

ผลของความแตกต่างทางเพศและบุคลิกภาพในผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีต่อข้อความภาษาไทยและเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ

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

เนตรนภา ปรียานุรักษ์ พย.ม. (Netrnapa Preeyanurak M.N.S.)¹

เสรี ชัดแฉ่ม Ph.D. (Seree Chadcham Ph.D.)²

ศราวิน เทพสถิตภรณ์ Ph.D. (Sarawin Thepsatitporn Ph.D.)³

อุทัยพร ไก่แก้ว Ph.D. (Autaipohn Kaikaew Ph.D.)³

Corresponding author E-mail: netrnapa@bcnnv.ac.th

(Received: July 24, 2018; Revised: January 5, 2019;

Accepted: February 14, 2019)

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงทดลองนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบอารมณ์ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่ตอนต้นจำแนกตามเพศและบุคลิกภาพขณะมองข้อความภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ที่กำลังเรียนอยู่ในปีการศึกษา 2560 จำนวน 80 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบประเมินบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบฉบับภาษาไทย โดยใช้กรอบของคอสตาและแมคเคร วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา และสถิติ two - way ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ใหญ่ตอนต้นเพศชายและเพศหญิงมีอารมณ์ด้านความประทับใจขณะมองข้อความภาษาไทยและเสียงดิจิทัลไม่แตกต่างกัน 2) ผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผยกับบุคลิกภาพกลางๆ มีคะแนนเฉลี่ยอารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะพึงพอใจขณะมองข้อความภาษาไทยและเสียงดิจิทัลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$) 3) ผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผยกับบุคลิกภาพกลางๆมีคะแนนเฉลี่ยอารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะไม่พึงพอใจขณะมองข้อความภาษาไทยและเสียงดิจิทัลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

คำสำคัญ: อารมณ์ด้านความประทับใจ, ข้อความภาษาไทย, เสียงดิจิทัล, ผู้ใหญ่ตอนต้น

1 พยาบาลวิชาชีพ (ข้าราชการบำนาญ)

Registered Nurse (Pensioner)

อีเมล: netrnapa@bcnnv.ac.th

E-mail: netrnapa@bcnnv.ac.th

2 รองศาสตราจารย์ วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา

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

3 อาจารย์ วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา

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

ABSTRACT

The purposes of this research was to compare the emotional valence concerning behavior between gender and personality of the participants while looking at Thai texts and listening to digitized sounds. The participants were 80 students from Rajamangala University of Technology in the academic year 2017. The instrument was the activities of looking at Thai texts and listening to digitized sounds which stimulated emotional valence and Self-Assessment Manikin (SAM). The data were analyzed by using descriptive statistics and two-way ANOVA. The research results were as follows: 1) The male young adults had no different score from female. 2) The extravert personality of young adults showed the satisfied emotion more than ambient personality with the statistical significance ($p<.01$) 3) The young adults who has ambient personality showed the unsatisfied emotion more than extravert personality with statistically significance ($p<.01$).

Keywords: Valence emotion, Thai texts, Digitized sound, Young adults

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อารมณ์ (Affective) เป็นกระบวนการที่ทำให้เกิดความตระหนักรู้ มีบทบาทในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยการดึงดูดความสนใจ การควบคุม และการประเมินสถานการณ์ อีกทั้งยังมีบทบาทในการตัดสินใจ การสื่อสารกับผู้อื่น สร้างความท้าทายในการแก้ปัญหา และการทำความเข้าใจความคุ้นเคยกับสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น อารมณ์ประกอบไปด้วยความรู้สึกจากภายใน ความคิดเห็นส่วนบุคคล และความรู้เกี่ยวกับกระบวนการภายในร่างกาย ซึ่งเป็นเรื่องส่วนบุคคล เพราะแต่ละคนมีปฏิกิริยาที่แตกต่างกันในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นต่างๆ ในสภาพแวดล้อมและบรรยากาศเดียวกัน (Kanjor, Al-Husain, & Chamberlain, 2015)

อารมณ์เป็นความรู้สึกที่ประกอบด้วยปฏิกิริยาทางสรีระ การรับรู้และตีความของบุคคล

และพฤติกรรมที่แสดงออก นักวิทยาศาสตร์ที่ศึกษาอารมณ์อธิบายว่าอารมณ์มี 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ การตอบสนองทางสรีระ เช่น การเปลี่ยนแปลงอัตราการเต้นของหัวใจ ความเปลี่ยนแปลงของความดันโลหิต ความรู้สึก เช่น ดีใจ เสียใจ ประหลาดใจ และพฤติกรรมที่แสดงออก เช่น สีหน้าท่าทางหรือการกระทำ หากปราศจากอารมณ์ มนุษย์จะไม่รู้สึกทุกขใจ เสียใจ ผิดหวัง แต่ในขณะเดียวกันก็จะไม่รู้สึกถึงความรักที่ได้รับจากผู้อื่นหรือความรู้สึกรักใคร่ห่วงใยผู้อื่น จะไม่รู้สึกถึงความสุข ความสมหวัง อย่างไรก็ตาม อารมณ์ไม่ได้มีหน้าที่เพียงแต่เติมสีสันให้ชีวิตเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทหน้าที่สำคัญ (Maneesri, 2012) ได้แก่ 1) เตรียมความพร้อมให้ร่างกายมีการตอบสนองเมื่อเกิดความกลัว ตื่นตัวพร้อมจะหลีกเลี่ยงจากสิ่งคุกคามชีวิต 2) ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในอนาคตเนื่องมาจากการเคยมีอารมณ์ที่เกิดขึ้นกับ

ประสบการณ์หนึ่งๆ จะทำให้เราเรียนรู้ว่าในอนาคตเราควรจะทำปฏิกิริยาต่อเหตุการณ์ที่คล้ายคลึงกันอย่างไรจึงจะเหมาะสม เช่น เคยจับแก้วกาแฟที่มีควันกรุ่นๆ จะร้อนมากจนมือแทบพอง ความกลัวจะสอนให้ระมัดระวังในการจับแก้วกาแฟในคราวต่อไป และ 3) ช่วยให้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น เมื่อรับรู้ว่าคุณที่กำลังคุยด้วยมีอารมณ์โกรธ ไม่ควรจะพูดคุยหรือติดต่อสื่อสารให้ยืดเยื้อ เป็นต้น

แนวคิดของ Russell & Mehrabian (1977) จำแนกอารมณ์ออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความประทับใจ (Valence) 2) ด้านการตื่นตัว (Arousal) และ 3) ด้านการมีอิทธิพล (Dominance) มีการศึกษาอารมณ์ด้านความประทับใจคลื่นไฟฟ้าสมองที่สัมพันธ์กับการอ่านคำที่สื่ออารมณ์กับการมองภาพที่เร้าอารมณ์ (Schupp et al., 2004; Schupp, Flaisch, Stockburger & Junghöfer, 2006) และศึกษาคลื่นไฟฟ้าสมองที่สัมพันธ์กับการฟังเสียงที่กระตุ้นอารมณ์ทำให้เข้าใจได้ว่า สื่อต่างๆ เช่น ภาพที่เห็นข้อความที่อ่าน และเสียงที่ทำให้เกิดอารมณ์ประทับใจ มีผลต่อการทำงานของสมอง

อารมณ์ประทับใจเป็นอารมณ์ทางบวกเกี่ยวข้องกับการทำงานของสมองส่วนลิมบิกเป็นสมองที่เกี่ยวข้องกับสัญญาณอารมณ์ (Anders, Lotze, Erb, Grodd & Birbaumer, 2004) ตำแหน่งที่สำคัญของการประมวลผลต่อสิ่งเร้าที่น่าพอใจหรือน่าสนใจอยู่ที่บริเวณ Ventral Striatum and Insula/ Operculum (Takahashi et al., 2008) ซึ่งเป็นสมองส่วนที่รับอารมณ์ที่เด่นชัด การศึกษาคลื่นไฟฟ้าสมอง (EEG) บริเวณสมองส่วนหน้าที่มีต่อความประทับใจที่แตกต่างกันและความรุนแรงทางอารมณ์ดนตรี พบว่า สมองส่วนหน้าข้าง

ซ้ายจะมีปฏิกิริยากับเพลงสนุกและมีความสุข ส่วนสมองส่วนหน้าด้านขวาจะมีปฏิกิริยากับเพลงที่น่ากลัวและเศร้า (Schmidt & Trainor, 2001)

อารมณ์เกิดขึ้นเนื่องมาจากการรับรู้ต่อสิ่งเร้า ซึ่งมีปัจจัยเกี่ยวข้องหลายประการ เพศ และบุคลิกภาพเป็นปัจจัยที่มีผลต่ออารมณ์ Rotter & Rotter (1988) ศึกษาพบว่า เพศหญิงมีความสามารถในการจดจำภาพการแสดงอารมณ์เชิงลบจากทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ได้ดีกว่าเพศชาย ส่วนเพศชายมีความสามารถในการจดจำภาพผู้ชายแสดงอารมณ์โกรธได้ดีกว่าเพศหญิง Schirmer, Kotz & Friederici (2005) ศึกษาความแตกต่างระหว่างเพศต่อความสนใจคำที่เร้าอารมณ์ประทับใจ พบว่า เพศหญิงมีการบูรณาการฉันทลักษณ์ทางอารมณ์ (Emotional Prosody) และคำที่เร้าอารมณ์ประทับใจ ได้เร็วกว่าเพศชาย

บุคลิกภาพ เป็นรูปแบบที่สอดคล้องกับอารมณ์ พฤติกรรม ความคิดและความต้องการอยู่ตลอดเวลาและสถานที่ที่เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่ออารมณ์ คนที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผยจะมีอารมณ์ทางด้านบวก ส่วนคนที่บุคลิกภาพแบบกลางๆ จะมีอารมณ์ทางด้านลบ ซึ่งการศึกษาเกี่ยวกับบุคลิกภาพแบบเปิดเผยและการตอบสนองทางอารมณ์ของ Lucas & Baird (2004) พบว่า บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผยจะมีความสุขมากกว่าบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบกลางๆ ทั้งในอารมณ์เฉยๆ และอารมณ์ทางด้านบวก ผู้ที่ติดสุรา หรือดื่มสุราเป็นเวลานาน แอลกอฮอล์จะทำให้เซลล์สมองมีขนาดเล็กลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่บริเวณเปลือกสมองส่วนหน้า (Prefrontal Cortex) ทำให้มีบุคลิกภาพเปลี่ยนแปลง การคิดการแก้ปัญหา ผิดปกติ ส่งผลให้สภาพอารมณ์แปรปรวนได้ง่าย ซึ่งพบมากขึ้นในเด็กและเยาวชน (Sutthana &

Noosorn, 2018) สำหรับผู้ที่มีบุคลิกภาพ
แปรปรวน (Borderline Personality Disorder:
BPD) ซึ่งเป็นผู้ที่มีความทนต่อความตึงเครียดและ
ความคับข้องใจได้น้อยกว่าคนปกติ และอาการที่
สำคัญคือ ผู้ป่วยจะไม่สามารถควบคุมอารมณ์ได้
(Glenn & Klonsky, 2009) บุคลิกภาพเป็นสาเหตุ
หนึ่งของการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอารมณ์ได้
ในทางกลับกัน ผู้ที่มีอารมณ์ผิดปกติ เช่น อยู่ใน
ภาวะซึมเศร้า จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
ทางด้านพฤติกรรม เช่น ขาดความมั่นใจในตนเอง
ไม่สามารถแสดงความสามารถในการทำกิจกรรม
ทางสังคมได้ (Sisawang & Thongtang, 2016)
โดย การศึกษาของ Costa et al. (1986) พบว่า
บุคลิกภาพโดยส่วนใหญ่ ได้แก่ ความมั่นคงทาง
อารมณ์ (neuroticism) บุคลิกภาพแบบเปิดเผย
(Extraversion) และเปิดรับประสบการณ์
(openness to experience) จะมีความคงที่ในวัย
ผู้ใหญ่

การทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาทำให้
ทราบว่า อารมณ์มีความสำคัญต่อการพัฒนาสิ่ง
ต่างๆ ในปัจจุบัน มีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิต ความ
อยู่รอดของมนุษย์ และมีประโยชน์กับทุกสาขา
วิชาชีพ แต่ไม่พบการศึกษาเกี่ยวกับผลของความ
แตกต่างระหว่างเพศ และบุคลิกภาพ ต่ออารมณ์
ด้านความประทับใจ โดยการเร้าอารมณ์ด้วย
ข้อความภาษาไทยและเสียงดิจิทัล ดังนั้นผู้วิจัยจึง
สนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของความแตกต่างระหว่าง
เพศและบุคลิกภาพที่มีต่อข้อความภาษาไทยและ
เสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจใน
ผู้ใหญ่ตอนต้น โดยนำข้อความที่สื่ออารมณ์
ประทับใจ จากคลังข้อความภาษาไทยบรรทัดฐาน
ที่สื่ออารมณ์ความรู้สึก มาผนวกเข้ากับเสียง
ดิจิทัลที่สื่ออารมณ์ประทับใจ จากระบบคลังเสียง

ดิจิทัลที่ส่งผลทางด้านอารมณ์ความรู้สึกในบริบท
ของสังคมไทย เป็นการเพิ่มสิ่งกระตุ้นต่อการรับรู้
ของสมองจากหนึ่งเป็นสองช่องทางในขณะเดียวกัน
เพื่อศึกษาอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่
ตอนต้นที่ต่างเพศ ต่างบุคลิกภาพ ขณะมอง
ข้อความภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์
ด้านความประทับใจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอารมณ์ด้านความประทับใจใน
ผู้ใหญ่ตอนต้น ในประเด็นดังนี้

1. เปรียบเทียบอารมณ์ด้านความประทับใจ
ของผู้ใหญ่ตอนต้นจำแนกตามเพศ ขณะมอง
ข้อความภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์
ด้านความประทับใจ
2. เปรียบเทียบอารมณ์ด้านความประทับใจ
ของผู้ใหญ่ตอนต้นจำแนกตามบุคลิกภาพ ขณะมอง
ข้อความภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์
ด้านความประทับใจ

สมมติฐานของการวิจัย

1. อารมณ์ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่
ตอนต้นระหว่างเพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกัน
ขณะมองข้อความภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่
เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ
2. อารมณ์ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่
ตอนต้นระหว่างผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผยกับ
แบบกลาง ๆ แตกต่างกัน ขณะมองข้อความ
ภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้าน
ความประทับใจ

กรอบแนวคิดการวิจัย

กลไกการทำงานของสมองเมื่อถูกกระตุ้นด้วยข้อความที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจเมื่อมองข้อความภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัล สัญญาณที่เกิดจากการมองข้อความภาษาไทยที่ผ่านตาและการฟังที่ผ่านหู วิ่งไปสู่ทาลามัส แล้วสัญญาณจะถูกส่งต่อไป Cerebral Cortex ทางหนึ่ง บริเวณรับรู้ความรู้สึก Amygdala ซึ่งอยู่ในระบบลิมบิก (Limbic System) อีกทางหนึ่ง ที่ผิวสมองคอร์เทกซ์จะรับรู้ว่ามีข้อความภาษาไทยและเสียงดิจิทัล ส่วนที่อะมิกดาลาจะรับรู้ว่ามีสิ่งเร้านั้นมีนัยบางอย่างเกี่ยวกับความสบายใจ ชื่นชอบ หรือ เฉยๆ และอาจไม่ชอบ และส่งออกสัญญาณบางอย่างไปยังคอร์เทกซ์ การทำงานที่เกิดขึ้นพร้อมกันของอะมิกดาลาและคอร์เทกซ์ (ที่รับรู้สัญญาณจากอะมิกดาลา) เช่นนี้ จะเกิดเป็นประสบการณ์รับรู้ที่เรียกว่าอารมณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ความพึงพอใจ เฉยๆ หรือไม่พึงพอใจ คอสดาและแมคเคร ได้ร่วมกันพัฒนาแบบทดสอบบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ (Five Factor Model) มาตั้งแต่ ปี ค.ศ. 1992 (Tangkittipaporn, 2016) หรือเรียกย่อๆ ว่า OCEAN-PI ซึ่งแบบทดสอบนี้ใช้อธิบายบุคลิกภาพของมนุษย์ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to Experience: O) บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness: C) บุคลิกภาพแบบเปิดเผย (Extraversion: E) บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness: A) และบุคลิกภาพแบบหวุ่นไหว (Neuroticism: N) ลักษณะบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบถูกนำมาศึกษาซ้ำอย่างต่อเนื่องจนเป็นที่ยอมรับจากนักวิจัยว่าสามารถใช้เป็นเครื่องมือแบ่งหมวดหมู่บุคลิกภาพ

และมียอดประกอบน้อยที่สุด ที่ครอบคลุมขอบเขตการพรรณนาบุคลิกภาพ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์หลายด้าน ผู้วิจัยจึงนำเอาแบบทดสอบบุคลิกภาพของคอสดาและแมคเครมาเป็นเครื่องมือในการคัดกรองบุคลิกภาพ

โดยงานวิจัยนี้ สามารถวัดระดับการตอบสนองทางอารมณ์ด้านประทับใจที่มี 2 ลักษณะ ได้แก่ พึงพอใจ (Pleasure) และไม่พึงพอใจ (Unpleasure) ได้จากคะแนนพฤติกรรมที่ได้การประเมินตนเอง Self-Assessment Manikin (SAM)

วิธีการดำเนินการวิจัย

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

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ที่กำลังเรียนอยู่ในปีการศึกษา 2560

กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ที่กำลังเรียนอยู่ในปีการศึกษา 2560 เพศชายและหญิง อายุระหว่าง 18 - 24 ปี และอาสาสมัครเข้าร่วมการวิจัย งานวิจัยนี้มีตัวอย่างสองกลุ่ม และมีขนาดเท่ากัน กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*power การทดสอบด้วยสถิติ t-test กำหนดขนาดอิทธิพล (Effect size) เท่ากับ .80 ความน่าจะเป็นความคลาดเคลื่อนในการทดสอบประเภทที่หนึ่ง (α) เท่ากับ .05 อำนาจการทดสอบ ($1 - \beta$) เท่ากับ .95 และอัตราส่วนการจัดสรรขนาดตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม (Allocation ratio) เท่ากับ 1 ผลการคำนวณ

ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 35 คน df เท่ากับ 68 จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 70 คน ผู้วิจัยคัดกรองกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนดจำนวน 80 คน โดยเป็นชาย 40 หญิง 40 คน โดยให้อาสาสมัครกรอกแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลและพิจารณาตามเกณฑ์การคัดเข้า (Inclusions Criteria) และเกณฑ์การคัดออก (Exclusions Criteria) เพื่อจัดเข้ากลุ่มบุคลิกภาพแบบเปิดเผยกับแบบกลางๆ กลุ่มละ 20 คน จำแนกตามเพศ

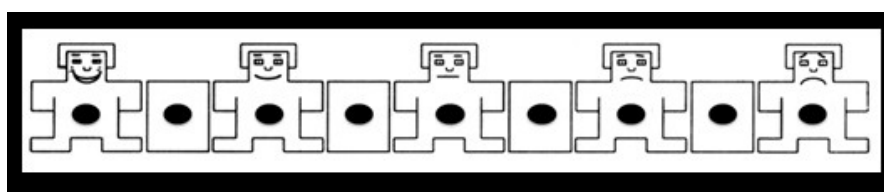
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ประกอบด้วย 1) แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล 2) แบบวัดความถนัดการใช้มือของเอดินเบิร์ก (Edinburgh Handedness Inventory – Shot From) 3) แบบวัดสุขภาพจิตคนไทย แบบสั้น (Version 2007) ของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข 4) ประเมินด้วยแบบประเมินโรคซึมเศร้า 9 ข้อความถาม (9Q) ของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข 5) แบบประเมินบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบฉบับภาษาไทย (The Revised NEO Personality Inventory; NEO-PI-R) โดยใช้

แนวคิดของคอสตา และแมคเคอร์ 6) แบบประเมินสถานะอารมณ์ (Positive and Negative Affect Schedule: PANAS) และ 7) เครื่องมือวัดความดันโลหิตใช้เป็นเครื่องวัดแบบดิจิตอลยี่ห้อ Terumo ใช้วัดความดันโลหิตและชีพจร

เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง

ประกอบด้วย 1) แบบกิจกรรมการทดลองการมองข้อความภาษาไทยและฟังเสียงดิจิตอลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ตอนต้น ประกอบด้วยลักษณะของข้อความภาษาไทยและเสียงดิจิตอลสื่ออารมณ์ด้านความประทับใจ 2 ลักษณะ คือ ฟังพอใจ และไม่ฟังพอใจ 2) มาตรวัดอารมณ์ความรู้สึก Self-Assessment Manikin (SAM) เป็นมาตรวัดสำหรับประเมินอารมณ์ความรู้สึกของตนเองที่เกิดขึ้นเมื่อมองข้อความภาษาไทยและฟังเสียงดิจิตอล ลงบนมาตรวัดอารมณ์ SAM ที่ตรงกับอารมณ์ Self-Assessment Manikin (SAM) ของ Bradley and Lang (1994) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 มาตรวัดอารมณ์ความรู้สึก Self-Assessment Manikin (SAM)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยนำไปใช้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 30 คน การตรวจสอบคุณภาพของกิจกรรมการทดลองการมอง

ข้อความภาษาไทยและฟังเสียงดิจิตอลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ โดยการประเมินความเหมาะสมของกิจกรรม ปรากฏว่ากิจกรรมการทดลองการมองข้อความภาษาไทยและฟังเสียงดิจิตอลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ตอนต้น มีความเหมาะสมสำหรับนำมาใช้ในการ

วิจัยด้วยภาพรวมของกิจกรรมในระดับมากที่สุด (Mean = 4.46, SD = .21) และทดสอบความเชื่อมั่นด้วยวิธีการหาสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Chronbach's alpha coefficient) ของการมองข้อความภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจทั้ง 3 ลักษณะ มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ .87

การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยยึดการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมของการศึกษาวิจัยในมนุษย์ ผ่านการตรวจสอบจริยธรรมในการวิจัยในมนุษย์ หมายเลข 027/2561 โดยคณะกรรมการจริยธรรมของวิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญามหาวิทยาลัยบูรพา ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์และขั้นตอนการวิจัย ให้อาสาสมัครผู้เข้ารับการทดลองได้ทราบรายละเอียดว่าการเข้าร่วมการทดลองเป็นไปด้วยความยินดีและสมัครใจ สามารถปฏิเสธการเข้าร่วมการทดลองได้ตลอดเวลา โดยไม่มีผลกระทบอื่นใดทั้งสิ้น และชี้แจงว่า การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้จากการทดลองเป็นความลับ การนำเสนอข้อมูลจะนำเสนอในภาพรวม เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น

วิธีการรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่

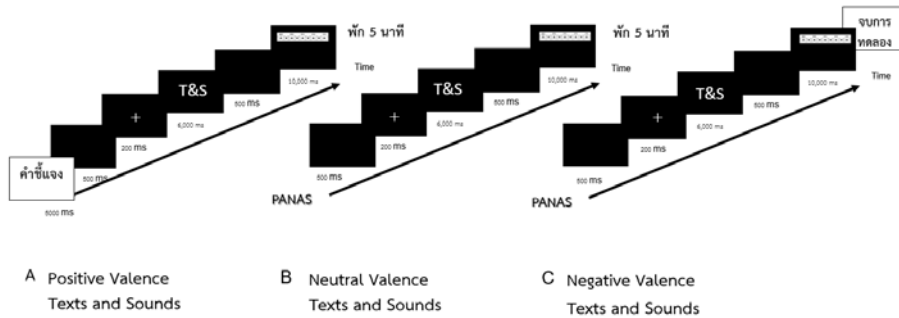
1. ระยะเตรียมการ โดยการประกาศรับนักศึกษาอาสาสมัครเข้าร่วมการทดลอง นัดหมายและดำเนินการประชุมนักศึกษาอาสาสมัครเข้าร่วมการทดลองเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นให้ทำแบบสำรวจบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบฉบับภาษาไทยเพื่อคัดกรองอาสาสมัครและแบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือเพศชายที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย เพศชายที่มีบุคลิกภาพแบบกลางๆ เพศหญิงที่มี

บุคลิกภาพแบบเปิดเผย และเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพแบบกลางๆ กลุ่มละ 20 คน ชี้แจงสิทธิของกลุ่มทดลองให้ทราบ จากนั้นให้กลุ่มทดลองกรอกแบบฟอร์มแสดงความยินยอมเข้าร่วมการวิจัย และตอบแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบคุณสมบัติตามเกณฑ์คัดเลือกเข้าและเกณฑ์คัดออกจากนั้นอธิบายกิจกรรมการทดลองการมองข้อความภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ตอนต้นพร้อมทั้งนัดวัดเวลาในการดำเนินการทดลอง

2. ระยะทดลอง ให้กลุ่มตัวอย่างทำกิจกรรมการทดลองการมองข้อความภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ตอนต้น โดยเริ่มตั้งแต่ปรากฏข้อความภาษาไทยคำชี้แจงบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ใช้เวลา 5,000 มิลลิวินาที หลังจากนั้นให้เตรียมความพร้อมด้วยจอพื้นสีดำ 500 มิลลิวินาที ตามด้วยจอพื้นสีดำที่มีกากบาทสีขาวอยู่ตรงกลางจอภาพ 200 (Lee, Kim, Shim, & Lee, 2017) แล้วให้มองข้อความภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลด้านความพึงพอใจเป็นเวลา 6,000 มิลลิวินาที จากนั้นให้เตรียมความพร้อมในการประเมินด้วยจอพื้นสีดำ 500 มิลลิวินาที และปรากฏมาตรวัดอารมณ์ความรู้สึก (SAM) เป็นเวลา 10,000 มิลลิวินาที เพื่อให้กลุ่มทดลองให้คะแนนข้อความภาษาไทยและเสียงดิจิทัล หลังจากนั้นหน้าจอปรากฏจอพื้นสีดำ 500 มิลลิวินาที ตามด้วยจอพื้นสีดำที่มีกากบาทสีขาวอยู่ตรงกลางจอภาพ 200 มิลลิวินาที และปรากฏแบบนี้เรื่อย ๆ ไปจนครบ 12 ข้อความเสียง จากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างพักการทำกิจกรรมของแต่ละชุดเป็นเวลา 5 นาที โดยประเมินอารมณ์ก่อนการทดลองในชุดต่อไป ด้วยแบบประเมิน PANAS แล้วทำการทดลองต่อโดย

การมองข้อความภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่
เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจที่มีลักษณะเฉยๆ
และไม่พึงพอใจ สุดท้ายหน้าจอคอมพิวเตอร์จะ

ปรากฏคำว่า “จบการทดลอง” เพื่อแสดงการจบ
การทดลอง ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การทดลองการมองข้อความภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลส่วนบุคคล วิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. วิเคราะห์ความแปรปรวนของตัวแปรตาม คือ อารมณ์ด้านความประทับใจ ระหว่างเพศชายและเพศหญิง และบุคลิกภาพแบบเปิดเผยและแบบกลางๆ ด้วยสถิติ 2- way ANOVA

ผลการวิจัย

1. ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก จังหวัดชลบุรี โดยส่วนใหญ่มีอายุ 21 ปี

(ร้อยละ 37.5) นักศึกษาทุกคนมีผลการทดสอบทางสายตาและการได้ยินปกติ ถนัดมือขวา ไม่มีภาวะซึมเศร้า และมีอารมณ์เชิงบวก (ร้อยละ 100) บุคลิกภาพแบบเปิดเผยและแบบกลางๆ เท่ากัน (ร้อยละ 50) ไม่มีโรคประจำตัว ไม่เคยได้รับบาดเจ็บที่สมองหรือผ่าตัดสมอง ไม่เคยรับประทานยาหรือผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (ร้อยละ 100)

2. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้อารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะพึงพอใจระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีบุคลิกภาพต่างกัน พบว่าการรับรู้อารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะพึงพอใจ พบว่า มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ($p < .01$) ดังตารางที่ 1 และตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอารมณ์ด้านความประทับใจ

ลักษณะอารมณ์	เพศชาย				เพศหญิง			
	บุคลิกภาพเปิดเผย (n=20)		บุคลิกภาพกลางๆ (n=20)		บุคลิกภาพเปิดเผย (n=20)		บุคลิกภาพกลางๆ (n=20)	
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD
พึงพอใจ	8.03	.35	6.48	.54	8.16	.29	6.89	.48
ไม่พึงพอใจ	2.91	.36	4.45	.33	2.55	.29	4.71	.41

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความแปรปรวน 2 ทาง (Two-Way ANOVA) ระหว่างเพศ กับบุคลิกภาพที่มีต่อการรับรู้อารมณ์ด้านความประทับใจ
ลักษณะพึงพอใจ

Test of Between-Subject Effects					
	SS	df	MS	F	p
เพศ	1.63	1	1.63	2.14	.15
บุคลิกภาพ	49.22	1	49.22	64.63**	<.01
เพศ* บุคลิกภาพ	.35	1	.35	.45	.50

3. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้
อารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะไม่พึงพอใจ
ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีบุคลิกภาพต่างกัน พบว่า
การรับรู้อารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะไม่พึง
พอใจ พบว่า มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ
ทางสถิติ .01 ($p < .01$) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความแปรปรวน 2 ทาง (Two-Way ANOVA) ระหว่างเพศ กับบุคลิกภาพที่มีต่อการรับรู้อารมณ์ด้านความประทับใจ
ลักษณะไม่พึงพอใจ

Test of Between-Subject Effects					
	SS	df	MS	F	p
เพศ	.59	1	.59	.04	.85
บุคลิกภาพ	68.76	1	68.76	41.61**	<.01
เพศ* บุคลิกภาพ	1.90	1	1.90	1.15	.29

อภิปรายผล

1. อารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่
ตอนต้นระหว่างเพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกัน
ขณะมองข้อความภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เรา
อารมณ์ด้านความประทับใจ อย่างไม่มีนัยสำคัญ
ทางสถิติ เนื่องจากผู้ชายและผู้หญิงในบริบทของ
สังคมไทยปัจจุบัน ได้ปรับบทบาทหน้าที่ให้
เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ
รวมถึงการเมือง กลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงอายุ
เดียวกันได้แก่ วัยผู้ใหญ่ตอนต้น ซึ่งอายุที่ใกล้เคียง
กัน และการอยู่ในสังคมของนักศึกษามหาวิทยาลัย
เดียวกัน จะอยู่สภาพแวดล้อมที่ไม่แตกต่างกันมาก
จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้การตอบสนองต่อสิ่งเร้า
อารมณ์ด้านความประทับใจไม่แตกต่างกัน
ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาเกี่ยวกับความ

แตกต่างของเพศชายและเพศหญิงต่อการรับรู้ภาพ
ใบหน้าการแสดงอารมณ์ พบว่า ชายและเพศหญิง
รับรู้สิ่งกระตุ้นอารมณ์ระดับสูงได้ไม่แตกต่างกัน

2. กลุ่มตัวอย่างที่มีบุคลิกภาพแบบ
เปิดเผย และแบบกลาง ๆ มีการรับรู้อารมณ์ด้าน
ความประทับใจลักษณะพึงพอใจ และไม่พึงพอใจ
แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01
สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อ 2 ที่ว่าอารมณ์
ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่ตอนต้นระหว่างผู้ที่มี
บุคลิกภาพแบบเปิดเผยกับแบบกลางๆ แตกต่างกัน
ขณะมองข้อความและเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์
ด้านความประทับใจ ซึ่งอธิบายได้ว่า บุคคลที่มี
บุคลิกภาพแบบเปิดเผย มักไม่ปิดกั้นตนเอง เลือกที่
จะเข้าสังคม ต้องการอำนาจและสถานภาพใน
สังคม ซึ่งต่างจากบุคลิกภาพแบบกลางๆ จะมี

บุคลิกภาพไม่ชัดเจน จะต้องการการยอมรับ ความ
เจียบสงบ ต้องการคำสั่ง และความปลอดภัย
(Olson & Weber, 2004) ดังนั้น ความพึงพอใจ
และไม่พึงพอใจต่อข้อความภาษาไทยและเสียง
ดิจิทัลจึงมีความแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า
ผู้ใหญ่ตอนต้นมีอารมณ์ประทับใจขณะมอง
ข้อความภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์
ด้านความประทับใจ แตกต่างกันระหว่าง
บุคลิกภาพเปิดเผยกับแบบกลาง ๆ ดังนั้นการ
ประชาสัมพันธ์จึงสามารถนำโปรแกรมการมอง
ข้อความภาษาไทยและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์
ด้านความประทับใจไปใช้ในการสื่อสารที่ต้องการ
เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจได้ในการโฆษณา
การสื่อสารประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะด้าน
สุขภาพ เป็นต้น

2. แพทย์ พยาบาล และนักจิตวิทยา สามารถ
นำกิจกรรมการทดลองการมองข้อความภาษาไทย

และฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ
ในผู้ใหญ่ตอนต้น ไปเป็นทางเลือกในการบำบัด
บุคคลที่มีปัญหาทางด้านจิตใจ เช่น ผู้ลี้ภัย หรือ
คนที่มีความเครียด ความเพื่อช่วยให้คนเหล่านั้นมี
กำลังใจดำเนินชีวิตได้อย่างปกติ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความ
แตกต่างระหว่างอายุ เศรษฐกิจ ฐานะ ของเพศชาย
และเพศหญิงที่มีต่อข้อความภาษาไทยและเสียง
ดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ เพื่อยืนยัน
ถึงความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลให้เกิด
อารมณ์ด้านความประทับใจในลักษณะต่าง ๆ

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความ
แตกต่างก่อนและหลังการมองข้อความภาษาไทย
และฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ
ในลักษณะต่าง ๆ เพื่อยืนยันผลของโปรแกรม
คอมพิวเตอร์การมองข้อความภาษาไทยและฟัง
เสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ

References

- Anders, S., Lotze, M., Erb, M., Grodd, W., & Birbaumer, N. (2004). Brain activity underlying emotional valence and arousal: A response related fMRI study. *Human Brain Mapping, 23*(4), 200-209.
- Cuthbert, B. N., Schupp, H. T., Bradley, M. M., Birbaumer, N., & Lang, P. J. (2000). Brainpotentials in affective picture processing: covariation with autonomic arousal and affective report. *Biological Psychology, 52*(2), 95-111.
- Glenn, C. R., & Klonsky, E. D. (2009). Emotion dysregulation as a core feature of borderline personality disorder. *Journal of Personality Disorders, 23*(1), 20-28.

- Kanjo, E., Al-Husain, L., & Chamberlain, A. (2015). Emotions in context: Examining pervasive affective sensing systems, applications, and analyses. *Personal and Ubiquitous Computing*, 19(7), 1197-1212.
- Kring, A. M., & Gordon, A. H. (1998). Sex differences in emotion: expression, experience, and physiology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(3), 686-703.
- Lee, S. H., Kim, E. Y., Kim, S., & Bae, S. M. (2010). Event-related potential patterns and gender effects underlying facial affect processing in schizophrenia patients. *Neuroscience Research*, 67(2), 172-180.
- Lucas, R. E., & Baird, B. M. (2004). Extraversion and Emotional reactivity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86(3), 473-485.
- Maneesri, K. (2512). *General Psychology*. (2nd ed). Bangkok: Choraka printing. (in Thai)
- Olofsson, J. K., Nordin, S., Sequeira, H., & Polich, J. (2008). Affective picture processing: An integrative review of ERP findings. *Biological Psychology*, 77(3), 247-265.
- Olson, K. R., & Weber, D. A. (2004). Relations between big five traits and fundamental motives. *Psychological Reports*, 95(3), 795-802.
- Rotter, N. G., & Rotter, G. S. (1988). Sex differences in the encoding and decoding of negative facial emotions. *Journal of Nonverbal Behavior*, 12(2), 139-148.
- Schirmer, A., Kotz, S. A., & Friederici, A. D. (2005). On the role of attention for the processing of emotions in speech: Sex differences revisited. *Cognitive Brain Research*, 24(3), 442-452.
- Schupp, H. T., Flaisch, T., Stockburger, J., & Junghöfer, M. (2006). Emotion and attention: Event-related brain potential studies. *Progress in brain research*, No. 156, 31-51. doi:org/10.1016/S0079-6123(06)56002-9
- Sisawang, J., & Tongtang, P. (2016). Depression after cardiovascular disease in elderly patients, *Boromarajonani College of Nursing Uttaradit Journal*, 8(2), 73-85. (in Thai)
- Sutthana, P. & Noosorn, N. (2018). Online alcohol advertising: A predisposed factor for underage beginning drinkers, *Boromarajonani College of Nursing Uttaradit Journal*, 10(2), 248-259. (in Thai)
- Takahashi, H., Matsuura, M., Koeda, M., Yahata, N., Suhara, T., Kato, M., & Okubo, Y. (2008). Brain activations during judgments of positive self-conscious emotion and positive basic emotion: pride and joy. *Cerebral Cortex*, 18(4), 898-903.
- Tanglittipaporn, J. (2014). *Psychology*. (2nd ed). Bangkok: Chulalongkorn University Publishers. (in Thai)