

ผลของคำภาษาไทยที่มีอิทธิพลต่อการเร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล
ในวัยผู้ใหญ่ตอนต้น*

THE EFFECT OF THAI WORDS THAT AN INFLUENCE ON DOMINANCE
EMOTION IN YOUNG ADULTS

ศลาภนันท์ หงษ์สวัสดิ์

Salakanan Hongswat

เสรี ชัดแฉ่ม

Seree Chadcham

ภัทราวดี มากมี

Pattrawadee

พีร วงศ์อุปราช

Peera Wongupparaj

มหาวิทยาลัยบูรพา

Burapha University, Thailand

E-mail: salakananh@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อ
1) ออกแบบกิจกรรมการทดลองมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่
ตอนต้น 2) เปรียบเทียบอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้นในเชิงพฤติกรรมขณะมองคำ
ภาษาไทย กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา กำลังศึกษาในปีการศึกษา 2560 เพศ
ชาย 40 คน และเพศหญิง 40 คน บุคลิกภาพเปิดเผยและบุคลิกภาพกลาง ๆ อายุระหว่าง 20 -
25 ปี และอาสาสมัครเข้าร่วมการวิจัย สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความแปรปรวนของพฤติกรรมกรับรู้อารมณ์ ด้านการมี
อิทธิพลระหว่างเพศชายกับเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผยและบุคลิกภาพแบบกลาง ๆ
ด้วยสถิติ two-way ANOVA

* Received 26 March 2019; Revised 28 April 2019; Accepted 28 April 2019.



ผลการวิจัยพบว่า

มีปฏิสัมพันธ์ร่วมระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ขณะมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ ลักษณะกลัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F[1,76]=5.124, p<.05$) ไม่พบความแตกต่างระหว่างเพศและบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพล

คำสำคัญ: คำภาษาไทย, อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล, วัยผู้ใหญ่ตอนต้น

Abstract

The purpose of this experimental research was to design experimental activities of looking at Thai words which stimulated Dominance emotions in young adults. The participants were eighty students who were 40 males and 40 females from Burapha University in the academic year 2017, aged between 20 and 22 years. There are extravert and ambivert personality groups. The data were analyzed by using basic statistics, percentage, mean and standard deviation. Dominance emotional perception behavior between males and females who were extravert and ambivert personality was analyzed by two-way ANOVA.

The results showed that;

There was relation between gender and personality while looking at Thai words that stimulated by uncontrol emotion was significant different ($p<.05$). There were no difference between gender and personality of dominance emotion.

Keywords: Thai Words, Dominance Emotional, Young Adults

บทนำ

อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล (Dominance) เป็นระดับความรู้สึกของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ แรงจูงใจ และการรับรู้ตนเองในการควบคุมสิ่งต่าง ๆ ในทางจิตวิทยาอารมณ์อารมณ์ด้านการมีอิทธิพลเป็นปัจจัยหนึ่งที่ใช้ในการประเมินอารมณ์ของบุคคล ในทฤษฎี



Pleasant Arousal Domiance (PAD) แกนด้าน การมีอิทธิพล-การยอมจำนน เป็นความรู้สึกของการควบคุมและมีผลกระทบต่อสิ่งรอบตัว เปรียบเทียบกับความรู้สึกที่ถูกควบคุมและได้รับผลกระทบจากสิ่งใดสิ่งหนึ่งรอบ ๆ ตัว (Watanabe, N., & Yamamoto, M. , 2015)

อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล มีความเกี่ยวข้องกับอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่มีต่ออารมณ์ของบุคคล เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ บุคคลรอบข้าง เหตุการณ์ หรือวัตถุ เป็นต้น ที่ส่งผลต่อความสามารถในการควบคุม มีอำนาจเหนือสถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อม และเกิดอารมณ์กลัวหรือไม่กลัว โดยอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลเกิดขึ้นจากการได้รับสิ่งเร้าที่กระตุ้นผ่านระบบประสาทสัมผัสทางการมองเห็นหรือการได้ยิน เกิดกระบวนการรับรู้และการตีความหมาย ทำให้เกิดการตอบสนองทางอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล โดยส่งผลต่อความสามารถในการควบคุมสถานการณ์ หรือมีอำนาจเหนือสถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อมนั้น ตอบสนองเป็น 3 ลักษณะ คือ 1) ลักษณะกลัว (Uncontrol) ได้แก่ การมีอำนาจที่น้อยกว่า ไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ ไม่กล้า เกรงกลัว กลัว ตื่นตระหนก เสียขวัญ ตกใจ หวาด ขยาด 2) ลักษณะเฉย ๆ (Neutral) และ 3) ลักษณะไม่กลัว (Control) ได้แก่ การมีอำนาจเหนือกว่า สามารถควบคุมสถานการณ์ได้ สั่งการหรือจัดการได้ กล้าเข้าใกล้ กล้าจับต้อง สัมผัสได้

กระบวนการเกิดอารมณ์เกี่ยวข้องกับการทำงานของสมอง 2 ส่วน คือ ระบบลิมบิก (Limbic System) และกลีบสมองส่วนหน้า (Prefrontal Cortex) ระบบลิมบิกทำหน้าที่ในการควบคุมการทำงานของระบบประสาทส่วนกลางและสมองส่วนอมิกดาลา (Amygdala) ในการตอบสนองต่อสิ่งเร้า โดยสมองส่วนอมิกดาลา และไฮโปทาลามัส (Hypothalamus) ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการแสดงออกทางอารมณ์ สมองส่วนซิงกูเลท คอร์เท็กซ์ (Cingulate Cortex) ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึก จากการศึกษาสรุปผลงานวิจัยหลายฉบับ (Whittle, S., Yap, M. B., Sheeber, L., Dudgeon, P., Yücel, M., Pantelis, C., Simmons, J. G., Allen, N. B., 2011) ได้ศึกษาความแตกต่างระหว่างเพศกับระบบประสาทด้านอารมณ์พบว่า สมองส่วนลิมบิก ได้แก่ อมิกดาลา แอนทีเรียร์ ซิงกูเลท คอร์เท็กซ์ (Anterior Cingulate Cortex) และทาลามัส (Thalamus) ของเพศหญิงทำงานมากกว่าเพศชาย ในขณะที่กลีบสมองส่วนหน้าและกลีบสมองด้านข้าง (Parietal Cortex) ของเพศชายทำงานมากกว่าเพศหญิง การที่เพศหญิงและเพศชายรับรู้อารมณ์แตกต่างกัน อาจมาจากการประมวลผลอารมณ์ในระดับที่



ต่างกัน ซึ่งการรับรู้อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล เป็นการเข้ารหัสในพื้นที่สมองที่หลากหลาย โดยเฉพาะในระดับคอร์ติคอล (Corticol) และ ซับคอร์ติคอล (Subcortical) (Watanabe, N., & Yamamoto, M. , 2015)

การศึกษาด้านอารมณ์ความรู้สึกในเชิงวิทยาศาสตร์ ให้ความสนใจศึกษาสิ่งเร้าที่กระตุ้นผ่านระบบประสาทสัมผัสทั้ง 5 ส่งผลให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนองทางสมอง และพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ศึกษาด้านอารมณ์ความรู้สึก โดยสถาบันแห่งชาติของศูนย์สุขภาพจิต อารมณ์ และความใส่ใจ มหาวิทยาลัยฟลอริดา ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้เป็นสิ่งเร้าเพื่อกระตุ้นให้เกิดอารมณ์ความรู้สึก 4 ประเภท 1) สิ่งเร้าที่เป็นภาพ ได้แก่ ระบบคลังรูปภาพที่สื่อความหมายทางด้านอารมณ์ความรู้สึกนานาชาติ (International Affective Picture System: IAPS) 2) สิ่งเร้าที่เป็นเสียง ได้แก่ ระบบคลังเสียงดิจิทัลที่สื่อความหมายทางด้านอารมณ์ความรู้สึกนานาชาติ (International Affective Digital Sounds: IADS) 3) สิ่งเร้าที่เป็นประโยค ได้แก่ ระบบคลังประโยคภาษาอังกฤษที่สื่ออารมณ์ความรู้สึก (Affective Norms for English Text: ANET) และ 4) สิ่งเร้าที่เป็นคำ ได้แก่ ระบบคลังคำภาษาอังกฤษที่สื่อความหมายทางด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective Norms for English Words: ANEW) และจัดทำเป็นบรรทัดฐานในการศึกษาด้านอารมณ์ รวมถึงพัฒนาสื่อกลาง (Media Core) เพื่อจำแนกประเภท (Catalogs) การประเมิน (Evaluates) และประเภทสิ่งเร้าต่าง ๆ ทำให้นำไปใช้ศึกษาด้านอารมณ์ในระดับสากล

คำที่สื่อความหมายด้านอารมณ์มีนักวิจัยทำการศึกษาหลากหลายภาษา เริ่มตั้งแต่ Bradley and Lang ได้ศึกษาคำศัพท์ภาษาอังกฤษที่ส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึก เพื่อพัฒนาการประเมินอารมณ์ความรู้สึก และจัดทำเป็นบรรทัดฐานในการศึกษาด้านอารมณ์ คำที่ใช้ประเมิน (Bradley, M. M., & Lang, P. J., 1999) ได้แก่ คำนาม คำกริยา และคำคุณศัพท์ ประเมินอารมณ์ความรู้สึก 3 ด้าน คือ ด้านความประทับใจ (Valence) ด้านการตื่นตัว (Arousal) และด้านการมีอิทธิพล (Dominance) ต่อมามีการศึกษาในภาษาต่าง ๆ ได้แก่ ภาษาสเปน ภาษาดัตช์ ภาษาอิตาลี ภาษาเยอรมัน ภาษาโปรตุเกส ภาษาฝรั่งเศส ภาษาฟินแลนด์ ภาษาจีน (Redondo, J., Fraga, I., Padrón, I., & Comesaña, M., 2007) (Soares, A. P., Comesaña, M., Pinheiro, A. P., Simões, A., & Frade, C. S., 2012) (Schmidtke, D. S., Schroder, T., Jacobs, A. M., & Conrad, M., 2014) (Stadthagen-Gonzalez, H., Imbault, C.,



Sánchez, M. A. P., & Brysbaert, M., 2017) และพบว่า คำที่สื่ออารมณ์มีผลต่อกระบวนการทำงานในสมองของมนุษย์ สำหรับประเทศไทยได้พัฒนาระบบคลังคำภาษาไทยบรรทัดฐานด้านอารมณ์ความรู้สึก (Ngamprom, Chadcham, & Wongupparaj., 2560) ด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ที่น่าเชื่อถือ เพื่อใช้เป็นบรรทัดฐานในการศึกษาด้านอารมณ์ในประเทศไทย

การมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล เป็นการรับรู้สิ่งเร้าที่กระตุ้นผ่านประสาทสัมผัสทางการมองเห็น โดยสมองกลีบท้ายทอย (Occipital Lobe) ซึ่งทำหน้าที่เกี่ยวกับการมองเห็น รับสัญญาณจากลานสายตา (Visual Field) เข้าสู่ระบบประสาทการมองเห็น (Visual System) และส่งข้อมูลออกมาในรูปสัญญาณประสาท ผ่านวงจรสัญญาณประสาท 2 เส้นทาง คือ วงจรสัญญาณด้านบน (Dorsal Stream) และวงจรสัญญาณด้านล่าง (Ventral Stream) ทำหน้าที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุ ได้แก่ รูปร่าง ตำแหน่ง ทิศทาง การเคลื่อนไหว ระยะห่างระหว่างวัตถุ และการเชื่อมโยงความหมาย (Mochizuki, A. A., & Kirino, E., 2008) จากนั้นส่งสัญญาณประสาทไปสมองส่วนทาลามัส (Thalamus) คอร์ปัสคัลโลซัม (Corpus Callosum) และสมองส่วนหน้า (Frontal Lobe) เพื่อคิดวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลเพื่อแสดงอารมณ์และพฤติกรรม (Mendoza-Halliday, D., Torres, S., & Martinez-Trujillo, J. C., 2014) จากนั้นส่งสัญญาณไปที่ระบบลิมบิก และฮิปโปแคมปัส เพื่อตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับเป็นข้อมูลเดิมหรือข้อมูลใหม่ แล้วส่งสัญญาณไปที่สมองส่วนออร์บิโตฟรอนทัล คอร์เท็กซ์ (Orbitofrontal Cortex) เพื่อประมวลผลข้อมูล และสั่งการให้ตอบสนองทางอารมณ์ต่อไป

เพศ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้และการแสดงออกทางอารมณ์ เพศชายและเพศหญิงรับรู้อารมณ์แตกต่างกัน โดยทั่วไปเพศชายแสดงอารมณ์ออกทางพฤติกรรม เช่น พฤติกรรมก้าวร้าว มากกว่าเพศหญิง ในขณะที่เพศหญิงแสดงอารมณ์ออกมาทางสีหน้าและคำพูดมากกว่าเพศชาย และเพศชายรับรู้อารมณ์ที่เกิดจากสิ่งเร้าทางภาษาได้ช้ากว่าเพศหญิง ทำให้เพศชายมีอารมณ์อ่อนไหวได้ยากกว่าเพศหญิง เพศชายจึงตอบสนองต่ออารมณ์เชิงลบได้น้อยกว่าเพศหญิง และเพศชายรับรู้อารมณ์ต่อรูปภาพน่ากลัวได้น้อยกว่าเพศหญิง ในขณะที่เพศชายรับรู้อารมณ์ด้านความประทับใจต่อรูปภาพที่สื่ออารมณ์ทางเพศ (Erotic) ได้ดีกว่าเพศหญิง (Chivers, M. L., Seto, M. C., Lalumière, M. L., Laan, E., & Grimbos, T., 2010) และไม่



พบความแตกต่างทางเพศในการรับรู้รูปภาพที่สื่ออารมณ์ด้านความประทับใจและด้านการตื่นตัว (Domes, G., Schulze, L., Böttger, M., et al., 2010)

ความแตกต่างทางบุคลิกภาพส่งผลต่อการแสดงออกทางอารมณ์ที่ต่างกัน บุคลิกภาพเป็นลักษณะทางกายของบุคคลโดยรวม ที่สะท้อนความรู้สึก ความคิด อุปนิสัยประจำตัวในการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลหรือสิ่งแวดล้อม งานวิจัยนี้สนใจศึกษาบุคลิกภาพ 2 ลักษณะ คือ บุคลิกภาพเปิดเผย (Extrovert) และบุคลิกภาพกลาง ๆ (Ambivert) โดยบุคลิกภาพเปิดเผยเป็นลักษณะของบุคคลที่ให้ความสนใจสิ่งแวดล้อมภายนอกหรือสิ่งต่าง ๆ รอบตัว นิยมรื่นเริง สนุกสนาน ชอบออกสังคม เข้ากับคนอื่นได้ง่าย ในขณะที่บุคลิกภาพกลาง ๆ มีลักษณะบุคลิกภาพที่ก้ำกึ่งระหว่างบุคลิกภาพเก็บตัว (Introvert) และบุคลิกภาพเปิดเผย และสามารถเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพได้ มีนิสัยเรียบง่าย สามารถอยู่คนเดียวได้อย่างมีความสุข เข้ากับคนทั่วไปได้ นอกจากนี้อารมณ์และประสบการณ์ทางอารมณ์มีความสอดคล้องกับนิสัยของบุคคล ทำให้บุคคลที่มีบุคลิกภาพต่างกัน มีลักษณะนิสัยต่างกัน

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านเพศ และบุคลิกภาพมีความสัมพันธ์กับการรับรู้อารมณ์ด้านความประทับใจและการตื่นตัว การศึกษาที่ผ่านมาส่วนใหญ่ศึกษาอารมณ์ด้านความประทับใจและการตื่นตัวจากระบบคลังคำศัพท์ในภาษาอังกฤษ ภาษาดัตช์ ภาษาสเปน ภาษาเยอรมัน และ ภาษาจีน ไม่พบงานวิจัยที่นำคำภาษาไทยเพื่อใช้ในการศึกษาอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในเชิงพฤติกรรม และโดยทั่วไปในชีวิตประจำวัน คำถูกใช้ เป็นสิ่งเร้าที่สื่ออารมณ์ ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณาและการตลาด ที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดอารมณ์และแสดงออกทางอารมณ์ในทางที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล โดยศึกษาปัจจัยด้านเพศ และบุคลิกภาพในเชิงพฤติกรรม โดยใช้คำภาษาไทยจากระบบคลังคำภาษาไทยบรรทัดฐานด้านอารมณ์ความรู้สึก (Ngamprom, Chadcham, & Wongupparaj., 2560) เป็นตัวกระตุ้นอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล เพื่อให้เหมาะสมกับการศึกษาทางวิทยาศาสตร์อารมณ์ในบริบทของคนไทย



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น ในประเด็นดังนี้

1. เพื่อออกแบบกิจกรรมการทดลองการมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น
2. เพื่อศึกษาอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น ในประเด็นดังนี้
 - 2.1 เปรียบเทียบอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้นจำแนกตามเพศ ขณะมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล
 - 2.2 เปรียบเทียบอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้นจำแนกตามบุคลิกภาพ ขณะมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล
 - 2.3 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น ขณะมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล

สมมติฐานของการวิจัย

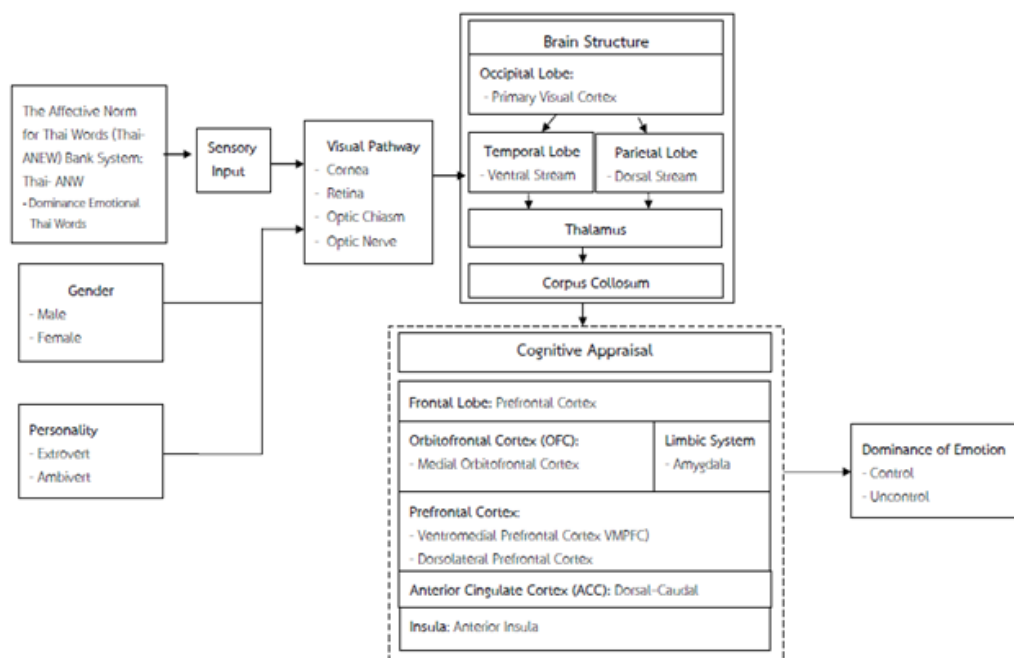
1. อารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้นระหว่างเพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกัน ขณะมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล
2. อารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้นระหว่างผู้ที่มีบุคลิกภาพเปิดเผยกับบุคลิกภาพกลาง ๆ แตกต่างกัน ขณะมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล
3. มีปฏิสัมพันธ์ร่วมระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น ขณะมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล

กรอบแนวคิดการวิจัย

กลไกการทำงานของสมองเกิดขึ้นหลังจากได้รับข้อมูลสิ่งเร้าผ่านประสาทรับสัมผัสทางการมองเห็น โดยเกิดกระบวนการรับรู้ การตีความหมาย และการตอบสนองทางอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล โดยหลังจากกลุ่มตัวอย่างได้รับสิ่งเร้าที่เป็นคำภาษาไทย ข้อมูลที่ได้รับถูกนำเข้าสู่วิถีประสาทการมองเห็น (Visual Pathway) เริ่มจากกระจกตา (Cornea) รับภาพสะท้อนจากคำภาษาไทยเข้าสู่จอประสาทตา (Retina) จากนั้นส่งสัญญาณประสาทไปยังจุดประสานเส้นประสาท (Optic Chiasm) ผ่านเส้นประสาทตา (Optic Nerve) ไปที่สมองส่วนหลัง (Occipital Lobe) บริเวณ Primary Visual Cortex โดยข้อมูลจากสมองส่วนหลังส่ง



สัญญาณ 2 เส้นทาง 1) วงจรสัญญาณด้านล่าง (Ventral Stream) ส่งสัญญาณไปที่สมองส่วน Temporal Lobe ซึ่งมีหน้าที่ตรวจสอบ ระบุรูปแบบคำ รูปแบบตัวอักษร และระบุคำที่เห็นว่าเป็นอะไร (What) /อย่างไร (What Pathway) 2) วงจรสัญญาณด้านบน (Dorsal Stream) ส่งสัญญาณไปที่สมองส่วน Parietal Lobe เพื่อทำหน้าที่เชื่อมโยงความหมาย (How Pathway) จากนั้นส่งสัญญาณประสาทไปสมองส่วน Thalamus เพื่อรับรู้ข้อมูลจากการมองคำภาษาไทย และส่งสัญญาณประสาทไปสมองส่วน Corpus Callosum จากนั้นส่งสัญญาณที่สมองส่วน Frontal Lobe บริเวณ Prefrontal Cortex เพื่อคิดวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล (Kravitz, D. J., Saleem, K. S., Baker, C. I., Ungerleider, L. G., & Mishkin, M., 2013)(Mendoza-Halliday, D., Torres, S., & Martinez-Trujillo, J. C., 2014) จากนั้นส่งข้อมูลไปที่สมองส่วน Hippocampus ที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับความจำระยะยาว เพื่อทบทวนข้อมูลที่ได้รับว่าเป็นข้อมูลที่เคยได้รับมาก่อนหรือเป็นข้อมูลใหม่ และส่งสัญญาณกลับไปสมองส่วน Limbic System บริเวณ Amygdala ที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับความทรงจำที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึก และการแสดงสีหน้าที่เกี่ยวกับความกลัว ส่งสัญญาณไปที่สมองส่วน Orbitofrontal Cortex (OFC) ตำแหน่ง Medial Orbitofrontal Cortex สมองส่วน Prefrontal Cortex ตำแหน่ง Ventromedial Prefrontal Cortex (VMPFC) (Etkin, A., Egner, T., & Kalisch, R., 2011) สมองส่วน Dorsolateral Prefrontal Cortex เพื่อคิดวิเคราะห์ และประมวลผลเพื่อแสดงอารมณ์และพฤติกรรม (Hare, T. A., Camerer, C. F., & Rangel, A., 2009) ส่งสัญญาณไปที่สมองส่วน Cingulate Cortex ตำแหน่ง Anterior Cingulate Cortex (ACC) (Kryklywy, J. H., Nantes, S., & Mitchell, D. G. V., 2013) บริเวณ Dorsal-Caudal (Etkin, A., Egner, T., & Kalisch, R., 2011) และสมองส่วน Insula บริเวณ Anterior Insula (Kurth, F., Zilles, K., Fox, P. T., Laird, A. R., & Eickhoff, S. B., 2010) เพื่อประมวลผลและประเมินอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการมองคำภาษาไทย ทำให้เกิดการตอบสนองอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลทางพฤติกรรม 2 ลักษณะ คือ ลักษณะกลัว (Uncontrol) และไม่กลัว (Control) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) ใช้แบบแผนการทดลองแบบ 2X2 Factorial Posttest Design (Between Subjects) (Edmond, W. A. & Kennedy, T. D., 2017) ดำเนินการวิจัยเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การพัฒนากิจกรรมการทดลองมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น

ระยะที่ 2 การศึกษาผลการใช้กิจกรรมการทดลองมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร เป็นนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2560 ที่มีอายุระหว่าง 20-25 ปี มีสุขภาพดีและ อาสาสมัครเข้าร่วมการทดลอง กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*power การทดสอบด้วยสถิติ t-test กำหนดขนาดอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.80 ความน่าจะเป็นความคลาดเคลื่อนในการทดสอบประเภทที่หนึ่ง (α) เท่ากับ .05 อำนาจการทดสอบ ($1-\beta$)



เท่ากับ .95 และอัตราส่วนการจัดสรรขนาดตัวอย่าง ทั้งสองกลุ่ม (Allocation Ratio) เท่ากับ 1 (Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A. G., & Buchner, A., 2007) ผลการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 35 คน df เท่ากับ 68 จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 70 คน ผู้วิจัยคัดกรองกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนดจำนวน 80 คน แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ๆ ละ 20 คน ได้แก่ เพศชายที่มีบุคลิกภาพเปิดเผย เพศชายที่มีบุคลิกภาพกลาง ๆ เพศหญิงที่มีบุคลิกภาพเปิดเผย และเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพกลาง ๆ สุ่มเข้ากลุ่มทดลองทั้ง 4 กลุ่มโดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Assignment) ด้วยวิธีจับฉลากแบบไม่คืนที่ กลุ่มละ 20 คน

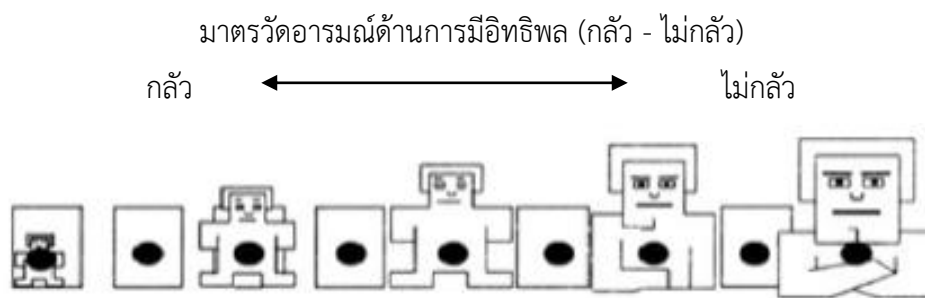
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล 2) แบบคัดกรองภาวะซึมเศร้า 9 ข้อ (9Q) ของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข 3) แบบสำรวจความถนัดในการใช้มือของเอดินเบอร์ก ฉบับสั้น (Edinburgh Handedness Inventory Shot From) 4) แบบสัมภาษณ์ดัชนีชี้วัดสุขภาพจิตคนไทยฉบับสั้น ของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข 5) แบบสำรวจบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบฉบับภาษาไทย (The Revised NEO Personality Inventory; NEO-PI-R) ใช้แนวคิดของคอสตา และแมคเคอร์ 6) วัดความคมชัดของสายตาด้วย Freiburg Vision Test และ 7) แบบประเมินตารางอารมณ์ความรู้สึกเชิงบวกและเชิงลบ (Positive and Negative Affect Schedule: PANAS)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง

3.1 กิจกรรมการทดลองมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น ประกอบด้วยคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล 2 ลักษณะ คือ ลักษณะกลัว 30 คำ และลักษณะไม่กลัว 30 คำ รวมทั้งสิ้น 60 คำ

3.2 มาตรวัดอารมณ์ความรู้สึก Self-Assessment Manikin (SAM) ด้านการมีอิทธิพล (Bradley, M. M., & Lang, P. J., 1994) เป็นมาตรวัดอารมณ์ความรู้สึก ระดับอารมณ์กลัวและอารมณ์ไม่กลัว แบ่ง 9 ระดับ เริ่มจากภาพกราฟฟิกรูปคนขนาดเล็ก บ่งบอกถึงสิ่งเร้าที่เห็นมีอำนาจเหนือกว่าผู้ทดลองหรือเกิดอารมณ์กลัวสิ่งเร้าที่เห็น ให้คะแนน 1 ไปจนถึงภาพกราฟฟิกรูปคนที่มีขนาดใหญ่ที่สุด บ่งบอกถึงสิ่งเร้าที่เห็นมีอำนาจด้อยกว่าผู้ทดลองหรือ เกิดอารมณ์ไม่กลัวต่อสิ่งเร้าที่เห็น ให้คะแนน 9 ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 มาตรวัดอารมณ์ความรู้สึกด้านการมีอิทธิพล

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยนำไปใช้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 8 คน ตรวจสอบคุณภาพของกิจกรรมการทดลองมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล โดยประเมินความเหมาะสมของกิจกรรม ได้แก่ ขนาดและสีของตัวอักษร ระยะเวลาที่ใช้ในการมองสิ่งเร้าที่ปรากฏ ระยะเวลาที่ใช้ในการประเมินมาตรวัดอารมณ์ความรู้สึกด้านการมีอิทธิพล พบว่ามีความเหมาะสมสำหรับนำมาใช้ในการวิจัย

5. การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์และขั้นตอนการวิจัยให้อาสาสมัครผู้เข้ารับการทดลองทราบ รายละเอียดการเข้าร่วมการทดลองเป็นไปด้วยความยินดีและสมัครใจ สามารถปฏิเสธการเข้าร่วมการทดลองได้ตลอดเวลา โดยไม่มีผลกระทบอื่นใดทั้งสิ้น ชี้แจงการเก็บรักษาข้อมูลที่ได้จากการทดลองเป็นความลับ และนำเสนอข้อมูลในภาพรวม เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น การวิจัยนี้ยึดการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมของการศึกษาวิจัยในมนุษย์ ผ่านการตรวจสอบจริยธรรมในการวิจัยในมนุษย์ (13/2561) โดยคณะกรรมการจริยธรรมของวิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา

6. วิธีการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลนักศึกษามหาวิทยาลัยบูรพาที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์การคัดเลือก และยินดีเข้าร่วมการวิจัย จำนวน 80 คน ตั้งแต่วันที่ 17 พฤษภาคม 2561 –

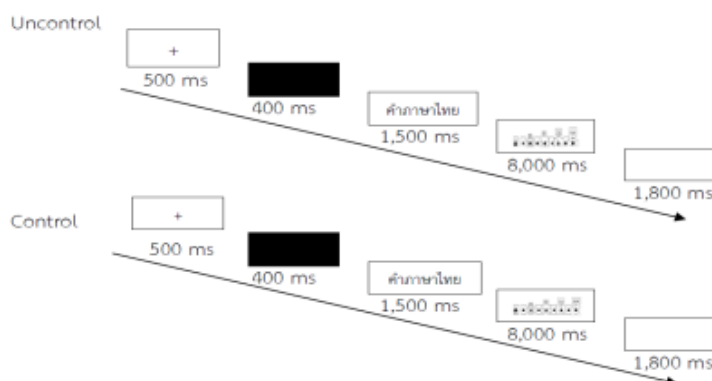


5 มิถุนายน 2561 ณ ห้องปฏิบัติการ "ศูนย์ความเป็นเลิศทางวิทยาการปัญญา" วิทยาลัย
วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา

6.1. การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 2 ระยะ ได้แก่

6.1.1 ระยะเตรียมการ ผู้วิจัยประกาศรับนักศึกษาอาสาสมัครเข้าร่วมการทดลอง
นัดหมายและดำเนินการประชุมเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย ประเมินแบบสำรวจบุคลิกภาพ
5 องค์ประกอบเพื่อคัดกรองอาสาสมัคร แบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ เพศชายที่มีบุคลิกภาพเปิดเผย
เพศชายที่มีบุคลิกภาพกลาง ๆ เพศหญิงที่มีบุคลิกภาพเปิดเผย และเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพ
กลาง ๆ กลุ่มละ 20 คน ชี้แจงสิทธิของกลุ่มทดลองให้ทราบ และให้กลุ่มทดลองกรอก
แบบฟอร์มแสดงความยินยอมเข้าร่วมการวิจัย และตอบแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบคุณสมบัติ
ตามเกณฑ์คัดเข้าและเกณฑ์คัดออก หลังจากนั้นอธิบายกิจกรรมการทดลองมองคำภาษาไทยที่
เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้นพร้อมทั้งนัดหมายวัน เวลาดำเนินการทดลอง

6.1.2 ระยะทดลอง ผู้วิจัยอธิบายรายละเอียดการทดลอง และการประเมินให้คะแนน
คำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล เมื่อผู้เข้าร่วมการทดลองพร้อม เริ่มดำเนินการเก็บ
ข้อมูลแต่ละคำ ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยให้ผู้เข้าร่วมการทดลองนั่งห่างจากจอคอมพิวเตอร์
80 เซนติเมตร เริ่มปรากฏคำชี้แจงบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ เป็นเวลา 5000 มิลลิวินาที หลังจาก
นั้นปรากฏเครื่องหมายกากบาท (Fixation Point) เป็นเวลา 500 มิลลิวินาที ปรากฏจอพื้นสีดำ
เป็นเวลา 400 มิลลิวินาที ต่อมาปรากฏสิ่งเร้าที่เป็นคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล
ตัวอักษรสีขาวบนพื้นดำ เป็นเวลา 1500 มิลลิวินาที หลังจากนั้นปรากฏภาพมาตรวัดอารมณ์
ความรู้สึกด้านการมีอิทธิพล (SAM) เพื่อให้ผู้เข้าร่วมการทดลองประเมินอารมณ์ความรู้สึกแรกที่
เกิดขึ้นมากที่สุด โดยกดปุ่มตัวเลขในคีย์แพด (Keypad) ตามมาตรวัดอารมณ์ความรู้สึกด้านการ
มีอิทธิพล (SAM) เป็นเวลา 8000 มิลลิวินาที ต่อมาปรากฏจอพื้นสีขาว เป็นเวลา 1800
มิลลิวินาที และปรากฏจอพื้นสีดำ เป็นเวลา 400 มิลลิวินาที เพื่อปรับสายตา หลังจากนั้น
ปรากฏคำต่อไป ทำเช่นนี้จนครบ 30 คำ และให้ผู้เข้าร่วมการทดลองพักสายตา เป็นเวลา 15
นาที่ ก่อนเริ่มกิจกรรมการทดลองในชุดอารมณ์ต่อไป ผู้วิจัยประเมินความพร้อมด้านอารมณ์
ของผู้เข้าร่วมการทดลองด้วยการทำแบบประเมินตารางอารมณ์ความรู้สึกเชิงบวกและเชิงลบ
(PANAS) จากนั้นทำการทดลองต่อจนจบการทดลอง ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ลำดับการนำเสนอการทดลองมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น

7. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนของอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล จากคะแนนที่ได้จากมาตรวัดอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล (Self-Assessment Manikin: SAM) จำแนกตามเพศและบุคลิกภาพ รวมถึงปฏิสัมพันธ์ ด้วยสถิติ two – way ANOVA

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น ขณะมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล

1. กิจกรรมการทดลองมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น จำนวน 2 ชุด ตามลักษณะอารมณ์ แต่ละชุดประกอบด้วยคำภาษาไทยจำนวน 30 คำ คือชุดที่ 1 ลักษณะกลัว จำนวน 30 คำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.87-3.59 และชุดที่ 2 ลักษณะไม่กลัว จำนวน 30 คำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 5.51 – 6.26 รวมทั้งสิ้น 60 คำ ใช้เวลาชุดละประมาณ 7 นาที และพักระหว่างชุดกิจกรรมเป็นเวลา 15 นาที ใช้เวลารวมทั้งสิ้น 30 นาที

2. การทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศและบุคลิกภาพที่ส่งผลต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพล พบว่า เพศและบุคลิกภาพที่ต่างกันส่งผลต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพลไม่แตกต่างกัน และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ในลักษณะกลัว อย่าง



มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ดังตารางที่ 1 ถึง 2

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล

ลักษณะอารมณ์	ชาย				หญิง			
	เปิดเผย (n=20)		กลาง ๆ (n=20)		เปิดเผย (n=20)		กลาง ๆ (n=20)	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
กลัว	2.64	.77	2.72	.74	2.73	.66	2.08	.67
ไม่กลัว	7.07	.88	6.84	.78	6.99	.77	6.86	1.05

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างเพศชายที่มีบุคลิกภาพเปิดเผย ให้คะแนนค่าเฉลี่ยคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว เท่ากับ 2.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .77 ลักษณะไม่กลัว เท่ากับ 7.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .88 กลุ่มตัวอย่างเพศชายที่มีบุคลิกภาพกลาง ๆ ให้คะแนนค่าเฉลี่ยคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว เท่ากับ 2.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .74 ลักษณะไม่กลัว เท่ากับ 6.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .78

กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพเปิดเผย ให้คะแนนค่าเฉลี่ยคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว เท่ากับ 2.73 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .66 ลักษณะไม่กลัว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .77 กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพกลาง ๆ ให้คะแนนค่าเฉลี่ยคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว เท่ากับ 2.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .67 ลักษณะไม่กลัว เท่ากับ 6.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.05

สรุปได้ว่า อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว เพศชายที่มีบุคลิกภาพเปิดเผย รับรู้อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว มากกว่าเพศชายที่มีบุคลิกภาพกลาง ๆ และเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพเปิดเผย รับรู้อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว น้อยกว่าเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพกลาง ๆ ในขณะที่อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะไม่กลัว เพศชายที่มีบุคลิกภาพเปิดเผย รับรู้อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะไม่กลัว มากกว่าเพศชายที่มีบุคลิกภาพกลาง ๆ และเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพเปิดเผย รับรู้อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะไม่กลัว มากกว่าเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพกลาง ๆ



ตารางที่ 2 การทดสอบความแตกต่างอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลลักษณะกลัว และ ลักษณะไม่กลัว ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและบุคลิกภาพ

แหล่งความแปรปรวน	อารมณ์ด้าน การมีอิทธิพล	SS	df	MS	F	p
เพศ	กลัว	1.53	1	1.53	3.02	.08
	ไม่กลัว	.01	1	.01	.01	.89
บุคลิกภาพ	กลัว	1.64	1	1.64	3.24	.07
	ไม่กลัว	.64	1	.64	.84	.36
เพศ*บุคลิกภาพ	กลัว	2.59	1	2.59	5.12*	.02*
	ไม่กลัว	.04	1	.04	.06	.80

* ≤ 0.05

จากตารางที่ 2 ความแตกต่างระหว่างเพศและบุคลิกภาพไม่มีอิทธิพลต่อการมองคำภาษาไทยที่เราอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว แต่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคลิกภาพ ขณะมองคำภาษาไทยที่เราอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชายที่มีบุคลิกภาพเปิดเผย รับรู้อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว ได้มากกว่าเพศชายที่มีบุคลิกภาพกลาง ๆ และเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพเปิดเผยรับรู้อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัวได้มากกว่าเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพกลาง ๆ

ความแตกต่างระหว่างเพศและบุคลิกภาพไม่มีอิทธิพลต่อการมองคำภาษาไทยที่เราอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะไม่กลัว และไม่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคลิกภาพ ขณะมองคำภาษาไทยที่เราอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะไม่กลัว

ผลการศึกษาอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ขณะมองคำภาษาไทยที่เราอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. กิจกรรมการทดลองมองคำภาษาไทยที่เราอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในวัยผู้ใหญ่ตอนต้น จำนวน 2 ชุด จำแนกตามลักษณะอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล คือ ลักษณะกลัว และ ลักษณะไม่กลัว แต่ละชุดประกอบด้วยคำภาษาไทยที่เราอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล จำนวน



30 คำ กิจกรรมแต่ละชุดใช้เวลาประมาณ 7 นาที และพักระหว่างชุดกิจกรรมประมาณ 15 นาที รวมทั้งสิ้นใช้เวลาประมาณ 30 นาที

2. ผลการเปรียบเทียบอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง ขณะมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล พบว่า ความแตกต่างระหว่างเพศไม่มีผลต่อการมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว และลักษณะไม่กลัว

3. ผลการเปรียบเทียบอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีบุคลิกภาพเปิดเผย กับบุคลิกภาพกลาง ๆ ขณะมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล พบว่า ความแตกต่างระหว่างบุคลิกภาพไม่มีผลต่อการมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัวและลักษณะไม่กลัว

4. ผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ขณะมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล พบว่า มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ขณะมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว แต่ไม่มี ปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ขณะมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะไม่กลัว

อภิปรายผล

การศึกษาอารมณ์ด้านการมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นลักษณะกลัว และลักษณะไม่กลัว ทำการทดสอบเปรียบเทียบโดยจำแนกตามเพศบุคลิกภาพ และปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศและบุคลิกภาพ ผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า

1. กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีการรับรู้อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว และลักษณะไม่กลัว ขณะมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีลักษณะใกล้เคียงกัน ในเรื่อง อายุ วัฒนธรรม สภาพสังคม รวมถึงเชื้อชาติ ศาสนา และประสบการณ์ทางอารมณ์ จึงส่งผลให้การรับรู้ทางอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลระหว่างเพศไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Redondo et.al. พบว่า เพศชายและเพศหญิงรับรู้คำที่สื่ออารมณ์ด้านความประทับใจ ด้านการตื่นตัว และ



ด้านการมีอิทธิพลไม่แตกต่างกัน (Redondo, J., Fraga, I., Padrón, I., & Comesaña, M., 2007)

2. กลุ่มตัวอย่างที่มีบุคลิกภาพเปิดเผยและบุคลิกภาพกลาง ๆ รับรู้อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว และลักษณะไม่กลัว ขณะมองคำภาษาไทยที่เราอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องจากบุคลิกภาพเป็นความแตกต่างของบุคคลที่ได้รับผลกระทบจากการพัฒนาตนเอง คุณค่า เจตคติ และความทรงจำส่วนตัว ในสภาพสังคมและวัฒนธรรมเดียวกัน อาจส่งผลให้บุคคลมีบุคลิกภาพไม่แตกต่างกัน และบุคลิกภาพกลาง ๆ เป็นลักษณะของบุคคลที่มี 2 บุคลิกภาพ ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพเป็นบุคลิกภาพเปิดเผย หรือบุคลิกภาพเก็บตัวได้ ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมหรือสถานการณ์นั้น ๆ

3. กลุ่มตัวอย่างมีปฏิสัมพันธ์ร่วมระหว่างเพศกับบุคลิกภาพ ขณะมองคำภาษาไทยที่เราอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศชายที่มีบุคลิกภาพกลาง ๆ รับรู้อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ขณะมองคำภาษาไทยที่เราอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว น้อยกว่าเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพกลาง ๆ และเพศชายที่มีบุคลิกภาพเปิดเผย รับรู้อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ขณะมองคำภาษาไทยที่เราอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว มากกว่าเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพเปิดเผย สอดคล้องกับการศึกษาของ Schirmer, Kotz and Friederici พบว่า มีความแตกต่างระหว่างเพศในด้านการรับรู้และแสดงอารมณ์ โดยเพศหญิงรับรู้และแสดงอารมณ์มากกว่าเพศชาย รวมถึงบุคลิกภาพ ซึ่งขึ้นอยู่กับบริบทของสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจของเพศที่ศึกษาด้วย (Schirmer, A., Kotz, S.A., & Friederici, A. D., 2005) นอกจากนี้ อารมณ์ด้านการมีอิทธิพลมีลักษณะอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมเชิงลบ แต่บุคลิกภาพเปิดเผยเกี่ยวข้องกับอารมณ์เชิงบวก (Lucas, R. E., & Baird, B. M., 2004) (Vuoskoski, Eerola, T., J. K., 2011) ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยนี้ที่พบว่าปัจจัยทางด้านเพศ ไม่มีผลต่อการมองคำภาษาไทยที่เราอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัวและลักษณะไม่กลัว ไม่พบความแตกต่างระหว่างบุคลิกภาพส่งผลต่อการมองคำภาษาไทยที่เราอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัวและลักษณะไม่กลัว แต่พบมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคลิกภาพ ขณะมองคำภาษาไทยที่เราอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว และไม่พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคลิกภาพ ขณะมองคำภาษาไทยที่เราอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะไม่กลัว



สรุป

ปัจจัยทางด้านเพศและบุคลิกภาพไม่มีผลต่อการมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว และลักษณะไม่กลัว มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ขณะมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว แต่ไม่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ขณะมองคำภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะไม่กลัว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยเรื่อง ผลของคำภาษาไทยที่มีอิทธิพลต่อการเร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในวัยผู้ใหญ่ พบว่า เพศหญิงรับรู้อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว มากกว่าเพศชาย ดังนั้น หน่วยงานด้านสาธารณสุขและนักประชาสัมพันธ์สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนประชาสัมพันธ์ และสร้างสื่อรณรงค์ประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความตระหนักในการดูแลสุขภาพตนเองของประชาชน การป้องกันโรค และภัยพิบัติต่าง ๆ ได้แก่ การป้องกันการตั้งครรภ์ในวัยรุ่น การป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า การป้องกันอุบัติเหตุ เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

2.1 งานวิจัยนี้ศึกษาในกลุ่มผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีอายุระหว่าง 20-25 ปี เท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยต่อไปควรศึกษาในช่วงอายุที่ครอบคลุมวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ที่มีความหลากหลายด้านการศึกษา และอาชีพ

2.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบกับตัวแปรอื่น เช่น ระดับเขavnปัญญา บุคลิกภาพรูปแบบอื่น

2.3 ควรศึกษาอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลกับสิ่งเร้าประเภทอื่นหรือผสมผสาน เช่น สิ่งเร้าที่เป็นคำกับเสียง คำกับภาพนิ่ง หรือคำกับภาพเคลื่อนไหว ด้วยการวัดคลื่นไฟฟ้าสมองสัมพันธ์กับเหตุการณ์ (Event-Related Potential: ERP) เพื่อศึกษากลไกการทำงานของสมองที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล เพื่อใช้ผลการศึกษาเป็นแนวทางการสร้างสื่อ



ประชาสัมพันธ์ที่กระตุ้นให้เกิดความกลัว และสร้างความตระหนักในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพของประชาชน

เอกสารอ้างอิง

- Bradley, M. M., & Lang, P. J. (1994). Measuring emotion: The self-assessment Manikin and the semantic differential. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 25(1), 49-59.
- Bradley, M. M., & Lang, P. J. (1999). Affective norms for English words (ANEW) : Instruction manual and affective ratings. *Frontiers in Psychology*.
- Chivers, M. L., Seto, M. C., Lalumière, M. L., Laan, E., & Grimbos, T. (2010). Agreement of self-reported and genital measures of sexual arousal in men and women: A meta-analysis. *Archives of Sexual Behavior*.
- Domes, G., Schulze, L., Böttger, M., et al. (2010). The neural correlates of sex differences in emotional reactivity and emotion regulation. *Human Brain Mapping*.
- Edmond, W. A. & Kennedy, T. D. (2017). *An Applied Reference Guide to Research Designs: Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods (2 nd ed.)*. California: Sage Publication.
- Etkin, A., Egner, T., & Kalisch, R. (2011). Emotional processing in anterior cingulate and medial prefrontal cortex. *Trends in Cognitive Sciences*.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A. G., & Buchner, A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*.
- Hare, T. A., Camerer, C. F., & Rangel, A. (2009). Self-control in decision-making involves modulation of the vmPFC valuation system. *Science*.



- Kravitz, D. J., Saleem, K. S., Baker, C. I., Ungerleider, L. G., & Mishkin, M. (2013). The ventral visual pathway: An expanded neural framework for the processing of object quality. *Trends in Cognitive Sciences*.
- Kryklywy, J. H., Nantes, S., & Mitchell, D. G. V. (2013). The amygdala encodes the level of perceived fear but not emotional ambiguity in visual scenes. *Behavioral Brain* .
- Kurth, F., Zilles, K., Fox, P. T., Laird, A. R., & Eickhoff, S. B. (2010). A link between the systems: functional differentiation and integration within the human . *Brain Structure and Function*.
- Lucas, R. E., & Baird, B. M. (2004). Extraversion and emotional reactivity. *Journal of personality and social psychology*, 86(3), 473.
- Mendoza-Halliday, D., Torres, S., & Martinez-Trujillo, J. C. (2014). Sharp emergence of feature-selective sustained activity along the dorsal visual pathway. *Nature Neuroscience*.
- Mochizuki, A. A., & Kirino, E. (2008). Effects of coordination exercises on brain activation: A functional MRI study. *International Journal of Sport and Health Science*.
- Ngamprom, Chadcham, & Wongupparaj. (2560). Development of the Affective Norms for Thai Words (Thai-ANW) Bank System. *Research Methodology and Cognitive Science*.
- Redondo, J., Fraga, I., Padrón, I., & Comesaña, M. (2007). The Spanish adaptation of ANEW (Affective norms for English words). *Behavior Research Methods*.
- 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*.



- Schmidtke, D. S., Schroder, T., Jacobs, A. M., & Conrad, M. (2014). ANGST: affective norms for German sentiment terms, derived from the affective norms for words. *Behavior Research Methods*.
- Soares, A. P., Comesaña, M., Pinheiro, A. P., Simões, A., & Frade, C. S. (2012). The adaptation of the Affective Norms for English words (ANEW) for European Portuguese. *Behavior Research Methods*.
- Stadthagen-Gonzalez, H., Imbault, C., Sánchez, M. A. P., & Brysbaert, M. (2017). Norms of valence and arousal for 14,031 Spanish words. *Behavior Research Methods*.
- Vuoskoski, Eerola, T., J. K. (2011). A comparison of the discrete and dimensional models of emotion in music. *Psychology of Music*.
- Watanabe, N., & Yamamoto, M. . (2015). Neural mechanisms of social dominance. *Frontiers in Neuroscience*.
- Whittle, S., Yap, M. B., Sheeber, L., Dudgeon, P., Yücel, M., Pantelis, C., Simmons, J. G., Allen, N. B. (2011). Hippocampal volume and sensitivity to maternal aggressive behavior: A prospective study of adolescent depressive symptoms. *Development and Psychopathology*.