก ใส่ตัวแปรบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี และแบบคอมมูเนียนเข้าไปในโมเดล เพื่อทำนายความแปรปรวนในคุณภาพของมิตรภาพ ผลการวิเคราะห์พบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี สามารถทำนายคุณภาพของมิตรภาพได้ในทางลบ ($\beta = -.23, p < .01$) ขณะที่บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน สามารถทำนายคุณภาพของมิตรภาพได้ในทางบวก ($\beta = .57, p < .01$) โดยตัวแปรพยากรณ์ทั้งคู่ สามารถอธิบายความแปรปรวนในคุณภาพของมิตรภาพได้ร้อยละ 34

ในโมเดลที่สอง ใส่ตัวแปรบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี และแบบคอมมูเนียนเข้าไปในโมเดล เพื่อทำนายความแปรปรวนในความพึงพอใจในความสัมพันธ์ ผลพบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี สามารถทำนายความพึงพอใจในความสัมพันธ์ได้ในทางลบ ($\beta = -.21, p < .01$) ขณะที่บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน สามารถทำนายความพึงพอใจในความสัมพันธ์ได้ในทางบวก ($\beta = .43, p < .01$) โดยตัวแปรพยากรณ์ทั้งคู่สามารถอธิบายความแปรปรวนในความพึงพอใจในความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 20

ในโมเดลที่สาม ใส่ตัวแปรบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี และแบบคอมมูเนียนเข้าไปในโมเดล เพื่อทำนายความแปรปรวนในความพึงพอใจในชีวิต ผลพบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี สามารถทำนายความพึงพอใจในชีวิตได้ในทางลบ ($\beta = -.15, p < .05$) ขณะที่บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน สามารถทำนายความพึงพอใจในชีวิตได้ในทางบวก ($\beta = .53, p < .01$) โดยตัวแปรพยากรณ์ทั้งคู่สามารถอธิบายความแปรปรวนในความพึงพอใจในชีวิตได้ร้อยละ 27 ดังตารางที่ 2 นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์เพิ่มเติมพบว่า คุณภาพของมิตรภาพ ($\beta = .24, p < .01$) และความพึงพอใจในความสัมพันธ์ ($\beta = .34, p < .01$) สามารถทำนายความพึงพอใจในชีวิตได้ในทางบวก จึงผ่านข้อตกลงเบื้องต้นในการทดสอบอิทธิพลส่งผ่านของตัวแปร

จากนั้น ผู้วิจัยจึงใช้ PROCESS โมเดล 6 ในการวิเคราะห์อิทธิพลส่งผ่าน โดยมีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซีและคอมมูเนียน เป็นตัวแปรพยากรณ์ คุณภาพของมิตรภาพ และความพึงพอใจในความสัมพันธ์เป็นตัวแปรส่งผ่าน ในการทำนายความพึงพอใจในชีวิต ผลการวิเคราะห์พบว่า เมื่อใส่ตัวแปรส่งผ่านทั้งสองตัวเข้าไปในโมเดล บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี ไม่สามารถทำนายความพึงพอใจในชีวิตได้ในทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = -.07, ns$) แต่บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซีมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความพึงพอใจในชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผ่านความพึงพอใจในความสัมพันธ์ ($\beta = -.04, p < .05$) และผ่านทั้งคุณภาพของมิตรภาพและความพึงพอใจในความสัมพันธ์ร่วมกัน ($\beta = -.02, p < .05$) ส่วนอิทธิพลทางอ้อมผ่านคุณภาพของมิตรภาพอย่างเดียวไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = -.00, ns$)

ในทางตรงกันข้าม เมื่อใส่ตัวแปรส่งผ่านทั้งสองตัวเข้าไปในโมเดล บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียนยังสามารถทำนายความพึงพอใจในชีวิตได้ในทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่อำนาจในการพยากรณ์ลดลง ($\beta = .37, p < .01$) ทั้งนี้ ผลพบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียนมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความพึงพอใจในชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผ่านความพึงพอใจในความสัมพันธ์ ($\beta = .07, p < .05$) และผ่านทั้งคุณภาพของมิตรภาพและความพึงพอใจในความสัมพันธ์ร่วมกัน ($\beta = .05, p < .05$) ส่วนอิทธิพลทางอ้อมผ่านคุณภาพของมิตรภาพอย่างเดียวไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = .04, ns$) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 2 บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซีและแบบคอมมูเนียน ในการทำนายคุณภาพของมิตรภาพ, ความพึงพอใจในความสัมพันธ์, และความพึงพอใจในชีวิต (N = 187)

	β	S.E.	R ²
การทำนายคุณภาพของมิตรภาพ:			
NPI-13	-.23	.02	.34
CNI-16	.57**	.06	
การทำนายความพึงพอใจในความสัมพันธ์:			
NPI-13	-.21**	.03	.20
CNI-16	.43**	.09	
การทำนายความพึงพอใจในชีวิต:			
NPI-13	-.15*	.03	.27
CNI-16	.53**	.08	

หมายเหตุ: NPI-13 = บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี; CNI-16 = บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน; ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในตารางคือค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแบบมาตรฐาน เมื่อใส่ตัวแปรพยากรณ์เข้าไปพร้อมกันในโมเดล; * $p < .05$, ** $p < .01$.

กล่าวโดยสรุป คุณภาพของมิตรภาพและความพึงพอใจในความสัมพันธ์มีอิทธิพลส่งผ่านต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซีและคอมมูเนียน กับความพึงพอใจในชีวิต โดยมีอิทธิพลส่งผ่านแบบสมบูรณ์ต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซีและความพึงพอใจในชีวิต และมีอิทธิพลส่งผ่านบางส่วนต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน กับความพึงพอใจในชีวิต

ตารางที่ 3 อิทธิพลส่งผ่านของคุณภาพของมิตรภาพ และความพึงพอใจในความสัมพันธ์ (N = 187)

	β	LLCI	ULCI
การทำนายความพึงพอใจในความสัมพันธ์:			
NPI-13 -> FQ -> RS	-.07*	-0.13	-0.01
CNI-16 -> FQ -> RS	.23*	0.13	0.41
การทำนายความพึงพอใจในชีวิต:			
NPI-13 -> FQ -> SWLS	-.00	-0.02	0.01
NPI-13 -> RS -> SWLS	-.04*	-0.03	-0.01
NPI-13 -> FQ -> RS -> SWLS	-.02*	-0.02	-0.01
CNI-16 -> FQ -> SWLS	.04	-0.01	0.16
CNI-16 -> RS -> SWLS	.07*	0.02	0.15
CNI-16 -> FQ -> RS -> SWLS	.05*	0.02	0.11

หมายเหตุ: NPI-13 = บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี; CNI-16 = บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน; FQ= คุณภาพของมิตรภาพ; RS= ความพึงพอใจในความสัมพันธ์; SWLS = ความพึงพอใจในชีวิต; ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในตารางคือค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแบบมาตรฐาน; $*p < .05$.

อภิปรายผล

งานวิจัยที่ศึกษาบุคลิกภาพแบบหลงตนเองในอดีต มักศึกษาบุคลิกภาพแบบหลงตนเองที่สะท้อนการใช้กลยุทธ์แบบมุ่งตนเอง หรือที่เรียกว่า เอเจนซี อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในระยะหลัง เริ่มให้ความสนใจศึกษาบุคลิกภาพแบบหลงตนเองที่ใช้กลยุทธ์แบบมุ่งผู้อื่น หรือที่เรียกว่า คอมมูเนียน เพื่อทดสอบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองทั้งสองรูปแบบนั้น มีความแตกต่างหรือปรับตัวในบริบทต่างๆ อย่างไร งานวิจัยชิ้นนี้ จึงมุ่งทดสอบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองทั้งสองรูปแบบ จะแสดงความแตกต่างด้านการปรับตัว ในแง่ของความสัมพันธ์กับผู้อื่นหรือไม่ ทั้งในเชิงคุณภาพและความพึงพอใจ อันส่งผลต่อความสุข ในบริบทของประเทศไทย ที่มีวัฒนธรรมแบบคตริวมหมู่ ซึ่งให้ความสำคัญกับการรักษาความสัมพันธ์กับผู้อื่น และเป้าหมายของกลุ่ม

ผลการศึกษาพบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน ที่เน้นการใช้กลยุทธ์แบบมุ่งผู้อื่น มีอิทธิพลทางบวกต่อความสุขเชิงอัตวิสัย โดยมีคุณภาพของมิตรภาพ และความพึงพอใจในความสัมพันธ์เป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วน กล่าวคือ ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน มีแนวโน้มที่จะมีความสุขหรือมีความพึงพอใจในชีวิตสูงอยู่แล้ว เมื่อมีคุณภาพของมิตรภาพ และมีความพึงพอใจในความสัมพันธ์สูง ยิ่งส่งเสริมให้ผู้ที่บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียนมีความสุขมากยิ่งขึ้น ผลข้างต้นนี้สะท้อนให้เห็นว่า การมุ่งผู้อื่นซึ่งเป็นกลยุทธ์สำคัญของผู้ที่บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียนนั้น (Gebauer et al., 2012) ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ทำให้บุคคลมีมิตรภาพที่มีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Żemojtel-Piotrowska, Clinton, และ Piotrowski (2014) ที่พบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในชีวิต และสุขภาวะทางสังคม (social well-being) ซึ่งสะท้อนถึงความสุขในเชิงของความสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้อื่น ทั้งนี้ อาจเพราะผู้ที่บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน มีความต้องการคำชมเชย และสถานะทางสังคมในแง่ของความเป็นมิตรหรือความมีน้ำใจ จึงมักพยายามแสดงความเป็นมิตรของตนเองที่มีต่อผู้อื่น ซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวเป็นสิ่งที่ได้รับการยอมรับอย่างสูงในสังคมไทย (Knutson, 2004; Triandis, 2001; 2004) ดังนั้น ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน จึงอาจสามารถอยู่ในสังคมไทยได้อย่างมีความสุข เนื่องจากกลยุทธ์ที่ใช้ในการแสวงหาอำนาจและเพิ่มคุณค่าในตนเองนั้นสอดคล้องกับค่านิยมทางวัฒนธรรม

ในทางตรงกันข้าม ผลการศึกษานี้กลับพบว่า บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี ที่มุ่งเน้นการใช้กลยุทธ์แบบมุ่งตนเอง มีอิทธิพลทางลบต่อความสุขเชิงอัตวิสัย โดยมีคุณภาพของมิตรภาพ และความพึงพอใจในความสัมพันธ์เป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างสมบูรณ์ กล่าวคือ ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี มีแนวโน้มที่จะมีความสุขหรือพึงพอใจในชีวิตน้อย โดยมีสาเหตุมาจากมีคุณภาพของมิตรภาพและความพึงพอใจในความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ผลข้างต้นนี้สะท้อนให้เห็นว่า การมุ่งตนเองซึ่งเป็นกลยุทธ์สำคัญของผู้ที่บุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี (Campbell et al., 2006; Raskin & Terry, 1988) ไม่ส่งเสริมให้เกิดความสุขใน

วัฒนธรรมแบบคหกรรมที่มุ่งเน้นความสัมพันธ์ได้ เป็นที่น่าสังเกตว่า คุณภาพของมิตรภาพและความพึงพอใจในความสัมพันธ์ มีอิทธิพลส่งผ่านอย่างสมบูรณ์ สะท้อนให้เห็นว่า การไม่มีความสุขหรือมีความสุขในระดับต่ำของผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซีในสังคมไทยนั้น เป็นผลมาจากการมีความสัมพันธ์ที่ไม่ดีกับผู้อื่นและไม่มีคุณภาพเป็นหลัก ทั้งนี้ การศึกษาของ Amadi (2015) พบว่าผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี มักมีความสัมพันธ์กับเพื่อนในเชิงของการแข่งขัน ซึ่งไม่สะท้อนคุณภาพของความสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษานี้ ถือได้ว่าเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการต่องานวิจัยด้านบุคลิกภาพและความสุขหรือการปรับตัว เนื่องจากสามารถเปรียบเทียบให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบคอมมูเนียน มีความได้เปรียบกว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองแบบเอเจนซี ในด้านของความสุข อันเป็นผลมาจากกลยุทธ์ที่ใช้ในการแสวงหาค่าชมเชย และสถานะทางสังคม เน้นการแสดงออกอย่างเป็นมิตร สอดคล้องกับค่านิยมทางวัฒนธรรมในสังคมไทย ที่ให้ความสำคัญกับการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งกลไกสำคัญที่ส่งเสริมความสุขนั้น คือการมีคุณภาพและความพึงพอใจในมิตรภาพของตนเอง

อย่างไรก็ตาม การศึกษาในครั้งนี้ ยังจำกัดการศึกษาเฉพาะในสังคมไทย รวมทั้งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ยังมีจำนวนไม่มาก และอยู่ในช่วงวัยผู้ใหญ่ตอนต้น งานวิจัยในอนาคตจึงควรศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงวัย หรือบริบทสังคมอื่นๆ เช่น ในวัฒนธรรมแบบปัจเจกนิยม (individualism) เพื่อตรวจสอบว่าคุณภาพของมิตรภาพและความพึงพอใจในความสัมพันธ์ จะยังเป็นตัวแปรสำคัญต่อความสุขของผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเองทั้งสองรูปแบบอยู่หรือไม่ นอกจากนี้ ยังอาจศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ดังกล่าวแบบข้ามวัฒนธรรม (cross-cultural study) เพื่อทดสอบความแตกต่างว่า ลักษณะความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้น เป็นผลมาจากบริบททางวัฒนธรรมมากน้อยเพียงใด

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยชิ้นนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากศูนย์วิจัยวิทยาศาสตร์จิตวิทยาตะวันออก-ตะวันตก คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

ฐิติวัจน์ ทองแก้ว และ ประสพชัย พสุนนท์. (2560). “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม”. Veridian E-Journal, Silpakorn University. ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 (เดือนมกราคม-เมษายน 2560): 1943-1958.

พิกุล พุ่มช้าง และ ปริญญา มีสุข. (2560). “การวิเคราะห์องค์ประกอบการเป็นองค์กรแห่งความสุขของสถาบันการศึกษาไทย” Veridian E-Journal, Silpakorn University. ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (เดือนพฤษภาคม-สิงหาคม 2560): 647-663.

ภาษาต่างประเทศ

Amadi, S. C. (2015). *Narcissism and late adolescent friendships: Perceived closeness, cooperation, competitiveness, and friendship quality* (Honor Theses).

Ames, D. R., Rose, P., & Anderson, C. P. (2006). The NPI-16 as a short measure of narcissism. *Journal of Research in Personality, 40*, 440-450.

Cai, H., Kwan, V. S., & Sedikides, C. (2012). A sociocultural approach to narcissism: The case of modern China. *European Journal of Personality, 26*(5), 529-535.

Campbell, W. K., Brunell, A. B., & Finkel, E. J. (2006). Narcissism, interpersonal self-regulation, and romantic relationships: An agency model approach. In K. D. Vohs, & E. J. Finkel (Eds.), *Self and relationships: Connecting intrapersonal and interpersonal processes* (pp. 57-83). New York: Guilford.

Cuadros, O., & Berger, C. (2016). The protective role of friendship quality on the wellbeing of adolescents victimized by peers. *Journal of Youth and Adolescence, 45*(9), 1877-1888.

Demir, M., & Orthel, H. (2011). Friendship, real-ideal discrepancies, and well-being: Gender differences in college students. *Journal of Psychology, 145*(3), 173-193.

Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment, 49*, 71-75.

Du, H., King, R. B., & Chi, P. (2012). The development and validation of the Relational Self-Esteem Scale. *Scandinavian Journal of Psychology, 53*(3), 258-264.

Foster, J. D., Campbell, W. K., & Twenge, J. M. (2003). Individual differences in narcissism: Inflated self-views across the lifespan and around the world. *Journal of Research in Personality, 37*(6), 469-486.

- Fletcher, G. J., Simpson, J. A., & Thomas, G. (2000). The measurement of perceived relationship quality components: A confirmatory factor analytic approach. *Personality and Social Psychology Bulletin, 26*(3), 340-354.
- Gebauer, J. E., Sedikides, C., Verplanken, B., & Maio, G. R. (2012). Communal narcissism. *Journal of Personality and Social Psychology, 103*, 854-878.
- Gentile, B., Miller, J. D., Hoffman, B. J., Reidy, D. E., Zeichner, A., & Campbell, W. K. (2013). A test of two brief measures of grandiose narcissism: The Narcissistic Personality Inventory-13 and the Narcissistic Personality Inventory-16. *Psychological Assessment, 25*, 1120.
- Giacomin, M. & Jordan, C. H. (2015). Validating power makes communal narcissists less communal. *Self and Identity, 14*, 583-601.
- Gillespie, B. J., Lever, J., Frederick, D., & Royce, T. (2015). Close adult friendships, gender, and the life cycle. *Journal of Social and Personal Relationships, 32*(6), 709-736.
- Knutson, T. J. (2004). Thai cultural values: Smiles and sawasdee as implications for intercultural communication effectiveness. *Journal of Intercultural Communication Research, 33*(3), 147-157.
- Konrath, S., & Bonadonna, J. P. (2014, in press). Narcissism. In Whitbourne, S. (Ed.), *The Encyclopedia of Adulthood and Aging*, Wiley Press.
- Luo, Y.L.L., Cai, H., Sedikides, C., & Song, H. (2014). Distinguishing communal narcissism From agentic narcissism: A behavior genetics analysis on the agency-communion model of narcissism. *Journal of Research in Personality, 49*, 52-58.
- Markus, H. & Kitayama, S. (1991). Culture and the self: implications for cognition, emotion and motivation. *Psychological Review, 98*, 224-253.
- Minnebo, J. (2005). Psychological distress, perceived social support, and television viewing for reasons of companionship: A test of the compensation hypothesis in a population of crime victims. *Communications, 30*, 233-250.
- Raskin, R., & Terry, H. (1988). A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of Personality and Social Psychology, 54*(5), 890.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

- Tanchotsrinon, P., Maneesri, K., & Campbell, W. K. (2007). Narcissism and romantic attraction: Evidence from a collectivistic culture. *Journal of Research in Personality, 41*(3), 723-730.
- Thien, L. M., Razak, N. A., & Jamil, H. (2012). Friendship Quality Scale: Conceptualization, development and validation. *Australian Association for Research in Education (NJ1)*.
- Triandis, H. C. (2001) Individualism-Collectivism and personality. *Journal of Personality, 69*, 907-924.
- Triandis, H. C. (2004). Dimensions of culture beyond Hofstede. In H. Vinken, J. Soeters, & P. Ester (Eds.), *Comparing cultures: Dimensions of culture in a comparative perspective* (pp. 28-42). Lieden, Boston: Brill.
- Twenge, J. M., Campbell, W. K. (2009). *The narcissism epidemic: Living in the age of entitlement*. New York: Free Press.
- Watson, D., Clark, L. A., & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology, 54*, 1063.
- Wilson, R. E., Harris, K., & Vazire, S. (2015). Personality and friendship satisfaction in daily life: Do everyday social interactions account for individual differences in friendship satisfaction?. *European Journal of Personality, 29*(2), 173-186.
- Zhou, H., Zhang, B., Yang, X., & Chen, X. (2015). Are Chinese narcissists disagreeable? Evidence from self-and peer-ratings of agreeableness. *Asian Journal of Social Psychology, 18*(2), 163-169.
- Żemojtel-Piotrowska, M., Clinton, A., & Piotrowski, J. (2014). Agentic and communal narcissism and subjective well-being: are narcissistic individuals unhappy? A research report. *Current Issues in Personality Psychology, 2*(1), 10-16.