

ผลของความแตกต่างระหว่างเพศและบุคลิกภาพ
ที่มีต่อคำภาษาไทยและเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์
ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ตอนต้น

The Effect of Gender and Personality Differences
in Young Adults on The Emotional Valence
of Thai Words and Digitized Sounds

พัชรารักษ์ ไชยสังข์* เสรี ชัดเข้ม**

พีร วงศ์อุปราช *** กนก พานทอง ***

Phatcharaphan Chaiyasung* Seree Chadcham**

Peera Wongupparaj*** Kanok Panthong ***

บทคัดย่อ

บุคคลที่มีบุคลิกภาพและเพศแตกต่างกัน เมื่อมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัล ด้านความประทับใจมีอารมณ์ลักษณะพึงพอใจ และลักษณะไม่พึงพอใจแตกต่างกัน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบกิจกรรมการทดลองมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ตอนต้น ศึกษาอารมณ์ด้านความประทับใจในเชิงพฤติกรรมขณะมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ จำแนกตามเพศและบุคลิกภาพ กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2560 จำนวน 80 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นกิจกรรมการทดลองมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ มาตรวัดอารมณ์ความรู้สึก (SAM) ด้านความประทับใจ และเครื่องบันทึกคลื่นไฟฟ้าสมอง NeuroScan System วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Two-Way ANOVA ผลการวิจัยปรากฏว่า

1. กิจกรรมการทดลองมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ตอนต้น ประกอบด้วย กิจกรรม 2 ชุด ชุดละ 14 สิ่งเร้า จำแนกตามลักษณะอารมณ์ คือ ลักษณะพึงพอใจและลักษณะไม่พึงพอใจ

2. ผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย มีอารมณ์ด้านความประทับใจในลักษณะพึงพอใจ และลักษณะไม่พึงพอใจมากกว่าบุคลิกภาพแบบกลาง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปได้ว่า ผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีบุคลิกภาพต่างกัน ขณะมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ มีอารมณ์ด้านความประทับใจ ลักษณะพึงพอใจและไม่พึงพอใจแตกต่างกัน

คำสำคัญ : อารมณ์ด้านความประทับใจ คำภาษาไทย เสียงดิจิทัล ผู้ใหญ่ตอนต้น

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะพยาบาลศาสตร์ วิทยาลัยนานาชาติเซนต์เทเรซา

** รองศาสตราจารย์ วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา

*** อาจารย์ วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา

ABSTRACT

The different gender and personality of the person while looking at Thai words and listening to digitized sounds which stimulated emotional valence affected differently satisfied and unsatisfied emotions. This research is experimental research were to design experimental activities of looking at Thai words and listening to digitized sounds which stimulated emotional valence in young adults and to study the emotional valence concerning behavior studies between gender and personality of the participants while looking at Thai words and listening to digitized sounds. The participants were 80 students from Burapha University in the academic year 2017. The instruments used in this research consisted of the activities of looking at Thai words and listening to digitized sounds which stimulated emotional valence, Self-Assessment Manikin (SAM), and NeuroScan System. The data were analyzed by Two-Way ANOVA. The research results were as follows:

1. The activities of looking at Thai words and listening to digitized sounds consisted of 2 blocks; each block of 14 stimulus which were satisfied and unsatisfied emotions.
2. The young adults who has extravert personality showed the satisfied and unsatisfied emotions more than ambivert personality with statistically significant at .05 level.

It may be concluded that there was emotional valence; satisfied and unsatisfied difference while young adults with different personality were looking at Thai words and listening to digitized sounds on emotional valence; satisfied and unsatisfied.

Keywords : Emotional Valence, Thai Word, Digitized Sound, Young Adult

* Assistant Professor of the Faculty of Nursing, St Theresa International College

** Associate professor of College of Research Methodology and Cognitive Science, Burapha University

*** Lecturer of College of Research Methodology and Cognitive Science, Burapha University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อารมณ์ (Emotion) ความรู้สึกที่เกิดจากสิ่งเร้าที่เข้ามกระทบ มีทั้งอารมณ์ในทางบวกและอารมณ์ทางลบ เช่น ความพึงพอใจและความรู้สึกไม่สมปรารถนา พฤติกรรมของมนุษย์ที่เกิดขึ้นอยู่ภายใต้การควบคุมของอารมณ์ ซึ่งจะแตกต่างกันไปในแต่ละคน และอารมณ์ยังเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย¹ ตามทฤษฎีทางด้านอารมณ์ได้จำแนกอารมณ์ออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) อารมณ์ด้านความประทับใจ (Valence) 2) อารมณ์ด้านการตื่นตัว (Arousal) และ 3) อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล (Dominance) โดยรูปแบบทางด้านอารมณ์ได้จำแนกออกเป็น 2 มิติหลัก ๆ คือ อารมณ์ความรู้สึกทางบวก (Positive Affective: PA) และอารมณ์ความรู้สึกทางลบ (Negative Affective: NA) ซึ่งอารมณ์ดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีสิ่งมากระตุ้น แล้วทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสรีรวิทยาจะแสดงออกทางพฤติกรรมหรือแสดงออกทางสีหน้า อารมณ์ด้านความประทับใจ (Valence) เป็นความรู้สึกดีที่บุคคลมีต่อคำและเสียง ผ่านระบบรับสัมผัสทางการมองเห็นและการฟัง และเกิดกระบวนการรับรู้และตีความเป็นความพึงพอใจที่เกิดขึ้นภายในจิตของแต่ละบุคคล จำแนกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) ลักษณะพึงพอใจ (Satisfied) เช่น มีความสุข ประทับใจ ปลาบปลื้มใจ ภาคภูมิใจ และ 2) ลักษณะไม่พึงพอใจ (Unsatisfied) เช่น รู้สึกแค้น เศร้า เสียใจ สะเทือนใจ เป็นต้น²

จากการมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ ที่เป็นตัวกระตุ้นการทำงานของสมอง เมื่อสิ่งเร้าที่กระตุ้นให้เกิดอารมณ์จะถูกส่งผ่านเข้าสู่สมองส่วนทาลามัส จากนั้นข้อมูลก็จะถ่ายทอดไปสู่ส่วนของสมอง 2 ส่วน คือ 1) ส่วนเปลือกสมองใหญ่ (Cerebral Cortex) ซึ่งก่อให้เกิดอารมณ์ต่าง ๆ และ 2) ส่วนไฮโปทาลามัส (Hypothalamus) และระบบประสาทอัตโนมัติ และจะก่อให้เกิดอารมณ์ และพฤติกรรมทางสรีรวิทยา³

ความแตกต่างระหว่างเพศเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการรับรู้อารมณ์หรือการแสดงออกทางอารมณ์ เช่น เพศหญิงมีการแสดงออกทางอารมณ์ผ่านทางสีหน้า หรือการสื่อสารในขณะที่เพศชายมีการแสดงออกทางพฤติกรรม เช่น พฤติกรรมก้าวร้าว การศึกษาของ Soares et al.⁴ พบว่า เพศหญิงจะแสดงความรู้สึกต่อเสียงด้านความประทับใจในลักษณะพึงพอใจมากกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเพศชายจะแสดงความรู้สึกต่อเสียงด้านความประทับใจในลักษณะไม่พึงพอใจมากกว่าเพศหญิง นอกจากนี้บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบมีความสัมพันธ์กับอารมณ์เช่นกัน จากงานวิจัยชี้ให้เห็นว่า บุคลิกภาพด้านอาการทางประสาท (Neurotic) มีความสัมพันธ์กับอารมณ์ด้านความไม่ประทับใจหรือเชิงลบ ในขณะที่บุคลิกภาพแบบเปิดเผยมีความสัมพันธ์กับอารมณ์ด้านความประทับใจหรือเชิงบวก⁵

การศึกษาทางด้านอารมณ์ความรู้สึกในประเทศไทยยังมีความจำเป็นต้องมีเครื่องมือที่มีความเป็นวิทยาศาสตร์ มีคุณภาพได้มาตรฐานที่เป็นของคนไทย เพื่อเป็นตัวชี้วัดให้เข้าใจพื้นฐานทางด้านสุขภาพอารมณ์ที่นำไปสู่การประเมิน และการพัฒนาทางด้านอารมณ์ความรู้สึก ด้วยข้อจำกัดเรื่องเครื่องมือการวัดที่ใช้ในการศึกษาวิจัยยังมีอยู่น้อย หรือต้องพึ่งพาจากต่างประเทศ รวมทั้งความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม เครื่องมือวัดที่นำมาใช้วัดอาจได้ผลที่แตกต่างกันออกไป ทั้งความตรง (Validity) ความเที่ยง (Reliability) และอำนาจจำแนก (Discrimination) ของเครื่องมือวัด กอปรกับเครื่องมือวัดทางวิทยาศาสตร์อารมณ์ที่เป็นสิ่งเร้าในประเทศไทย ปรากฏว่า มีการพัฒนาในส่วนของ 1) ระบบคลังรูปภาพที่สื่อความหมายทางด้านอารมณ์ความรู้สึกในบริบทของคนไทย⁶ 2) ระบบคลังเสียงดิจิทัลที่สื่อความหมายทางด้านอารมณ์ความรู้สึกในบริบทไทย⁷ และ 3) ระบบคลังคำภาษาไทยที่สื่อความหมายทางด้านอารมณ์ความรู้สึก⁸ ปัจจุบันไม่ปรากฏว่า มีการพัฒนาระบบคลังคำภาษาไทย และเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่า การกระตุ้นการทำงานของสมองที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ด้านความประทับใจโดยใช้คำและเสียงเป็นสิ่งเร้า ได้พบความกว้างและความสูงของคลื่นไฟฟ้าสมอง และคลื่นไฟฟ้าสมองหลายรูปแบบที่อยู่ในบริบทของชาวต่างชาติ แต่ยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาในบริบทของคนไทย ที่ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของคลื่นไฟฟ้าสมองสัมพันธ์กับเหตุการณ์ อีกทั้งการศึกษาที่ผ่านมาส่วนใหญ่เป็นการศึกษาการเปลี่ยนแปลงของคลื่นสมองด้านความประทับใจจากการมองภาพและด้านความประทับใจจากระบบคลังคำภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาโปรตุเกส แต่ยังไม่พบงานวิจัยที่นำคำภาษาไทย และเสียงดิจิทัลในบริบทของคนไทยมาใช้ศึกษาอารมณ์ด้านความประทับใจและประเด็นสุดท้าย มีงานวิจัยต่างประเทศที่ทำการศึกษาทางด้านเพศและด้านบุคลิกภาพ ปรากฏว่ามีความสัมพันธ์ต่ออารมณ์ด้านความประทับใจ แต่ยังไม่พบการศึกษาเกี่ยวกับคำและเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจในบริบทของคนไทย

จากเหตุผลและข้อมูลดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของความแตกต่างระหว่างเพศและบุคลิกภาพที่มีต่อคำภาษาไทยและเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ออนต้น ซึ่งจะศึกษาเชิงพฤติกรรม โดยให้สิ่งเร้าเป็นคำภาษาไทยและเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจใน 2 ลักษณะ ซึ่งผลการศึกษานี้จะได้ขั้นตอน และวิธีการเฉพาะในการกระตุ้นให้เกิดอารมณ์ด้านความประทับใจในบริบทของคนไทยที่เป็นวิทยาศาสตร์เพื่อเป็นบรรทัดฐานในการศึกษาทางด้านอารมณ์ และได้ข้อมูลสารสนเทศที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการทำงานของสมอง โดยสามารถนำข้อมูลไปใช้ในวงการแพทย์หรือทางจิตวิทยา สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์การวางแผน และสร้างเสริมพัฒนาอารมณ์ให้กับ

ผู้ป่วย นอกจากนี้จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า การกระตุ้นความทรงจำในผู้ป่วยสมองเสื่อม (Dementia) มีการส่งเสริมการรับรู้ความจำด้วยเรื่องราวในอดีตด้านความประทับใจเป็นตัวกระตุ้น⁹ เหตุการณ์ที่ประทับใจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ทางด้านตาเห็น หูฟัง จมูกได้กลิ่น หรือลิ้นและกายที่สัมผัส จะช่วยฟื้นฟูและพัฒนาความจำผู้ป่วยได้ จึงเป็นแนวทางที่จะนำคำภาษาไทยและเสียงดิจิทัลด้านความประทับใจพัฒนาเพื่อเป็นองค์ความรู้ใหม่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบกิจกรรมการทดลอง การมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ออนต้น

2. เพื่อศึกษาอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ออนต้น ในประเด็นดังนี้

2.1 เปรียบเทียบอารมณ์ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่ออนต้นจำแนกตามเพศ ขณะมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ

2.2 เปรียบเทียบอารมณ์ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่ออนต้นจำแนกตามบุคลิกภาพ ขณะมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ

2.3 ปฏิสัมพันธ์ร่วมระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่ออนต้น ขณะมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ

สมมติฐานของการวิจัย

1. อารมณ์ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่ออนต้น ระหว่างเพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกัน ขณะมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ

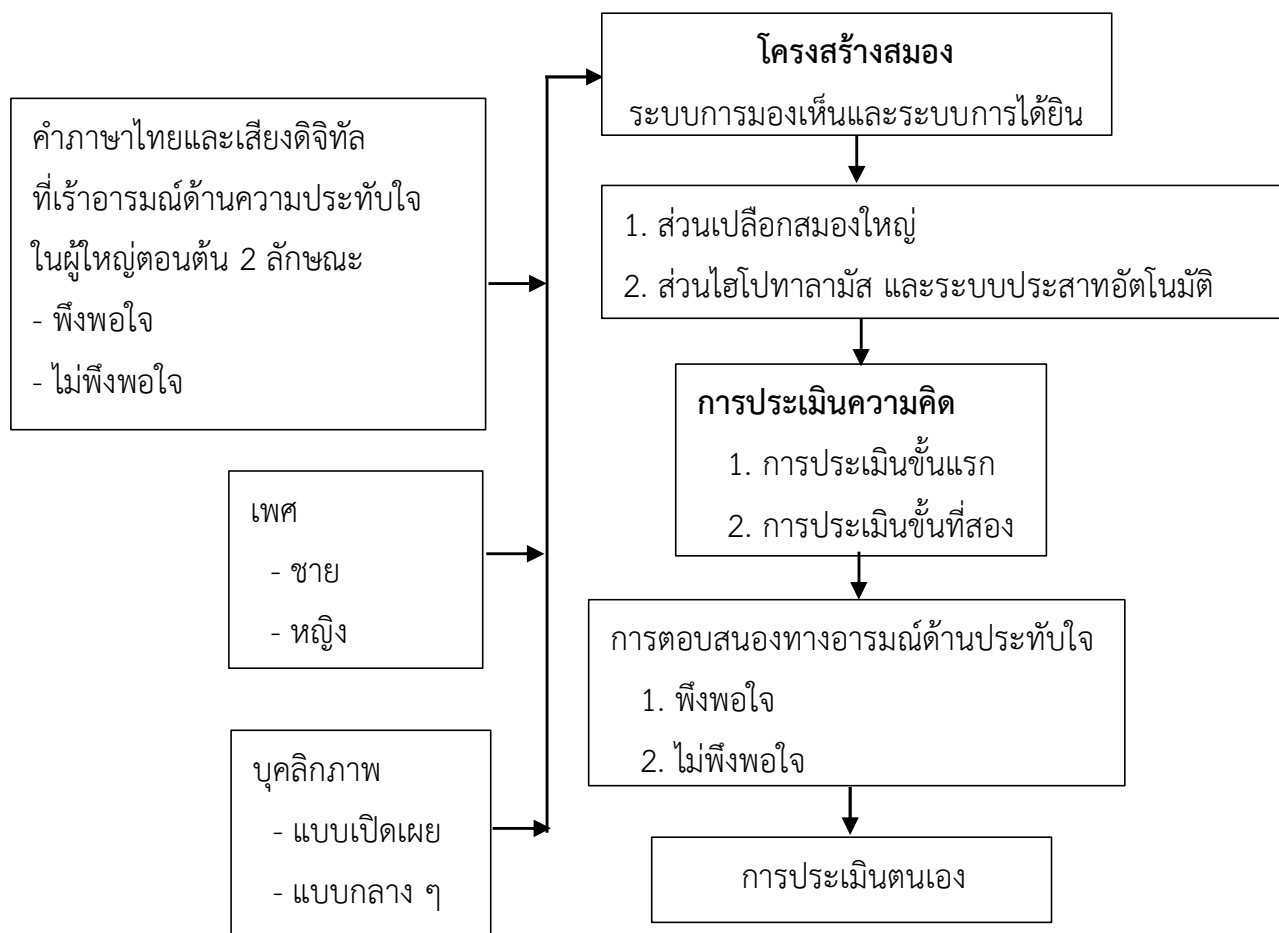
2. อารมณ์ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่ตอนต้นระหว่างผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผยกับแบบกลาง ๆ แตกต่างกัน ขณะมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ

3. มีปฏิสัมพันธ์ร่วมระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่ตอนต้น ขณะมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ

กรอบแนวคิดการวิจัย

การมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ ที่เป็นตัวกระตุ้นการทำงานของสมอง เมื่อสิ่งเร้าที่กระตุ้นให้เกิดอารมณ์ จะถูกส่งผ่านเข้าสู่ทาลามัส จากนั้นข้อมูลก็จะถ่ายทอดไปสู่ส่วนของสมอง 2 ส่วน คือ 1) ส่วนเปลือกสมองใหญ่ (Cerebral Cortex) ซึ่งก่อให้เกิดอารมณ์ต่าง ๆ และ 2) ส่วนไฮโปทาลามัส (Hypothalamus) และระบบประสาทอัตโนมัติ จะก่อให้เกิดอารมณ์ และพฤติกรรมทางสรีรวิทยา³

ตามแนวคิดทฤษฎีกระบวนการรู้คิด เมื่อบุคคลแปลความหมายสิ่งกระตุ้น (Stimuli) ในงานวิจัยนี้ คือ คำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ บุคคลจะรับรู้และแปลความหมายสิ่งกระตุ้น ด้วยการประเมินสิ่งกระตุ้น ซึ่งลาซาร์ส¹⁰ ได้เสนอทฤษฎีการประเมินทางความคิด (Cognitive Appraisal) เป็นทฤษฎีที่เน้นในเรื่องของกระบวนการ (Process Appraisal) มี 2 ขั้นตอน คือ 1) การประเมินขั้นแรก (Primary Appraisal) เมื่อบุคคลต้องเผชิญกับสิ่งเร้า และ 2) การประเมินขั้นที่สอง (Secondary Appraisal) คือ การที่บุคคลใช้สติปัญญาความรู้และประสบการณ์ประเมิน โดยงานวิจัยนี้ สามารถวัดระดับการตอบสนองทางอารมณ์ด้านประทับใจที่มี 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) พึงพอใจ (Satisfied) และ 2) ไม่พึงพอใจ (Unsatisfied) ได้จากคะแนนพฤติกรรมการประเมินตนเอง Self-Assessment Manikin (SAM) ที่เปลี่ยนแปลงขณะมีสิ่งเร้าที่เป็นคำ ร้องคำภาษาไทย และฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ ผู้วิจัยจึงเขียนกรอบแนวคิดการวิจัยดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) โดยใช้แบบแผนการทดลองแบบ 2X2 Factorial Posttest Design (Between Subjects)¹¹

กลุ่มตัวอย่าง นิสิตมหาวิทยาลัยบูรพาที่กำลังเรียนอยู่ในปีการศึกษา 2560 เพศชายและหญิง อายุระหว่าง 20 - 24 ปี และอาสาสมัครเข้าร่วมการวิจัย งานวิจัยนี้มีตัวอย่างสองกลุ่ม และมีขนาดเท่ากัน กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*power ทดสอบตระกูล t-test กำหนดขนาดอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.80 ความน่าจะเป็นความคลาดเคลื่อนในการทดสอบประเภทที่หนึ่ง (α)

เท่ากับ .05 อำนาจการทดสอบ ($1 - \beta$) เท่ากับ .95 และอัตราส่วนการจัดสรรขนาดตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม (Allocation Ratio) เท่ากับ 1 (Buchner, 2007) ผลการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 35 คน df เท่ากับ 68 จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 70 คน ผู้วิจัยคัดกรองกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนดจำนวน 80 คน เป็นเพศชาย 40 คน เพศหญิง 40 คน โดยให้อาสาสมัครกรอกแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล และพิจารณาตามเกณฑ์การคัดเข้า (Inclusions Criteria) และเกณฑ์การคัดออก (Exclusions Criteria)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้คัดกรองผู้เข้าร่วมการวิจัย ประกอบด้วย

1) แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล 2) การประเมิน การได้ยินโดยให้ฟังเสียงนาฬิกาเดิน 3) การประเมินการมองเห็น ตรวจสอบความสามารถในการมองเห็น (Visual Acuity) 4) แบบวัดความถนัดการใช้มือ ของเอดินเบิร์ก 5) แบบวัดสุขภาพจิตคนไทย แบบสั้น (Version 2007) ของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข 6) ประเมินด้วยแบบประเมินโรคซึมเศร้า 9 คำถาม (9Q) ของ กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข 7) แบบสำรวจบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบฉบับภาษาไทย (NEO Personality Inventory 3; NEO-PI-3 Thai Version) โดยใช้แนวคิดของ คอสตา และแมคเคอร์⁵ หากมีระดับคะแนนตั้งแต่ร้อยละ 50 ขึ้นไป ถือว่าเป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย และถ้ามีระดับคะแนนน้อยกว่าร้อยละ 50 ถือว่าเป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบกลาง ๆ 8) เครื่องมือวัดความดันโลหิตใช้ เป็นเครื่องวัดแบบดิจิตอล ยี่ห้อ Omron ใช้วัดความดันโลหิตและจับค่าอัตราการเต้นของหัวใจ 9) เครื่องมือที่ใช้วัดอุณหภูมิกาย แบบดิจิตอล (ถูกเทียบเคียง โดยโรงพยาบาลลาลูกกา ใช้สำหรับเยี่ยมบ้านผู้ป่วย ของศูนย์สุขภาพตำบลลำไทร) 10) แบบทดสอบความฉลาดทางปัญญา ด้วยแบบประเมินโดยใช้แบบทดสอบ Test of Nonverbal Intelligence - Fourth Edition (TONI-4) 11) แบบประเมินสภาวะอารมณ์ (Positive and Negative Affect Schedule: PANAS)

เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง ประกอบด้วย

1. กิจกรรมการทดลองการมองคำภาษาไทย และฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ตอนต้น มีรายละเอียดของการดำเนินการวิจัยดังนี้

ระยะที่ 1 การออกแบบกิจกรรมการทดลอง การมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ตอนต้น

1.1 การทบทวนวรรณกรรม ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกด้านความประทับใจ ตลอดจนหลักการและวิธีการวัดพฤติกรรมด้วยแบบวัดจิตวิทยา

1.2 รวบรวมคำภาษาไทยจากระบบคลังคำภาษาไทย⁶ และเสียงดิจิทัลจากระบบคลังเสียงดิจิทัล⁷ ที่สื่อความหมายทางอารมณ์ในบริบทของคนไทย โดยคำภาษาไทยและเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ ฟังพอใจ และไม่ฟังพอใจ

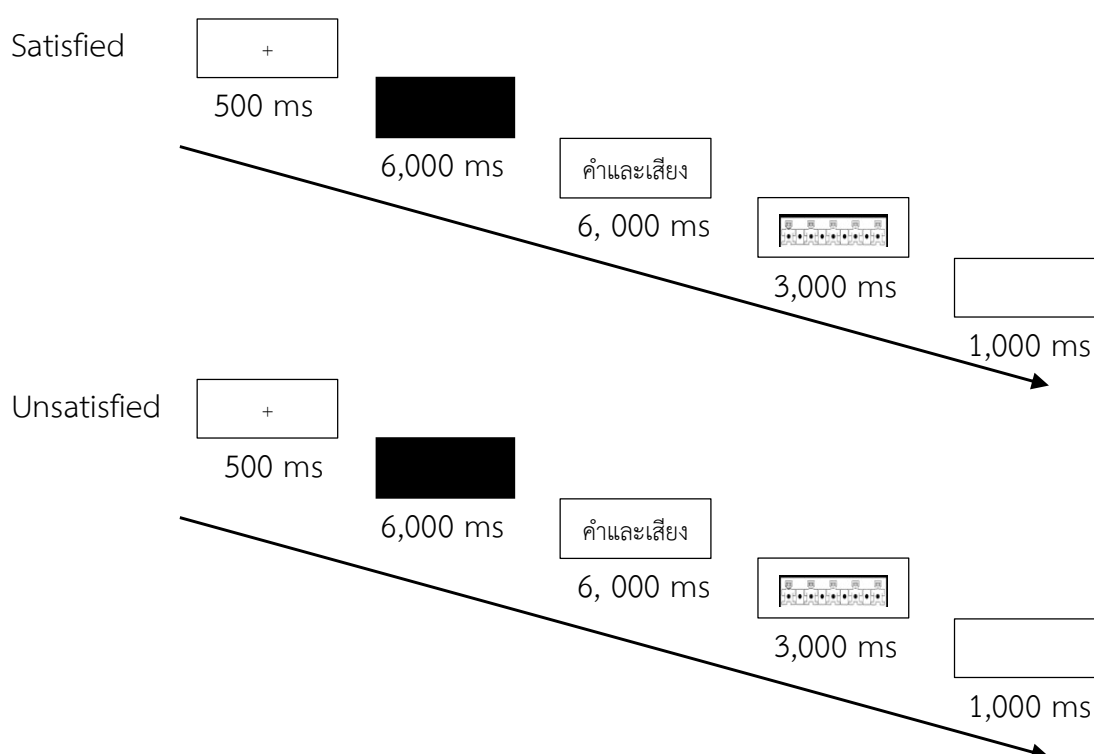
1.3 คัดเลือกคำภาษาไทยและเสียงดิจิทัลจากระบบคลังเสียงที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจมีความหมายในทิศทางเดียวกัน มีเกณฑ์คัดเลือกโดยพิจารณาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละคำ และแต่ละเสียง 2 ลักษณะ ได้แก่ ลักษณะฟังพอใจ เช่น รัก, ที่รัก, ความสุข และลักษณะไม่ฟังพอใจ เช่น น้ำตา, ร้องไห้, เช็ดน้ำตา ลักษณะละ 14 คู่คำและเสียง

1.4 นำคำภาษาไทยและเสียงดิจิทัลที่ทั้ง 2 ลักษณะทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวน 30 คน ทดสอบความเชื่อมั่นด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Chronbach's alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น .96

ระยะที่ 2 การนำกิจกรรมการทดลองมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ตอนต้นไปศึกษานำร่อง (Pilot Study) กับนิสิตระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2560 ที่มีคุณสมบัติคล้ายกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 8 คน เพื่อประเมินความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริง จากนั้นนำผลการศึกษานำร่อง

ไปปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้กิจกรรมการทดลอง การมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ตอนต้น สำหรับนำไป ใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้ลำดับการนำ เสนอคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ตอนต้น 1) กำหนดให้ เริ่มการฉายภาพเครื่องหมายบวก (+) สีดำบนพื้น ขาวตรงกลางจอภาพ (Fixation Point) เป็นเวลา 500 มิลลิวินาที 2) ต่อด้วยจอสีดำ 6,000 มิลลิวินาที 3) จากนั้นเสียงดิจิทัลสื่ออารมณ์ด้านความประทับใจ ขึ้นพร้อมคำภาษาไทยที่มีความหมายเดียวกัน ขึ้นพร้อมกันรวมเวลา 6,000 มิลลิวินาที ต่อมาจะปรากฏ มาตรการวัดอารมณ์ความรู้สึกในบริบทของคนไทย

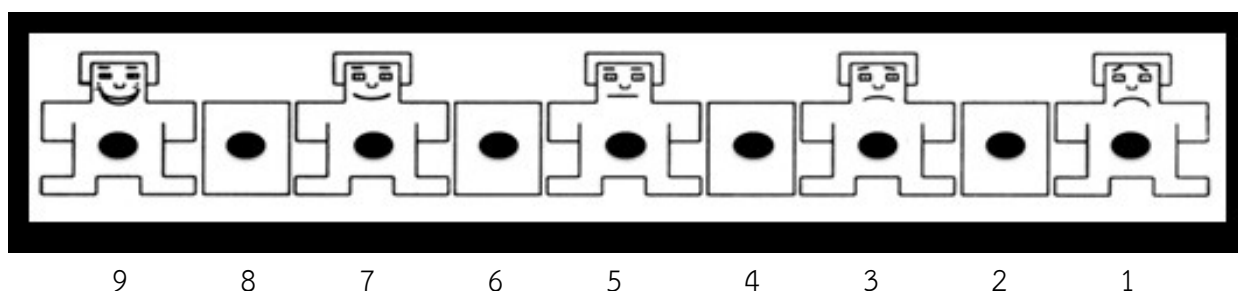
(SAM Thai) เพื่อให้คะแนนแต่ละคำและเสียง 3,000 มิลลิวินาที และขึ้นจอขาวอีก เป็นเวลา 1,000 มิลลิวินาที สลับกันไปเพื่อเตรียมตัวในคำและเสียง ต่อไป เมื่อครบ 1 ชุด (14 คำและเสียง) พักสายตา ด้วยการฉายจอภาพสีขาวเป็นเวลา 5 นาที เพื่อวัด สัญณานุษย์ (อุณหภูมิ ชีพจร การหายใจ และความดันโลหิต) และทำแบบประเมินสภาวะอารมณ์ (Positive and Negative Affect Schedule: PANAS) เพื่อตรวจสอบความคงที่ของอารมณ์ และฉายภาพ ชุดที่ 2 ตามลำดับในการนำเสนอคำภาษาไทย และเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ ในผู้ใหญ่ตอนต้น ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ลำดับการนำเสนอการมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ ในผู้ใหญ่ตอนต้น

2. มาตรฐานวัดอารมณ์ความรู้สึก Self-Assessment Mankin Thai Version (SAM Thai) เป็นมาตรวัดสำหรับประเมินอารมณ์ความรู้สึกของตนเองที่เกิดจากคำภาษาไทยและเสียงดิจิทัลที่ปรากฏให้เห็นและได้ฟัง พัฒนามาจาก มาตรวัดอารมณ์ความรู้สึก Self-Assessment Mankin (SAM) ของ Bradley and Lang¹² มาตรฐานวัดอารมณ์

ด้านความประทับใจ (Valence) เป็นมาตรวัดที่บ่งบอกถึงระดับอารมณ์พึงพอใจ กับ ไม่พึงพอใจ มีลักษณะเป็นภาพกราฟฟิกรูปคน ใบหน้ายิ้ม มีความพึงพอใจ และลดระดับไปเรื่อย ๆ จนถึงหน้า บึ้งไม่พึงพอใจ ไม่มีความสุข มีเลขกำกับการให้คะแนน ดังแสดงตามภาพที่ 3



ภาพที่ 3 มาตรฐานวัดอารมณ์ความรู้สึก (SAM Thai)

การพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง

โครงการวิจัยนี้ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรม วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา เลขที่ 007/2561 ลงวันที่ 16 มกราคม 2561 โดยผู้วิจัยได้อธิบายการพิทักษ์สิทธิในการเข้าร่วมวิจัยให้กลุ่มตัวอย่างก่อนตอบแบบสอบถามและเข้าร่วมทดลอง แล้วลงลายมือชื่อให้ความยินยอม กลุ่มตัวอย่างสามารถถอนตัวออกจากการวิจัยครั้งนี้ได้โดยไม่มีข้อผูกมัด ผู้วิจัยเก็บข้อมูลไว้เป็นความลับ และนำเสนอผลการวิจัยเป็นภาพรวม

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการ ผู้วิจัยประกาศเชิญชวนนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา เข้าร่วมวิจัย มีนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพาที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์การคัดเลือกที่กำหนดและยินดีเข้าร่วม

การวิจัย ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกและลงนามยินยอม เข้าร่วมการวิจัย จำนวน 80 คน ดำเนินการทดลองในห้องปฏิบัติการ “ศูนย์ความเป็นเลิศทางวิทยาการปัญญา” วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา ใช้เวลาในการทดลองคนละประมาณ 30 นาที จากนั้นผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ จำนวน ร้อยละ คะแนนสูงสุด คะแนนต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป และวิเคราะห์ความแปรปรวนของตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการรับรู้อารมณ์ด้านความประทับใจ ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง บุคลิกภาพแบบแสดงออก กับแบบกลาง ๆ ด้วยสถิติ two - way ANOVA

ผลการวิจัย

1. นิสิตเป็นเพศชายและหญิงจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 50.0) ส่วนใหญ่ อายุ 20 ปี (ร้อยละ 38.8) ศึกษาอยู่คณะโลจิสติก (ร้อยละ 33.8) เป็นนักศึกษา ชั้นปีที่ 4 (ร้อยละ 40.0) นักศึกษาทุกคนมีผลการทดสอบ ถนัดมือขวา ไม่มีภาวะซึมเศร้า (ร้อยละ 100.0) ส่วนใหญ่มีภาวะสุขภาพจิตเท่ากับคนทั่วไป (ร้อยละ 87.5) บุคลิกภาพแบบเปิดเผยและแบบ กลางๆ เท่ากัน (ร้อยละ 50.0) ส่วนใหญ่ความฉลาดทางปัญญาอยู่ระดับ Average (ร้อยละ 97.5) และ สายตาปกติ (ร้อยละ 70.0) สายตาสั้นแก้ไขด้วยการ ใส่แว่นขนาดทดลอง (ร้อยละ 30.0)

2. ผลการเปรียบเทียบข้อมูลด้านพฤติกรรม จากการทดลองมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัล ที่เราอารมณ์ด้านประทับใจในผู้ใหญ่ออนต้น

กลุ่มตัวอย่างเพศชายบุคลิกภาพแบบเปิดเผย ให้คะแนนเฉลี่ยคำภาษาไทยและเสียงดิจิทัลที่เรา อารมณ์ด้านความประทับใจ ลักษณะพึงพอใจ เท่ากับ 7.30 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .81 คำภาษาไทยและเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความ ประทับใจ ลักษณะไม่พึงพอใจ มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 2.50 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .65

กลุ่มตัวอย่างเพศชายบุคลิกภาพแบบกลางๆ ให้คะแนนเฉลี่ยคำภาษาไทยและเสียงดิจิทัลที่เรา อารมณ์ด้านความประทับใจ ลักษณะพึงพอใจ เท่ากับ 6.86 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.04 คำภาษาไทยและเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความ ประทับใจ ลักษณะไม่พึงพอใจ มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.67 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.56

กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงบุคลิกภาพแบบเปิดเผย ให้คะแนนเฉลี่ยคำภาษาไทยและเสียงดิจิทัล ที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ ลักษณะพึงพอใจ เท่ากับ 7.20 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.04 คำภาษาไทยและเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้าน ความประทับใจ ลักษณะไม่พึงพอใจ คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 2.56 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .98

กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงบุคลิกภาพแบบกลางๆ ให้คะแนนเฉลี่ยคำภาษาไทยและเสียงดิจิทัลที่เรา อารมณ์ด้านความประทับใจ ลักษณะพึงพอใจ เท่ากับ 6.72 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .99 คำ ภาษาไทยและเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความ ประทับใจ ลักษณะไม่พึงพอใจ มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 2.91 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.72 ดังตารางที่ 1

ความแตกต่างระหว่างเพศไม่มีอิทธิพลต่อการ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอารมณ์ด้านความประทับใจ (n=20)

ลักษณะอารมณ์	เพศชาย				เพศหญิง			
	บุคลิกภาพแบบเปิดเผย		บุคลิกภาพแบบกลาง ๆ		บุคลิกภาพแบบเปิดเผย		บุคลิกภาพแบบกลาง ๆ	
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.
พึงพอใจ	7.30	.81	6.86	1.04	7.20	1.04	6.72	.99
ไม่พึงพอใจ	2.50	.65	3.67	1.56	2.56	.98	2.91	1.72

มองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจในลักษณะพึงพอใจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ที่ว่าอารมณ์ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่ตอนต้นระหว่างเพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกันขณะมองคำภาษาไทยและเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ ความแตกต่างระหว่างบุคลิกภาพมีอิทธิพลต่อการมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจในลักษณะพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ที่ว่าอารมณ์ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่ตอนต้น

ระหว่างผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผยกับบุคลิกภาพแบบกลาง ๆ แตกต่างกันขณะมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ และพบว่า ไม่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศและบุคลิกภาพขณะมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจในลักษณะพึงพอใจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ที่ว่ามีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่ตอนต้น ขณะมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ ดังตารางที่ 2 และตารางที่ 3

ตารางที่ 2 การทดสอบความแตกต่างอารมณ์ด้านความประทับใจ ลักษณะพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและบุคลิกภาพ

ตัวแปร	SS	df	MS	F	p
เพศ	.29	1	.29	.30	.58
บุคลิกภาพ	4.24	1	4.24	4.44*	<.05*
เพศ*บุคลิกภาพ	.01	1	.01	.01	.93

*p<.05

ตารางที่ 3 การทดสอบความแตกต่างอารมณ์ด้านความประทับใจ ลักษณะไม่พึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและบุคลิกภาพ

ตัวแปร	SS	df	MS	F	p
เพศ	2.52	1	2.53	1.47	.22
บุคลิกภาพ	11.62	1	11.63	6.81*	<.05*
เพศ*บุคลิกภาพ	3.40	1	3.40	1.99	.16

*p<.05

สรุปและอภิปรายผล

1. เพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้อารมณ์ด้านความประทับใจทั้ง 2 ลักษณะ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ความแตกต่างระหว่างเพศไม่มีอิทธิพลต่อการมองคำภาษาไทย และพึงเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ ในลักษณะพึงพอใจและไม่พึงพอใจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ที่ว่าอารมณ์ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่ตอนต้นระหว่างเพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกันขณะมองคำภาษาไทยและเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านประทับใจ

การศึกษาครั้งนี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Domes et al.¹³ ที่ได้ศึกษาปฏิกิริยาตอบสนองต่อรูปภาพอารมณ์ด้านลบด้วยภาพถ่ายสมอง เปรียบเทียบระหว่างเพศชายและเพศหญิง โดยให้อาสาสมัครดูรูปภาพและให้คะแนนรูปภาพหลังสแกนสมอง และพบว่าไม่มีความแตกต่างระหว่างเพศในการรับรู้อารมณ์ทั้งด้านประทับใจและการตื่นตัว และการศึกษาเกี่ยวกับนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 68 คน ที่ถนัดการใช้มือขวาของ Luo et al.¹⁴ ที่ได้ศึกษาความแตกต่างระหว่างเพศและบุคลิกภาพจากการมองภาพจาก IAPs ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้คะแนนภาพไม่ประทับใจทั้ง 2 แบบ ต่ำกว่าค่ากลางของคะแนนในส่วนของการให้คะแนนระดับการยับยั้งอารมณ์ของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Sakaki, Niki and Mather¹⁵ ที่พบว่า เพศหญิงมีอารมณ์ตอบสนองต่อสิ่งเร้าดังกล่าวสูงกว่าเพศชาย และการศึกษาของ Whittle et al.¹⁶ ได้สรุปงานวิจัยหลายฉบับ พบว่าเพศหญิงและเพศชายมีการรับรู้อารมณ์ที่แตกต่างกันทั้งในการศึกษาระดับพฤติกรรมและระดับประสาท ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวเป็นการศึกษาในต่างประเทศ ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษานั้นมีวิถีชีวิต ประสบการณ์ การเลี้ยงดู และการอยู่ในสิ่งแวดล้อม ประเพณี และวัฒนธรรมที่แตกต่างจากคนไทย ดังนั้นจึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่น่าจะส่งผลให้การศึกษาครั้งนี้แตกต่างจากแนวคิดของต่างประเทศได้

2. ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย และแบบกลางๆ มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้อารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะพึงพอใจ และลักษณะไม่พึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ที่ว่าอารมณ์ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่ตอนต้นระหว่างผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผยกับบุคลิกภาพแบบกลางๆ แตกต่างกันขณะมองคำภาษาไทยและพึงเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ

การศึกษาครั้งนี้ศึกษาผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย และแบบกลางๆ สามารถอธิบายได้จากทฤษฎีลักษณะนิสัย (Trait Theory) ของเจล์ และซีกเลอร์ (Hjelle & Ziegler)¹⁷ ที่ได้กล่าวถึงความคงที่ (Consistency) ซึ่งบุคคลแต่ละคนจะมีคุณลักษณะโดดเด่นหลายอย่างภายในตัวและจะแสดงคุณลักษณะนั้นออกมาในสถานการณ์ต่าง ๆ กัน ซึ่งหากรู้จักลักษณะนิสัยของคนใดคนหนึ่ง ก็สามารถทำนายพฤติกรรมของเขาในสถานการณ์ต่าง ๆ นอกจากนั้นแล้วไอเซนค์ (Eysenck)¹⁸ ได้ระบุว่าบุคลิกภาพคือ ระบบที่มั่นคงและยั่งยืนของลักษณะนิสัย (Character) อารมณ์ (Temperament) เซอร์ปัญญา (Intellect) และองค์ประกอบทางร่างกาย ซึ่งกำหนดการปรับตัวเฉพาะบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อม ทั้งนี้ ลักษณะนิสัยแสดงถึงพฤติกรรมที่มีมาแต่กำเนิด อารมณ์แสดงถึงพฤติกรรมด้านความรู้สึก (Emotion) เซอร์ปัญญาแสดงถึงพฤติกรรมด้านความรู้ความเข้าใจ (Intelligence) ในการศึกษาครั้งนี้ศึกษาผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย (Extroversion) มีลักษณะนิสัยพื้นฐานที่มองโลกในแง่ดี เป็นมิตร ไว้วางใจสังคม กระตือรือร้น ชอบหาสิ่งกระตุ้น กล้าแสดงออก ทำให้มีโอกาสได้ประสบการณ์ทางอารมณ์ที่เป็นบวกจากสังคม เช่น ร่าเริง สนุกสนาน (Lucas & Diener)¹⁹ และผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบกลางๆ คือมีลักษณะก้ำกึ่งระหว่าง แบบเก็บตัว (Introversion) และแบบเปิดเผย (Extraversion) เป็นกลาง ไม่ชอบเก็บตัวมากเกินไปและไม่ชอบแสดงออกมากเกินไป เป็นบุคคลที่พูดพอควร เดินสายกลาง มีชีวิตที่เรียบง่าย อยู่คนเดียวก็มีความสุข คบหากับคนทั่วไปได้ดี

ซึ่งพวกนี้อาจจะทำงานใดๆ ก็ได้ แต่มักทำได้ในระดับธรรมดาไม่เด่น แต่ก็ทำไม่ได้ดีนัก เป็นพวกที่ผสมผสานอยู่ในคนส่วนใหญ่ทั่วไป และสามารถเข้ากันได้ดีกับคนหลากหลายประเภท²⁰ ผลการวิจัยหลายเรื่องที่สนับสนุนความสัมพันธ์ระหว่างอารมณ์กับบุคลิกภาพ ได้แก่ การศึกษาของ ประไพพรรณ ศรีปาน²¹ ที่พบว่า คนที่ลักษณะบุคลิกภาพยึดมั่นในหลักการ (Conscientiousness) จะควบคุมอารมณ์ได้ดีกว่าคนที่มีบุคลิกภาพเปิดเผย (Extroversion) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การศึกษาของ Costa and McCrae⁵ พบว่าบุคลิกภาพด้านอาการทางประสาท (Neurotic) มีความสัมพันธ์กับอารมณ์ด้านความไม่ประทับใจหรือเชิงลบ ในขณะที่บุคลิกภาพแบบเปิดเผยมีความสัมพันธ์กับอารมณ์ด้านความประทับใจหรือเชิงบวก ซึ่งทำให้สามารถสรุปได้ว่าบุคลิกภาพของบุคคลที่มีความแตกต่างกันนี้จึงทำให้การรับรู้อารมณ์ด้านความประทับใจมีความแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า กิจกรรมการทดลองมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจสามารถเร้าอารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะพึงพอใจและไม่พึงพอใจของบุคคลที่บุคลิกภาพแตกต่างกันได้ในด้านพฤติกรรม โดยส่งผลต่อบุคลิกภาพ แบบเปิดเผยมากกว่าบุคลิกภาพแบบกลาง ๆ
2. บุคลากรทางการศึกษา และนักวิชาการสามารถนำกิจกรรมการทดลองมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจไปใช้ในการกระตุ้นความสนใจในการจัดกิจกรรมการเรียน การสอนได้
3. มหาวิทยาลัย วิทยาลัย หรือสถาบันอุดมศึกษาทางด้านประสาทยุติศาสตร์ สามารถนำไปประกอบการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการ อบรม สัมมนา ประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาการรับรู้ทางอารมณ์ได้

4. บุคลากรทางการแพทย์ สามารถนำกิจกรรมการทดลองมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจไปใช้ในการกระตุ้นอารมณ์ผู้ป่วยและจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการรักษา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษานี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยผู้ใหญ่ตอนต้น และมีบุคลิกภาพแบบเปิดเผยหรือบุคลิกภาพกลาง ๆ จึงควรที่จะมีการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างในช่วงวัยอื่น หรือมีบุคลิกภาพในแบบอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบอารมณ์ของบุคคลในกลุ่มที่ต่างไป
2. การศึกษาครั้งนี้ใช้คำภาษาไทยและเสียงดิจิทัลด้านความประทับใจเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ควรที่จะมีการนำคำภาษาไทยและเสียงดิจิทัลด้านอื่น ๆ หรือสิ่งเร้าอื่น ๆ มาใช้เพื่อเปรียบเทียบอารมณ์จากการถูกกระตุ้นด้วยสิ่งเร้าที่แตกต่าง
3. ควรมีการศึกษาเครือข่ายเชื่อมโยงการทำงานของสมอง เพื่อให้ทราบถึงการเชื่อมต่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพของสมองขณะมองคำภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ
4. ควรมีการศึกษาควบคู่กับการศึกษาคลื่นไฟฟ้าสมองสัมพันธ์กับเหตุการณ์ ซึ่งเป็นการศึกษาถึงลงไปถึงการทำงานและการเปลี่ยนแปลงคลื่นไฟฟ้าสมอง เมื่อได้รับสิ่งเร้าที่เป็นคำภาษาไทยและเสียงดิจิทัลที่ส่งผลต่ออารมณ์ เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของคลื่นไฟฟ้าสมองว่าสมองมีการทำงานอย่างไร และมีเครือข่ายการเชื่อมโยงการทำงานของสมองอย่างไร

REFERENCES

1. Kalat, J.W. *Biological Psychology*. Boston: Copyrighted Material, 2016.
2. Santrock, J.W. *Life-span Development*. 11th ed. New York: McGraw-Hill College, 2008.
3. Buechel, S. & Hahhn, U. EMOBANK: Studying the Impact of Annotation Perspective and Representation Format on Dimensional Emotion Analysis. Conference of the European Chapter of the Association for Computational Linguistics April 3-7, 2017: 578–85.
4. Soares, A.P., Pinheiro, A.P., Costa, P.T. & McCrae, R.R. Affective Auditory Stimuli: Adaptation of the International Affective Digitized Sounds (IADS-2) for European Portuguese. *Behavior Research Methods*, 2013; 45(4): 1168-81.
5. Costa, P.T. & McCrae, R.R. *Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five-factor Inventory (NEO-FF) Professional Manual*. Odessa, Florida: Psychological Assessment Resources, 1992.
6. Sriporngnan, T., Chadcham, S., & Sudhasani, S. Development of the Thai Affective Picture Bank System. *Research Methodology & Cognitive Science*, 2015; 13(2): 57-69. (in Thai)
7. Phusuwan, T., Chadcham, S., & Thepsateephol, S. Development of the Thai Affective Digitized Sounds Bank System. Dissertation of Doctoral Degree of Philosophy. Chonburi: Burapa University, 2017. (in Thai)
8. Ngampom, J., Chadcham, S., & Wongpajach, P. The Affective Norms for Thai Words (Thai-ANW) Bank System. Dissertation of Doctoral Degree of Philosophy. Chonburi: Burapa University, 2017. (in Thai)
9. Somdet Chaopraya Institute of Psychiatry. *Memory Training Program for Dementia with BPSD*. Nonthaburi: Department of Mental Health, Ministry of Public Health, 2013. (in Thai)
10. Lazarus, R. S. Progress on a Cognitive-motivational-relational Theory of Emotion. *American Psychologist*, 1991; 46(8): 819-34.
11. Edmonds, W.A. & Kennedy, T.D. *An Applied Guide to Research Designs: Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods*. California: Sage Publications, 2017.
12. Bradley, M.M. & Lang, P.J. Measuring Emotion: the Self-assessment Manikin and the Semantic Differential. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 1994; 25(1): 49-59.
13. Domes, G., Lischke, A., Berger, C., Grossmann, A., Hauenstein, K., Heinrichs, M., Herpertz, S.C. Effects of Intranasal Oxytocin on Emotional Face Processing in Women. *Psychoneuroendocrinology*, 2010; 35(1): 83-93.

14. Luo, P., Zheng, X., Chen, X., Li, Y., Wang, J. Deng, L., & Zheng, X. Sex Differences in Affective Response to Different Intensity of Emotionally Negative Stimuli: An Event-related Potentials Study. *Neuroscience Letters*, 2016; 578(2): 85-89.
15. Sakaki, M., Niki, K., & Mather, M. Beyond Arousal and Valence: The Importance of the Biological Versus Social Relevance of Emotional Stimuli. *Cognitive Affective and Behavioral Neuroscience*, 2012; 12(1): 115-139.
16. Whittle, S., Yucel, M., Yap, M. B., & Allen, N. B. Sex Differences in the Neural Correlates of Emotion: Evidence from Neuroimaging. *Biological Psychology*, 2011; 87(3): 319-333.
17. Hjelle, L. A. and Ziegler, D. J. *Personality Theories: Basic Assumptions, Research, and Application*. 3rd ed. McGraw-Hill Companies, Inc., 1992.
18. Eysenck, H.J., Arnoid, W., and Meili, R. *Encyclopedia of Psychology*. New York: The Seabury Press, 1970.
19. Lucas, R.E. & Diener, E.D. Understanding Extraverts' Enjoyment of Social Situations: The Importance of Pleasatness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2011; 81(2): 343-56.
20. Tangkittipaporn, J. *Psychology of Personality and Health Behavior*. Bangkok: Publishing of Chulalongkorn University, 2016. (in Thai)
21. Sripan, P. Relation between Big Five Personality and Operational Effectiveness of Retail Credit and Collection Department, Tisco Bank Public Company Limited. *Srinakharinwirot Science Journal*, 2012; 24 (Special Issue) : 118-122. (in Thai)