

**ผลของความแตกต่างทางเพศและบุคลิกภาพในผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีต่อ
ข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล: การศึกษาเชิงพฤติกรรม**

**Effects of Gender and Personality Differences in Young Adults on
Emotional Dominance of Thai Texts: Behavioral Study**

วาสนา ดวงใจ¹ / เสรี ชัดเข้ม² / พีร วงศ์อุปราช³ / ปิยะทิพย์ ประดุงพรหม⁴

Watsana Duangchai / Seree Chadcham /

Peera Wongupparaj / Piyathip Pradujprom

^{1,2,3,4} สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา
มหาวิทยาลัยบูรพา

Program of Research and Statistics in Cognitive Science, College of Research Methodology and
Cognitive Science, Burapha University

Received: October 8, 2019

Revised: October 17, 2019

Accepted: December 19, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบกิจกรรมการสอนการมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล และศึกษาเปรียบเทียบอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น โดยศึกษากับนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพาที่กำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2561 เพศชาย 40 คนและเพศหญิง 40 คน บุคลิกภาพเปิดเผยและบุคลิกกลางๆ อายุระหว่าง 20 - 24 ปี วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติพื้นฐาน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความแปรปรวนของพฤติกรรมการรับรู้อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ระหว่างเพศชายกับเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพเปิดเผยและบุคลิกภาพกลางๆ ด้วยสถิติ two - way ANOVA

ผลการวิจัยปรากฏว่าได้กิจกรรมการสอนการมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น จำนวน 2 ชุด ตามลักษณะอารมณ์ไม่กลัว

และลักษณะอารมณ์กลัว แต่ละชุดประกอบด้วยข้อความภาษาไทยจำนวนชุดละ 15 ข้อความ และพฤติกรรมการรับรู้อารมณ์ด้านการมีอิทธิพลของกลุ่มตัวอย่างระหว่างบุคลิกภาพเปิดเผยกับบุคลิกภาพกลาง ๆ แตกต่างกัน ขณะมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ในลักษณะไม่กลัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ไม่ปรากฏความแตกต่างระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในลักษณะกลัว

คำสำคัญ: ข้อความภาษาไทย, อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล, วัยผู้ใหญ่ตอนต้น

Abstract

The purpose of this experimental research was to design and compare experimental activities and the effects of looking at Thai texts which stimulated dominance emotions in young adults. The participants were eighty undergraduate students who were 40 males and 40 females from Burapha University in the academic year 2018, aged between 20 and 24 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 the tasks consisted of Thai words with of two blocks: uncontrolled and controlled. Each block contained 15 stimuli. The dominance emotion of participants between extravert and ambivert personality while looking at Thai texts that stimulated control emotion was significant different ($p < .05$). There were no differences between gender of control and uncontrol emotion.

Keywords: Thai texts, dominance emotional, young adults

บทนำ

การศึกษาเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกที่เกิดจากสิ่งเร้าที่เป็นข้อความในต่างประเทศนั้นมีงานวิจัยไม่มากนัก สาเหตุอาจเนื่องมาจากยังขาดคลังข้อความที่สื่อความหมายทางด้านอารมณ์ที่ได้มาตรฐานและสอดคล้องกับบริบทของประเทศนั้นๆ ดังเช่น Imbir (2016) ได้ศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อความที่มีต่ออารมณ์ใน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความประทับใจ (Valence) ด้านการตื่นตัว (Arousal) ด้านการมีอิทธิพล (Dominance) ด้านองค์ประกอบ (Origin) ด้านความเกี่ยวข้องของเป้าหมาย (Subjective significance) และแหล่งที่มาของสิ่งเร้า (Source) และเพื่อจัดกลุ่มข้อความที่สื่อความหมายทางอารมณ์ความรู้สึก (Affective Norms for 718 Polish Short Texts (ANPST): Dataset with Affective Ratings for Valence, Arousal, Dominance, Origin, Subjective Significance and Source Dimensions) ซึ่งผลการศึกษาสรุปลงได้ว่า คำอ่านหรือข้อความที่มีความซับซ้อนกว่าจะมีผลทำให้ผลการตอบสนองหรือมีการกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกได้มากกว่าคำหรือข้อความสั้นๆ หรือคำธรรมดา และจากการศึกษาเกี่ยวกับคำที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ (Valence) ด้านการตื่นตัว (Arousal) ด้านการมีอิทธิพล (Dominance) Moors, Houwer and Hermans (2012) ได้ศึกษาการได้มาของคำที่เร้าอารมณ์ความรู้สึกสรุปลงได้ว่า คำที่สามารถเร้าอารมณ์ของกลุ่มตัวอย่างได้ดีคือคำที่ใช้ในชีวิตประจำวันและคำศัพท์ที่พบได้บ่อยและเป็นคำสั้นๆ ส่วนคำที่ยาวกว่าหรือเป็นข้อความจะสามารถเร้าอารมณ์ความรู้สึกทั้ง 3 ด้าน คือความประทับใจ การตื่นตัว และการมีอิทธิพล ได้ดีกว่าคำเดี่ยวๆ และพบว่าคำที่เร้าอารมณ์ด้านการตื่นตัว มีความสัมพันธ์กับการเร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลอีกด้วย การวัดอารมณ์มีเครื่องมือที่ใช้วัดข้อมูลอารมณ์มีอยู่ 3 วิธี ได้แก่

- 1) การวัดด้วยแบบรายงานตนเอง (Self Report) มี 2 กรณี คือ การวัดลักษณะรายการคำคุณศัพท์ (Adjective Check List) และการวัดด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)
- 2) การสังเกตพฤติกรรม (Behavior Observation) เป็นการวัดจากพฤติกรรมที่เห็นจาก

การแสดงออกทางใบหน้าและ 3) การวัดทางสรีรวิทยา (Physiological Measures) เป็นการวัดการเปลี่ยนแปลงของร่างกายเนื่องจากอารมณ์เป็นการเคลื่อนไหวที่ซับซ้อนของร่างกายที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอก เป็นการทำงานของระบบประสาทอัตโนมัติ ซึ่งสัญญาณทางสรีรวิทยาที่นิยมใช้ในการจำแนกอารมณ์ ได้แก่ อุณหภูมิร่างกาย การหายใจ การเต้นของหัวใจ ความดันโลหิต คลื่นไฟฟ้าสมอง (Electroencephalogram: EEG) คลื่นไฟฟ้าหัวใจ การวัดโดยใช้เครื่องโพซิตรอนอีมิสชันโทโมกราฟี (Positron Emission Tomography: PET) และการวัดด้วยคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าแบบฟังก์ชันนอล เอ็ม อาร์ ไอ (functional MRI)

สำหรับประเทศไทย Sudchum, Chadcham, and Wongupparaj (2018) ได้พัฒนาระบบคลังข้อความภาษาไทยบรรทัดฐานด้านอารมณ์อารมณ์ความรู้สึก (Thai-ANT) ในบริบทของคนไทยขึ้น โดยเป็นข้อความภาษาไทยที่อยู่ในรูปของวลี ที่รวบรวมมาจากหนังสือ ตำรา พจนานุกรม นิทาน หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ชာดก และจากแหล่งอื่นๆ ที่สื่ออารมณ์ของบุคคล 3 ด้าน ตามแนวคิดของ Russell and Mehrabian (Russell & Mehrabian, 1977; Wyczesany & Ligeza, 2015) คือ ด้านความประทับใจ (Valence) ด้านการตื่นตัว (Arousal) และด้านการมีอิทธิพล (Dominance) มีลักษณะเป็นคำนามวลี กริยาวลี คุณศัพท์ วลี กริยวิเศษณ์วลี และบุพบทวลี ข้อความทั้งหมดในฐานะข้อมูลเป็นข้อความที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกและผ่านการวิเคราะห์หาคุณภาพ โดยหาค่าความตรงเชิงเนื้อหารายชื่อความคำอ่านจำแนกรายข้อความและค่าความเที่ยงของข้อความในแต่ละด้านของอารมณ์อย่างเป็นระบบมีคุณภาพมาตรฐานและน่าเชื่อถือเพื่อใช้เป็นเครื่องมือวัดทางวิทยาศาสตร์ในปัจจุบัน

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่า มีการศึกษาปัจจัยทางด้านเพศและบุคลิกภาพ ที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านอารมณ์ของมนุษย์กับสิ่งเร้าที่เป็นข้อความในงานวิจัยต่างประเทศ แต่ยังไม่พบการศึกษาผลของความแตกต่างทางเพศและบุคลิกภาพที่มีต่อข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ซึ่งการศึกษาที่ผ่านมาส่วนใหญ่ศึกษาในอารมณ์ด้านความประทับใจและการตื่นตัวจากระบบคลัง

คำศัพท์ในภาษาอังกฤษ ภาษาคัตซ์ ภาษาสเปน ภาษาเยอรมัน และ ภาษาจีน และยัง ไม่พบ การนำข้อความภาษาไทยมาใช้ในการศึกษาอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ดังนั้นผู้วิจัยจึง สนใจที่จะศึกษาผลของความแตกต่างทางเพศและบุคลิกภาพในผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีต่อ ข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล การศึกษาเชิงพฤติกรรม โดยการนำ ข้อความภาษาไทยจากระบบคลังข้อความภาษาไทยบรรทัดฐานด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective Thai Texts Norms Bank System) (Sudchum et al. 2018) มาสร้างเป็นเครื่องมือ ในการกระตุ้นเพื่อให้เหมาะกับการศึกษาทางวิทยาศาสตร์อารมณ์ในบริบทของคนไทย

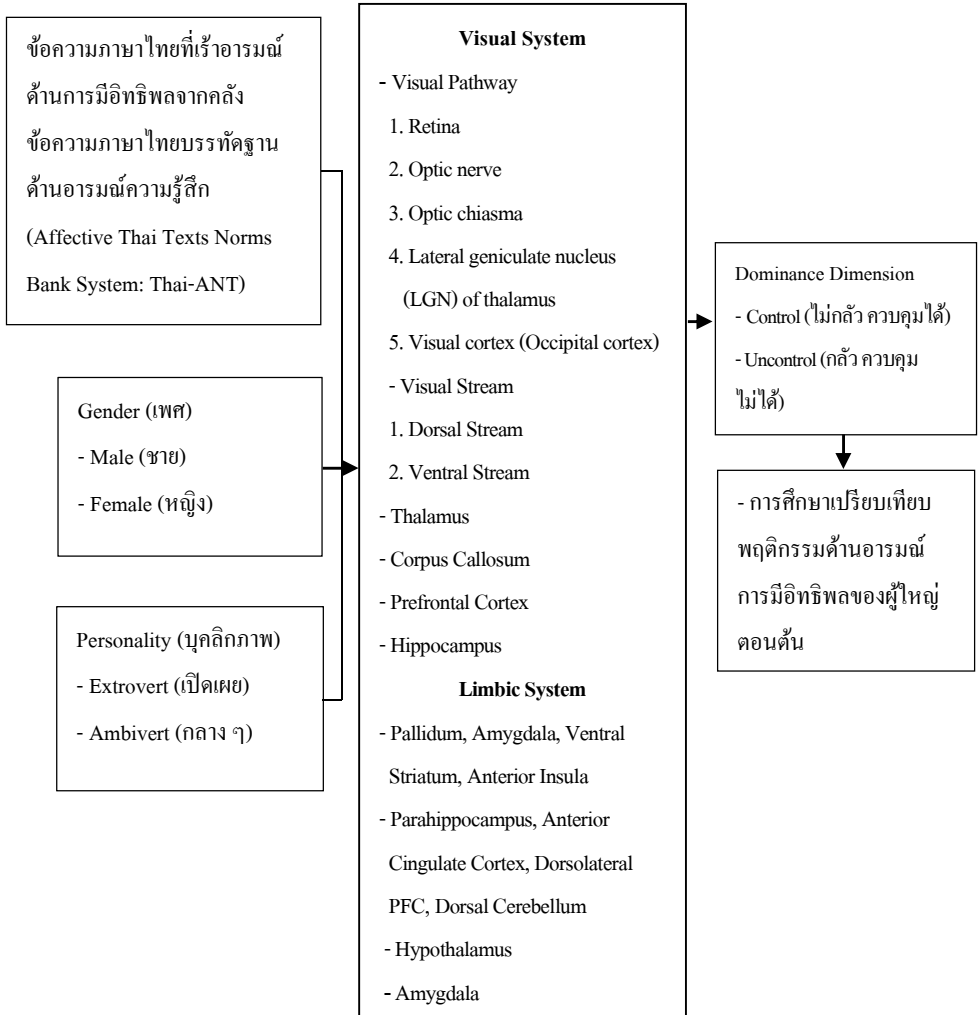
ในการวิจัยนี้ต้องการศึกษาความแตกต่างระหว่างเพศและบุคลิกภาพและ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศและบุคลิกภาพในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นขณะมองสิ่งเร้าคือข้อความ ภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล จะเกิดการรับรู้ข้อความ (Visual Pathway) เริ่ม จากกระจกตา (Cornea) ที่จะรับภาพสะท้อนจากวัตถุเข้าสู่จอประสาทตา (Retina) จากนั้น ส่งสัญญาณต่อไปยังจุดประสานเส้นประสาท (Optic Chiasma) ผ่านเส้นประสาทตา (Optic Nerve) ไปยัง Primary Visual Cortex ที่สมองส่วนหลัง (Occipital Lobe) ส่ง สัญญาณไปที่วงจรสัญญาณด้านล่าง (Ventral Stream) ที่สมองส่วนขมับ (Temporal Lobe) ตรวจสอบระบุข้อความที่เห็นว่าเป็นอย่างไร (What Pathway) ระลึกรูปแบบข้อความและ ระลึกรูปแบบตัวอักษรที่เห็นคืออะไร (What) และส่งไปที่วงจรสัญญาณด้านบน (Dorsal Stream) ที่สมองส่วนข้าง (Parietal Lobe) เพื่อเชื่อมโยงความหมาย (How Pathway) แล้วส่ง ต่อยังสมองส่วน Thalamus และสมองส่วน Corpus Callosum จากนั้น ส่งสัญญาณไป ประมวลผลที่สมองบริเวณ Frontal Lobe จากนั้นข้อมูลจะถูกส่งต่อไปยังสมองส่วน ความจำ คือ ส่วน Limbic System และ Hippocampus เพื่อทบทวนว่าเคยรับรู้มาก่อนหรือ เป็นสิ่งใหม่ จากนั้นส่งกลับมายังสมองส่วน Orbitofrontal Cortex (OFC) ตำแหน่ง Medial Prefrontal Cortex (MPFC) ตำแหน่ง Ventromedial Prefrontal Cortex (VMPFC) ตำแหน่ง Posterior Superior Temporal Sulcus (pSTS) ตำแหน่ง Temporal Poles และสมองตำแหน่ง Anterior Cingulate Cortex (ACC) เพื่อคิดประมวลผลและประเมินอารมณ์ที่เกิดขึ้นจาก การมองข้อความภาษาไทยนั้นโดยผ่านกระบวนการทำงานของสมองตามทฤษฎี

การประเมินอารมณ์ (Appraisal Theory of Emotion) คือ เมื่อมีเหตุการณ์หรือสิ่งเร้ามากระทบอันดับแรกตามมาด้วยความคิดที่จะนำไปสู่การตอบสนองทางสรีรวิทยา และการเกิดอารมณ์ขึ้นพร้อมกันจะเริ่มคิดหรือประเมินสถานการณ์ว่ากำลังตกอยู่ในอันตราย จากนั้นจะนำไปสู่ประสบการณ์ทางอารมณ์ของความกลัวและเกิดปฏิกิริยา สรีรวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองว่าจะทำอะไร ขั้นตอนในการประเมินตามทฤษฎีนี้จะแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน โดยการประเมินเบื้องต้น (Primary Appraisal) จะพิจารณาว่าสถานการณ์นั้นมีผลอย่างไร การประเมินลำดับที่สอง (Secondary Appraisal) จะพิจารณาว่าจะจัดการกับสถานการณ์นั้นได้อย่างไร ในงานวิจัยนี้เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ใหญ่ตอนต้น ตามตัวแปรเพศและบุคลิกภาพเมื่อเกิดอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล โดยสามารถวัดระดับการตอบสนองทางอารมณ์ได้จากคะแนนพฤติกรรมที่ได้จากการประเมินตนเอง (Self-Assessment Manikin: SAM)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบกิจกรรมการสอนการมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น
2. เพื่อเปรียบเทียบอารมณ์ของผู้ใหญ่ตอนต้นขณะมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลจำแนกตามเพศและบุคลิกภาพ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

1. อารมณ์ด้านการมีอิทธิพลของผู้ใหญ่ตอนต้นระหว่างเพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกัน ขณะมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล
2. อารมณ์ด้านการมีอิทธิพลของผู้ใหญ่ตอนต้นระหว่างผู้ที่มีบุคลิกภาพเปิดเผยกับกลางๆ แตกต่างกัน ขณะมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) โดยใช้แบบแผนการทดลองแบบ 2X2 Factorial Posttest Design (Between Subjects) (Edmonds & Kennedy, 2017: 79) แบ่งเป็น 2 ระยะดังนี้

ระยะที่ 1 การออกแบบกิจกรรมการสอนมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น

ระยะที่ 2 การศึกษาผลการใช้กิจกรรมการสอนมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเป็นนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรีที่กำลังเรียนอยู่ในปีการศึกษา 2561 เพศชายและหญิงอายุระหว่าง 20 - 24 ปี และอาสาสมัครเข้าร่วมการวิจัย ผู้วิจัยคัดกรองกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนดจำนวน 80 คน โดยเป็นชาย 40 คน หญิง 40 คน โดยให้อาสาสมัครที่สนใจกรอกแบบสอบถามออนไลน์ข้อมูลทั้งหมดและพิจารณาตามเกณฑ์การคัดเข้า (Inclusions Criteria) และเกณฑ์การคัดออก (Exclusions Criteria) ได้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 20 คน จำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ เพศชายที่มีบุคลิกภาพเปิดเผย เพศหญิงที่มีบุคลิกภาพเปิดเผย เพศชายที่มีบุคลิกภาพกลางๆ และเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพกลางๆ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยออกแบบกิจกรรมการสอนการมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ ด้านการมีอิทธิพล ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเบื้องต้น โดยผู้เชี่ยวชาญและนำไปทดลองใช้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 30 คน เพื่อประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมการสอนการมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล โดยมีหัวข้อประเมินด้านสี่ของข้อความและสี่ของพื้นหลัง ระยะเวลาในการนำเสนอข้อความ ความสูงของข้อความ ความยาวของข้อความ โดยการประเมินแบบปลายเปิดปรากฏว่ากิจกรรมการสอนการมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้นปรากฏว่า ร้อยละ 95 ของนักศึกษามีความพึงพอใจกับแบบพื้นหลังสีดำตัวหนังสือสีขาว ขนาดของตัวหนังสือ มีความเหมาะสมร้อยละ 98 และเวลาในการนำเสนอเหมาะสมมีความเหมาะสมร้อยละ 95 จากนั้นนำกิจกรรมการสอนการมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลงในโปรแกรม STIM² แล้วนำไปศึกษานำร่องกับนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพาที่มีคุณสมบัติคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 คน เพื่อประเมินการใช้งานจริง พบว่าสี่ของข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลข้อความ (สีขาว) พื้นหลัง (สีดำ) เวลาที่ใช้ในการแสดงจุดคงที่ (1000 มิลลิวินาที) เวลาที่ใช้ในการแสดงพื้นหลังสีดำ (1000 มิลลิวินาที) เวลาที่ใช้มองข้อความภาษาไทย (3000 มิลลิวินาที) ความยาวของข้อความ (6-9 พยางค์) ขนาดของข้อความ (TH SarabunPSK 48 พอยท์) เวลาที่ใช้ทำมาตรวัดอารมณ์ความรู้สึก SAM (8000 มิลลิวินาที) และความชัดเจนของมาตรวัดอารมณ์ความรู้สึก SAM ในกระดาษ มีความเหมาะสมร้อยละ 100

การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์และขั้นตอนการวิจัยให้อาสาสมัครผู้เข้าร่วมการทดลองได้ทราบรายละเอียดว่าการเข้าร่วมการทดลองเป็นไปด้วยความยินดีและสมัครใจ สามารถปฏิเสธการเข้าร่วมการทดลองได้ตลอดเวลาโดยไม่มีผลกระทบอื่นใดทั้งสิ้น และชี้แจงว่า การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้จากการทดลองเป็นความลับการนำเสนอ

ข้อมูลจะนำเสนอในภาพรวม เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น การวิจัยยึดการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมของการศึกษาวิจัยในมนุษย์ ผ่านการตรวจสอบจริยธรรมในการวิจัยในมนุษย์ที่ 0032/2561 โดยคณะกรรมการจริยธรรมของวิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา

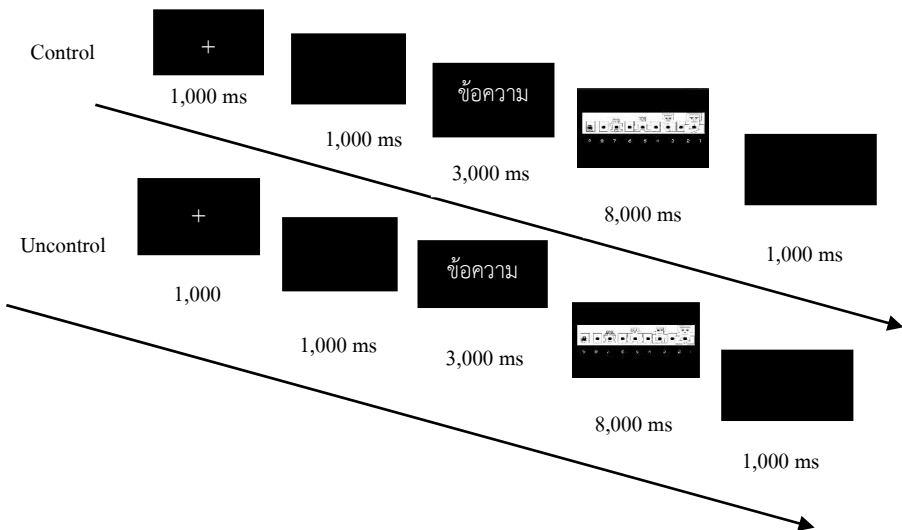
วิธีการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยการรวบรวมสรุปผลการคัดกรองนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี แต่ละคนที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์การคัดเข้าที่กำหนดและยินดีเข้าร่วมการวิจัย ผ่านเกณฑ์การคัดเข้าและลงนามยินยอมเข้าร่วมการวิจัย จำนวน 80 คน การรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่

1. ระยะเตรียมการ โดยการประกาศรับนิสิตอาสาสมัครเข้าร่วมการทดลองทางระบบออนไลน์ ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล แบบทดสอบความถนัดมือ แบบประเมินสุขภาพจิต แบบประเมินภาวะซึมเศร้า แบบสำรวจบุคลิกภาพ แล้วทำการคัดกรองข้อมูลโดยพิจารณาตามเกณฑ์การคัดเข้า (Inclusions Criteria) และเกณฑ์การคัดออก (Exclusions Criteria) จากนั้นนัดหมายและดำเนินการประชุมนิสิตอาสาสมัครเข้าร่วมการทดลองเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นอธิบายกิจกรรมการสอนการมองข้อความภาษาไทยที่เราอารมณ์ ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้นพร้อมทั้งนัดวันเวลาในการดำเนินการทดลอง จากนั้นให้กลุ่มทดลองกรอกแบบฟอร์มแสดงความยินยอมเข้าร่วมการวิจัย ชี้แจงสิทธิของกลุ่มทดลองให้ทราบ จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 กลุ่ม คือเพศชายที่มีบุคลิกภาพเปิดเผย เพศชายที่มีบุคลิกภาพกลางๆ เพศหญิงที่มีบุคลิกภาพเปิดเผยและเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพกลางๆ กลุ่มละ 20 คน

2. ระยะทดลองให้กลุ่มตัวอย่างทำกิจกรรมการทดลองการมองข้อความภาษาไทยที่เราอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น โดยเริ่มตั้งแต่ปรากฏคำชี้แจงบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ ใช้เวลา 10,000 มิลลิวินาที หลังจากนั้น ให้เตรียมความพร้อมด้วยจอพื้นสีดำที่มีกากบาทสีขาวอยู่ตรงกลางจอภาพ 1,000 มิลลิวินาที (Madan, Fujiwara, Capian & Sommer, 2017) ตามด้วยจอพื้นสีดำ 1,000 มิลลิวินาที แล้วให้มอง

ข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลลักษณะไม่กลัวเป็นเวลา 3,000 มิลลิวินาที (Tsonos & Kouroupetroglou, 2011) จากนั้น ปรากฏมาตรวัดอารมณ์ความรู้สึก (SAM) เป็นเวลา 8,000 มิลลิวินาที เพื่อให้กลุ่มทดลองให้คะแนนข้อความภาษาไทยหลังจากนั้นหน้าจอปรากฏจอพื้นสีดำที่มีกากบาทสีขาวอยู่ตรงกลางจอภาพ 1,000 มิลลิวินาที และปรากฏแบบนี้เรื่อยๆ ไปจนครบ 15 ข้อความ จากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างทำการทำกิจกรรมของแต่ละชุดเป็นเวลา 5 นาที โดยประเมินอารมณ์ก่อนการทดลองในชุดต่อไป ด้วยแบบประเมิน PANAS แล้วทำการทดลองต่อโดยการมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลที่มีลักษณะกลัว จำนวน 15 ข้อความ สุดท้ายหน้าจอคอมพิวเตอร์จะปรากฏคำว่า “จบการทดลอง” เพื่อแสดงการจบการทดลองดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3: การทดลองการมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้วยโปรแกรม SPSS version 16
2. วิเคราะห์ความแปรปรวนของตัวแปรตาม คือ อารมณ์ด้านการมีอิทธิพลระหว่างเพศชายและเพศหญิง และบุคลิกภาพเปิดเผยและบุคลิกภาพกลาง ๆ ด้วยสถิติ two - way ANOVA ด้วยโปรแกรม SPSS version 16

ผลการวิจัย

1. ได้กิจกรรมการทดลองมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้นจำนวน 2 ชุดตามลักษณะอารมณ์ไม่กลัว และกลัว แต่ละชุดประกอบด้วยข้อความภาษาไทยจำนวนชุดละ 15 ข้อความ ชุดที่ 1 ลักษณะกลัว มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.20-4.49 ชุดที่ 2 ลักษณะไม่กลัว มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 5.52-5.72
2. ผลการศึกษาเปรียบเทียบอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้นขณะมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล
 - 2.1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี มีอายุ 20-24 ปี นิสิตทุกคนมีผลการทดสอบทางสายตาปกติ ทัศนมือขวา ไม่มีภาวะขี้มึนแสบและมีอารมณ์เชิงบวก (ร้อยละ 100) บุคลิกภาพเปิดเผยและกลางๆ เท่ากัน กลุ่มละ 20 คน ได้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล (n=80)

ลักษณะ อารมณ์	เพศชาย				เพศหญิง			
	บุคลิกภาพ		บุคลิกภาพ		บุคลิกภาพเปิดเผย		บุคลิกภาพ	
	เปิดเผย (n=20)		กลาง ๆ (n=20)		(n=20)		กลาง ๆ (n=20)	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
ไม่กลัว	1.94	0.29	2.02	0.37	1.74	0.39	1.86	0.43
กลัว	7.93	0.48	7.94	0.47	7.93	0.50	7.78	0.44

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายบุคลิกภาพกลางๆ มีค่าคะแนนเฉลี่ยของอารมณ์ขณะมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะไม่กลัวสูงสุด ($\bar{X} = 2.02$) (0.37) รองลงมาคือเพศชายบุคลิกภาพเปิดเผย ($\bar{X} = 1.94$) (0.29) เพศหญิงบุคลิกภาพกลางๆ ($\bar{X} = 1.86$) (0.43) และคะแนนเฉลี่ยของอารมณ์ขณะมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะไม่กลัวต่ำสุดคือ ($\bar{X} = 1.74$) (0.39)

กลุ่มตัวอย่างเพศชายบุคลิกภาพกลางๆ มีค่าคะแนนเฉลี่ยของอารมณ์ขณะมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัวสูงสุด ($\bar{X} = 7.94$) (0.47) รองลงมาคือเพศชายบุคลิกภาพเปิดเผย ($\bar{X} = 7.93$) (0.48) เพศหญิงบุคลิกภาพเปิดเผย ($\bar{X} = 7.93$) (0.50) และคะแนนเฉลี่ยของอารมณ์ขณะมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัวต่ำสุดคือ ($\bar{X} = 7.78$) (0.44)

2.2 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้อารมณ์ด้านการมีอิทธิพลทั้งลักษณะไม่กลัวและลักษณะกลัว ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีบุคลิกภาพต่างกัน ปรากฏว่าการรับรู้อารมณ์ด้านการมีอิทธิพลลักษณะไม่กลัว มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

การทดสอบความแตกต่างอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ
บุคลิกภาพและปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคลิกภาพ ($n=80$)

ลักษณะอารมณ์	ตัวแปรที่ศึกษา	SS	df	MS	F	p
ไม่กลัว	เพศ	0.18	1	0.18	1.28	.26
	บุคลิกภาพ	0.66	1	0.66	4.69	<.05
	เพศ*บุคลิกภาพ	0.00	1	0.00	0.48	.82
กลัว	เพศ	0.09	1	0.09	0.41	.52
	บุคลิกภาพ	0.11	1	0.11	0.49	.48
	เพศ*บุคลิกภาพ	0.11	1	0.11	0.49	.48

จากตารางที่ 2 พบว่าไม่พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศและบุคลิกภาพจากการมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล และพบว่าความแตกต่างระหว่างเพศไม่มีอิทธิพลต่อการมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ทั้งสองลักษณะอารมณ์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ที่ว่าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้นระหว่างเพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกัน ขณะมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล และพบว่าความแตกต่างระหว่างบุคลิกภาพ มีอิทธิพลต่อการมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในลักษณะ ไม่กลัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อ 2 ที่ว่าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้นระหว่างผู้ที่มีบุคลิกภาพเปิดเผยกับบุคลิกภาพกลางๆ แตกต่างกันขณะมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยแยกเป็น 2 ประเด็นตามสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 อารมณ์ด้านการมีอิทธิพลของผู้ใหญ่ตอนต้นระหว่างเพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกันขณะมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ผลการวิจัยปรากฏว่า เพศที่ต่างกันไม่ส่งผลต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพลทั้งสองลักษณะ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า ข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลที่นำมาวิจัยในครั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของข้อความใกล้เคียงกัน ไม่ได้แตกต่างกันอย่างชัดเจน เช่น ลักษณะกลัว ควรมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 7.00-9.00 ลักษณะไม่กลัวควรมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00-3.00 แต่ข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลที่ศึกษาในครั้งนี้ ชุดที่ 1 ลักษณะกลัว มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.20-4.49 ชุดที่ 2 ลักษณะไม่กลัว มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 5.52-5.72 ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าข้อความอาจสื่อความมีอิทธิพลและไม่มียิทธิพลได้น้อยกว่าที่ควรจะเป็น จึงทำให้ผลการทดลองไม่แตกต่างกัน อีกประการหนึ่งที่เป็นเช่นนี้เพราะกลุ่มทดลองนั้นเป็นคนที่มึลักษณะใกล้เคียงกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของอายุ วัฒนธรรม สภาพสังคมรวมไปถึงเชื้อชาติศาสนา จึงทำให้การรับรู้ทางด้านอารมณ์ความรู้สึกด้านการมีอิทธิพลระหว่างเพศนั้นไม่แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Redondo et al. (2007) ที่พบว่าความแตกต่างของอารมณ์จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อเป็นการศึกษาเปรียบเทียบข้ามวัฒนธรรม

สมมติฐานที่ 2 อารมณ์ด้านการมีอิทธิพลของผู้ใหญ่ตอนต้นระหว่างผู้ที่มีบุคลิกภาพเปิดเผยกับกลางๆ แตกต่างกัน ขณะมองข้อความภาษาไทยที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ผลการวิจัยปรากฏว่า บุคลิกภาพส่งผลต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะไม่กลัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Beauducel et al.(2006) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอารมณ์เชิงบวกและบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีบุคลิกภาพด้านการเปิดกว้างมีความสัมพันธ์สูงกับอารมณ์เชิงบวกประเภทความกลัวและงานวิจัยของ Tok et al. (2010) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบและ

การรับรู้อารมณ์ ในกลุ่มตัวอย่างจากประชากรนักกีฬาแสดงให้เห็นว่าบุคลิกที่ต่างกันมีผลต่อการรับรู้อารมณ์ที่ต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ควรมีศึกษาควบคู่กับการศึกษาค้นไฟฟ้าสมองสัมพันธ์กับเหตุการณ์ ซึ่งเป็นการศึกษาลึกลงไปถึงการทำงานและการเปลี่ยนแปลงคลื่นไฟฟ้าสมอง เมื่อได้รับสิ่งเร้าที่เป็นข้อความภาษาไทยที่ส่งผลต่ออารมณ์ เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของคลื่นไฟฟ้าสมองว่าสมองมีการทำงานอย่างไร และเครือข่ายการเชื่อมโยงการทำงานของสมองอย่างไร

1.2 ควรมีการนำผลศึกษาไปประยุกต์ใช้ใน โปรแกรมการฝึกควบคุมอารมณ์ของมนุษย์ในสถานการณ์ต่างๆ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาในช่วงวัยผู้สูงอายุ เพื่อนำผลไปประยุกต์ใช้ในการดูแลผู้สูงอายุ

2.2 ควรมีศึกษาควบคู่กับการศึกษาค้นไฟฟ้าสมองสัมพันธ์กับเหตุการณ์ในช่วงวัยผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นการศึกษาลึกลงไปถึงการทำงานและการเปลี่ยนแปลงคลื่นไฟฟ้า เพื่อนำผลศึกษาการไปประยุกต์ใช้กับผู้สูงอายุ

2.3 งานวิจัยนี้ข้อจำกัดในการศึกษาในบุคคลที่มีปัญหาด้านการมองเห็น

References

- Beauducel, A., Brocke, B. & Leue, A. (2006). Energetical bases of extraversion: Effort, arousal, EEG, and performance. *International Journal of Psychophysiology*, 62(2), 212-223.
- Bradley, M. M. & Lang, P. J. (1994). Measuring emotion: the Self-Assessment Manikin (SAM) and the semantic differential. *Journal of behavior therapy and experimental psychiatry*, 25(1), 49-59.
- _____. (1999). *Affective norms for English words (ANEW): Technical manual and affective ratings*. Gainesville, FL: The Center for Research in Psychophysiology, University of Florida.
- Edmonds, W. A. & Kennedy, T. D. (2017). *An applied reference guide to research designs: Quantitative, qualitative, and mixed methods (2nd ed.)*. Los Angeles: Sage Publications.
- Eysenck, H. J. R. (1967). *The biological basis of personality* (Vol. 689). New Brunswick: Transaction publishers.
- Eysenck, H. & Eysenck, M. (1985). *Personality and individual differences: A natural science perspective*. New York: Plenum Press.
- Imbir, K. K. (2016). Affective norms for 4900 Polish Words Reload (ANPW_R): Assessments for valence, arousal, dominance, origin, significance, concreteness, imageability and, age of acquisition. *Frontiers in psychology*, 7(1081), 1-18.
- Kret, M. E. & De Gelder, B. (2012). A review on sex differences in processing emotional signals. *Neuropsychologia*, 50(7), 1211-1221.

- Madan, C.R., Fujiwara, E., Caplan, J.B. & Sommer, T. (2017). Emotional arousal impairs association-memory: Roles of amygdala and hippocampus. *NeuroImage*, 156, 14-28.
- Mochizuki, A. A. & Kirino, E. (2008). Effects of coordination exercises on brain activation: a functional MRI study. *International Journal of Sport and Health Science*, 6, 98-104.
- Moors, A., De Houwer, J., Hermans, D., Wanmaker, S., van Schie, K., Van Harmelen, A.L., De Schryver, M., De Winne, J. & Brysbaert, M. (2013). Norms of valence, arousal, dominance, and age of acquisition for 4, 300 Dutch words. *Behavior research methods*, 45(1), 169-177.
- Montefinese, M., Ambrosini, E., Fairfield, B. & Mammarella, N. (2014). The adaptation of the Affective Norms for English Words (ANEW) for Italian. *Behavior research methods*, 46(3), 887-903.
- Pinheiro, A. P., Dias, M., Pedrosa, J. & Soares, A. P. (2017). Minho affective Sentences (MAS): Probing the roles of sex, mood, and empathy in affective ratings of verbal stimuli. *Behavior Research Methods*, 49(2), 698-716.
- Rachamanee, S., Kornpetpanee, S. & Wongupparaj, P. (2017). Development of the computerized multitask for assessing depression with electroencephalogram measurements for Thai adolescents. *Rajabhat Maha Sarakham University Journal Humanities and Social Sciences*, 12(2), 269-280. [in Thai]
- Radke, S., Volman, I., Mehta, P., Van Son, V., Enter, D., Sanfey, A., Toni, I., de Bruijn, E.R. & Roelofs, K. (2015). Testosterone biases the amygdala toward social threat approach. *Science Advances*, 1(5), 1-7.

- Redondo, J., Fraga, I., Padrón, I. & Comesaña, M. (2007). The Spanish adaptation of ANEW (Affective norms for English words). *Behavior Research Methods*, 39(3), 600-605.
- Sudchum, R., Chadcham, S. & Wongupparaj, P. (2018). The development of an affective Thai texts norms bank system. *Research methodology and cognitive science*, 16(2), (in press). [in Thai]
- Tok, S., Koyuncu, M., Dural, S. & Catikkas, F. (2010). Evaluation of international affective picture system (IAPS) ratings in an athlete population and its relations to personality. *Personality and Individual Differences*, 49(5), 461-466.
- Tsonos,D. & Kouroupetroglou, G. (2011). Modeling reader's emotional state response on document's typographic elements. *Advances in Human-Computer Interaction*. 2011, 1-18.
- Watanabe, N. & Yamamoto, M. (2015). Neural mechanisms of social dominance. *Frontiers in neuroscience*, 9(154), 1-14.

Author

Miss Watsana Duangchai

Doctor of Philosophy Program in Research and Statistics in Cognitive Science, College of Research Methodology and Cognitive Science, Burapha University

Tel.: 093-5928758 E-mail: watsana911@gmail.com