

**อิทธิพลของความแตกต่างระหว่างเพศและบุคลิกภาพที่มีต่อเสียง
ดิจิตอลที่เร้าอารมณ์ ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ตอนต้น:
การศึกษาเชิงพฤติกรรม***

**The Influence of Gender and Personality Differences on
Emotional Valence Digitized Sounds in Young Adults:
Behavioral Study**

วสันต์ ฉายรัชมิกุล, เสรี ชัดฉำ, พูนพงศ์ สุขสว่าง และ ศราวิน เทพยัสติตรณ

Wason Chayrassameegul, Seree Chadcham, Poonpong Suksawang and Sarawin Thepsatitporn

มหาวิทยาลัยบูรพา

Burapha University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: wason_b8@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบอารมณ์ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่ตอนต้น จำแนกตามเพศ จำแนกตามบุคลิกภาพ และขณะฟังเสียงดิจิตอลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ 2) เปรียบเทียบอารมณ์ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่ตอนต้น จำแนกตามบุคลิกภาพ ขณะฟังเสียงดิจิตอลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ และ 3) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่ตอนต้น ขณะฟังเสียงดิจิตอลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา อายุระหว่าง 18-25 ปี เป็นเพศชายที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย 20 คน เปิดเผยกลางๆ 20 คน และเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย 20 คน และเปิดเผยกลางๆ 20 คน รวมทั้งสิ้น 80 คน โดยใช้แบบแผนการทดลองแบบ 2 X 2 Factorial Posttest Design เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ มาตรวัดอารมณ์ความรู้สึก (The Self-Assessment Manikin: SAM) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติทดสอบที (Independent t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนร่วมแบบ 2 ทาง (Two - Way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของความแตกต่างระหว่างเพศและบุคลิกภาพที่มีต่อเสียงดิจิตอลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ตอนต้น: การศึกษาเชิงพฤติกรรมพบว่าเพศ แตกต่างกัน มีการตอบ

*ได้รับบทความ: 9 ตุลาคม 2561; แก้ไขบทความ: 28 มกราคม 2562; ตอรับตีพิมพ์: 27 สิงหาคม 2562

Received: October 9, 2018; Revised: January 28, 2019; Accepted: August 27, 2019



สนองทางด้านอารมณ์ขณะฟังเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ ไม่แตกต่างกัน บุคลิกภาพที่แตกต่างกัน มีการตอบสนองทางด้านอารมณ์ขณะฟังเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ ไม่แตกต่างกัน และอิทธิพลระหว่างเพศกับบุคลิกภาพที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิซึ่งกันและกันขณะฟังเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ

คำสำคัญ: อิทธิพล; เสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์

Abstract

The research aims to: 1) Compare the emotions of young adults classified; 2) by gender and personality towards emotional valence digitized sounds; 3) Interaction between sex and personality. While listening to digital audio, the impression is impressive. The samples were 18-25 year Burapha University students, 20 extrovert men, 20 ambivert, 20 extrovert women, 20 ambivert. Total 80 people. 2 X 2 Factorial Posttest Design. The self-assessment Manikin (SAM) was used to analyze data by independent t-test and (Two - Way ANOVA).

The research found that: The Influence of gender and personality differences on emotional valence digitized sounds in young adults: behavioral studies found that heterosexuality had different emotional responses while listening to digital euphoria. impression not Different personality emotional responsiveness while listening to the digital sound that impresses the impression. not different And the influence between gender and personality is different. No synergy while listening to digital audio, the impression is impressive.

Keywords: influence; emotional valence digitized sounds

1. บทนำ

ตามทฤษฎีทางด้านอารมณ์ได้จำแนกอารมณ์ออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) อารมณ์ด้านความประทับใจ (Valence) 2) อารมณ์ด้านการตื่นตัว (Arousal) และ 3) อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล (Dominance) (Buechel & Hahn, 2017; 578-585; Sood, 2008 : 74-78) โดยรูปแบบทางด้าน

อารมณ์ได้จำแนกออกเป็น 2 มิติหลักๆ คือ อารมณ์ความรู้สึกทางบวก (Positive Affective: PA) กับ อารมณ์ความรู้สึกทางลบ (Negative Affective: NA) (Santrock, 2003 : 465) ซึ่งอารมณ์ดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีสิ่งเร้ามากระตุ้นแล้วทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสรีรวิทยา และแสดงออกทางพฤติกรรมหรือแสดงออกทางสีหน้า โดยวิธีการ



วัดทางด้านอารมณ์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 วิธี คือ 1) วิธีการวัดแบบรายงานตนเองทางด้านอารมณ์ (Self-reports of Emotion) โดยเป็นแบบวัดที่เป็น rating scale 2) วิธีการวัดทางสรีรวิทยา (Physiological Measurement) โดยวัดได้จากการวัดโลหิต อัตราการเต้นของหัวใจ และ 3) วิธีการวัดแบบสังเกตพฤติกรรม (Behaviors Observation) โดยวัดจากการสังเกตในการแสดงออกทางสีหน้า น้ำเสียง (Shiota & Kalat, 2012 : 6) จากการศึกษาโดยสถาบันแห่งชาติของศูนย์สุขภาพจิต อารมณ์และความใส่ใจ มหาวิทยาลัยฟลอริดา ประเทศสหรัฐอเมริกา (The National Institute of Mental Health Center for Emotion and Attention at the University of Florida) ได้สร้างสิ่งเร้าที่นำมากระตุ้นให้เกิดอารมณ์ความรู้สึก เพื่อเป็นบรรทัดฐานในการศึกษาเกี่ยวกับอารมณ์ มีด้วยกัน 4 ประเภท คือ สิ่งเร้าที่เป็นภาพ International Affective Picture System (IAPS) สิ่งเร้าที่เป็นเสียง International Affective Digital Sounds (IADS) สิ่งเร้าที่เป็นคำ Affective Norms for English Words (ANEW) และสิ่งเร้าที่เป็นข้อความ Affective Norms for English Text (ANET) สำหรับงานวิจัยในประเทศไทย พบว่า วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา โดยธนพณ ภูสุวรรณ ได้พัฒนาคลังเสียงดิจิทัลที่ส่งผลทางด้านอารมณ์ความรู้สึกในบริบทของสังคมไทย ซึ่งพัฒนาขึ้นโดยใช้แนวความคิดของระบบเสียงดิจิทัลที่เป็นเสียงนานาชาติสากลที่ส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึก The International Affective Digitized Sounds (IADS) (Lang &

Bradley, 1999 : 1-45) และการพัฒนาการศึกษาข้อมูลชุดเสียงระบบเสียงดิจิทัลนานาชาติสากล ไอแอดส์-2 The International Affective Digitized Sounds (IADS-2) โดยมีเป้าหมายเพื่อเป็นสิ่งเร้าสำหรับการศึกษาทางด้านอารมณ์ความรู้สึก

จากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยทางด้านอารมณ์ของต่างประเทศที่ผ่านมา พบว่า มีการศึกษาทางด้านอารมณ์หลากหลายประเทศ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา สเปน โปรตุเกส เกาหลี จีน เป็นต้น โดยได้นำเสียงที่เป็นมาตรฐานมากระตุ้นอารมณ์เพื่อศึกษาถึงอารมณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้น และวัดด้วยมาตรวัดอารมณ์ความรู้สึก โดยการศึกษาดังกล่าว เป็นการศึกษาทางด้านพฤติกรรม รวมไปถึงการศึกษาคลื่นไฟฟ้าสมอง ซึ่งในประเทศไทย ยังไม่พบงานวิจัยที่นำเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจมาศึกษาทั้งทางด้านพฤติกรรมและด้านสรีรวิทยา โดยในงานนี้ผู้วิจัยเลือกศึกษาเฉพาะด้านพฤติกรรม โดยนำเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจของธนพณ ภูสุวรรณ มาทำการทดลอง เพื่อศึกษาถึงคะแนนพฤติกรรมหลังจากที่ได้รับสิ่งเร้าจากระบบเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจในบริบทของคนไทยเพื่อศึกษาถึงคะแนนพฤติกรรมระหว่างเพศ และบุคลิกภาพที่ต่างกัน จะมีการรับรู้ความรู้สึกจากสิ่งเร้าที่เป็นเสียงมาตรฐาน มีความแตกต่างกันหรือไม่

จากเหตุผลและข้อมูลดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของความแตกต่างระหว่างเพศและบุคลิกภาพที่มีต่อเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ตอนต้น ซึ่งจะศึกษาในลักษณะเชิงพฤติกรรม โดยให้สิ่งเร้า



ที่เป็นเสียงดิจิตอลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ ลักษณะพึงพอใจ และไม่พึงพอใจ ซึ่งผลการศึกษานี้จะได้ข้อมูลสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ และเป็นองค์ความรู้ทางด้านอารมณ์ต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เปรียบเทียบอารมณ์ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่ตอนต้น จำแนกตามเพศ ขณะฟังเสียงดิจิตอลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ
2. เปรียบเทียบอารมณ์ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่ตอนต้น จำแนกตามบุคลิกภาพ ขณะฟังเสียงดิจิตอลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ
3. ปฏิสัมพันธ์ร่วมระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่ตอนต้น ขณะฟังเสียงดิจิตอลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ

3. วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ นิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา ชั้นปีที่ 1-4 ที่มีอายุระหว่าง 20-25 ปี และกำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2560 โดยเป็นเพศชายที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย 20 คน บุคลิกภาพแบบเปิดเผยกลางๆ 20 คน เพศหญิงที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย 20 คน และบุคลิกภาพแบบเปิดเผยกลางๆ 20 คน ซึ่งจำแนกบุคลิกภาพตาม แบบสำรวจบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบฉบับภาษาไทย (NEO Personality Inventory 3; NEO-PI-3 Thai version) งานวิจัยนี้จะเน้นการวัดบุคลิกภาพองค์ประกอบบุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion) โดยผู้เข้าร่วมการทดลองที่มีระดับ

คะแนนตั้งแต่ 118 ขึ้นไป ถือว่าเป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย และระดับคะแนนระหว่าง 100-117 ถือว่าเป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพกลางๆ โดยผู้เข้าร่วมการวิจัยยินดีเข้าร่วมการวิจัย และคัดผู้เข้าร่วมการวิจัยตามเกณฑ์คุณสมบัติการคัดเข้าของกลุ่มตัวอย่าง โดยการวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) โดยใช้แบบแผนการทดลองแบบ 2X2 Factorial Posttest Design (Between Subjects) (Edmonds & Kennedy, 2017 : 79)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ มาตรการอารมณ์ความรู้สึก (The Self-Assessment Manikin: SAM) ของ Bradley and Lang (1994)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1-30 เมษายน 2561 เก็บข้อมูลวันละ 5 คน โดยดำเนินการเก็บข้อมูลในห้องปฏิบัติการ ศูนย์ความเป็นเลิศทางวิทยาการปัญญา วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้วิจัยได้ชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการประเมินเสียงดิจิตอลที่เราอารมณ์ ด้วยมาตรวัดอารมณ์ความรู้สึก และดำเนินการเก็บข้อมูลดังนี้ 1) ชี้แจงผู้เข้าร่วมการทดลองและแนะนำมาตรวัดอารมณ์ความรู้สึก (SAM) 2) ผู้วิจัยอธิบายรายละเอียดของการประเมินเสียงดิจิตอลที่เราอารมณ์ พร้อมยกตัวอย่าง 3) เมื่อผู้ประเมินพร้อมจึงเริ่มดำเนินการเก็บข้อมูลแต่ละเสียงด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยผู้ประเมินฟังเสียงดิจิตอลที่มีความยาว 6 วินาที หลังจากนั้นประเมินเสียงดังกล่าวตามอารมณ์ความรู้สึกแรก ที่เกิดขึ้นจริงของตนเอง โดยการกดตัวเลขในคีย์แพด (Keypad) ตามคำชี้แจงที่ได้กำหนดไว้

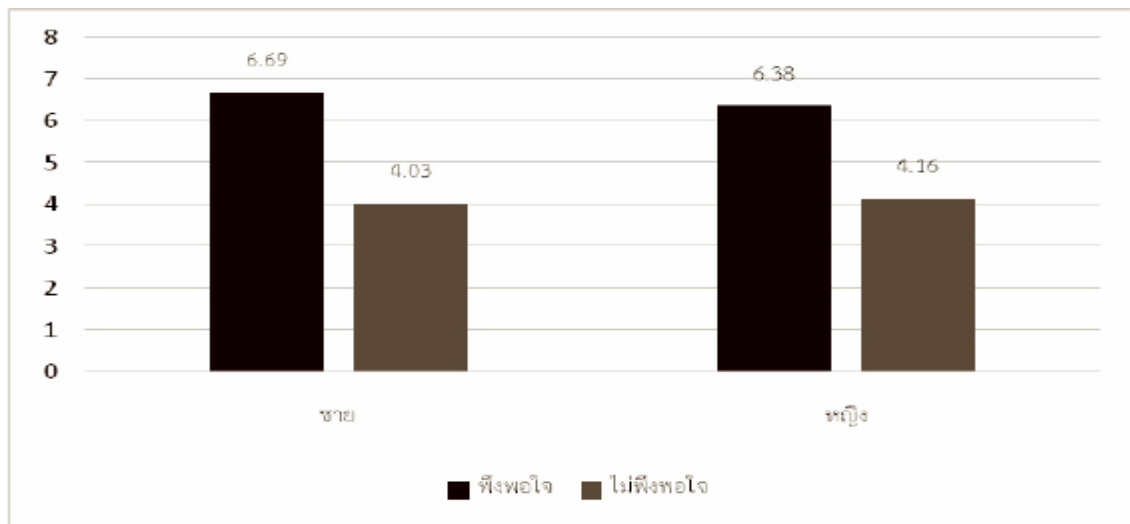


4. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจในแต่ละเสียงจากแบบวัดมาตรวัดอารมณ์ความรู้สึก (The Self-Assessment Manikin: SAM) จำแนกตามเพศ และบุคลิกภาพ ด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนที่ได้จากการฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ โดยใช้สถิติทดสอบสำหรับกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (Independent t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนร่วมแบบ 2 ทาง (Two-Way ANOVA)

4. สรุปผลการวิจัย

ผลการเปรียบเทียบข้อมูลด้านพฤติกรรมจากการทดลองการฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์

ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ออนต้น โดยใช้มาตรวัดอารมณ์ความรู้สึก Self-Assessment Manikin (SAM) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายให้คะแนนเฉลี่ยเสียงที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะพึงพอใจ เท่ากับ 6.58 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.97 และเสียงที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะไม่พึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.49 และกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงให้คะแนนเฉลี่ยเสียงที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะพึงพอใจ เท่ากับ 6.11 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 2.10 และเสียงที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะไม่พึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.76 แสดงความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยจากการฟังเสียงที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ จำแนกตามเพศ ดังภาพที่ 1

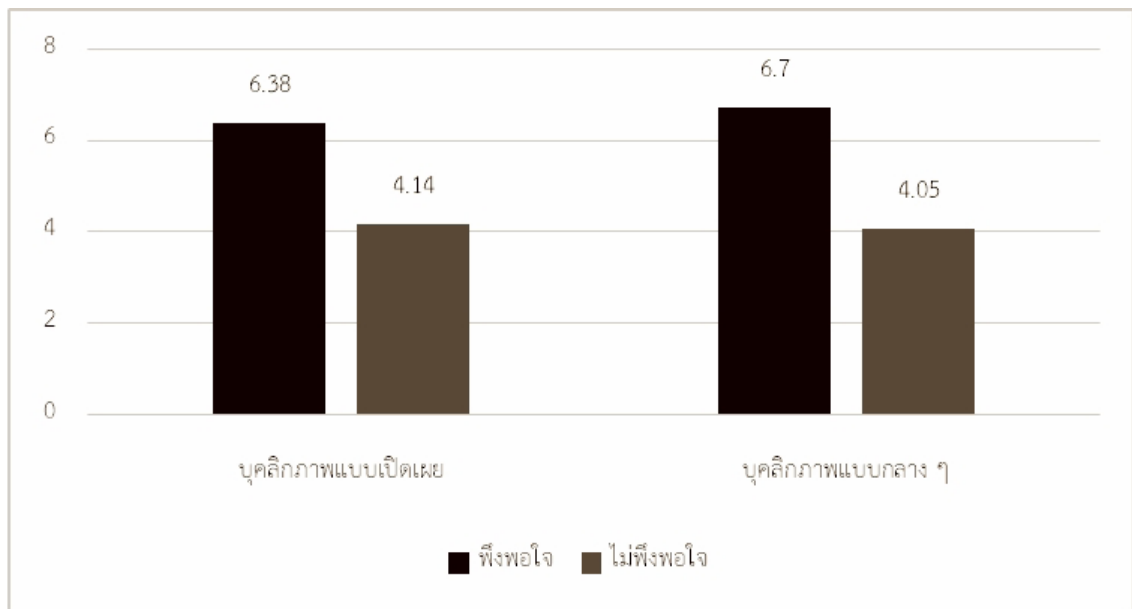


ภาพที่ 1 คะแนนเฉลี่ยจากการฟังเสียงที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจจำแนกตามเพศ



ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ อารมณ์ด้านความประทับใจ จำแนกตามบุคลิกภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย ให้คะแนนเฉลี่ยเสียงที่เร้าอารมณ์ ด้านความประทับใจลักษณะพึงพอใจ เท่ากับ 6.25 โดยมี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.80 และเสียง ที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะไม่พึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน เท่ากับ 1.75 และกลุ่มตัวอย่างที่มี

บุคลิกภาพแบบเปิดเผยกลางๆ ให้คะแนนเฉลี่ย เสียงที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะพึง พื่อใจ เท่ากับ 6.43 โดยมีส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน เท่ากับ 1.47 และเสียงที่เร้าอารมณ์ด้านความ ประทับใจลักษณะไม่พึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.50 แสดง ความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยจากการฟังเสียง ที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจจำแนกตาม บุคลิกภาพ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 คะแนนเฉลี่ยจากการฟังเสียงที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจจำแนกตามบุคลิกภาพ

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ อารมณ์ด้านความประทับใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เพศชายที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผยให้คะแนนเฉลี่ย เสียงที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะ พึงพอใจ เท่ากับ 6.62 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.90 และเสียงที่เร้าอารมณ์ด้านความ

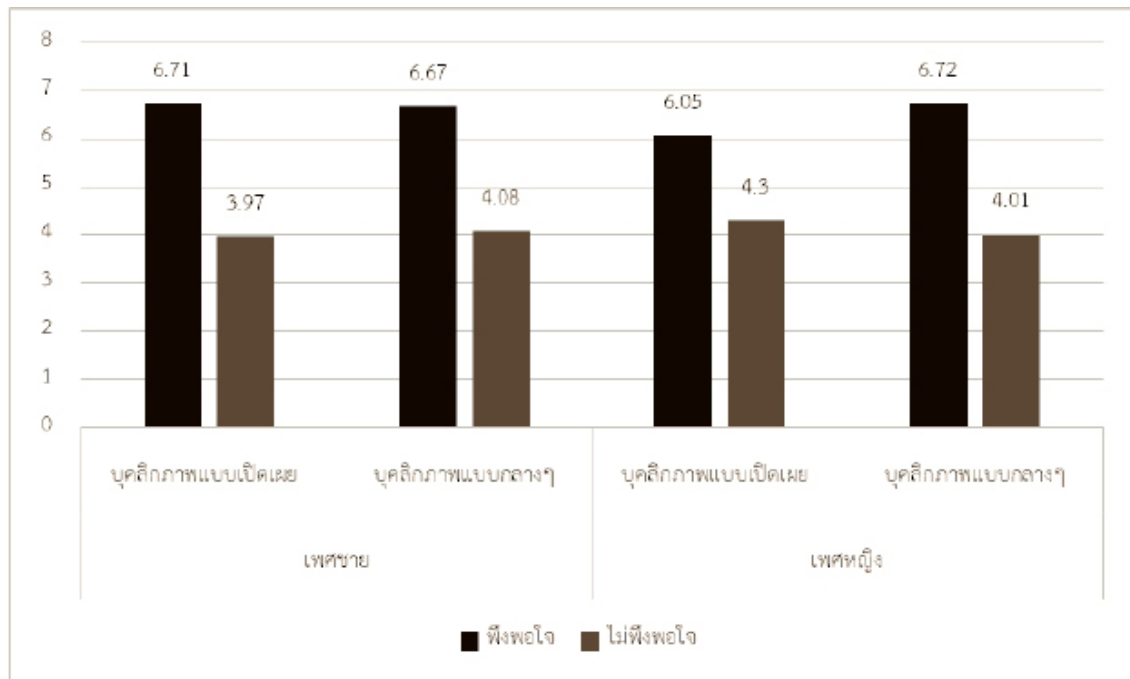
ประทับใจลักษณะไม่พึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.55 และ กลุ่มตัวอย่างเพศชายที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย กลางๆ ให้คะแนนเฉลี่ยเสียงที่เร้าอารมณ์ด้านความ ประทับใจลักษณะพึงพอใจ เท่ากับ 6.53 โดยมีส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.05 และเสียงที่เร้า



อารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะไม่พึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.48

กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผยให้คะแนนเฉลี่ยเสียงที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะพึงพอใจ เท่ากับ 5.88 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 2.36 และเสียงที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะไม่พึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เท่ากับ 1.96 และกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผยกลางๆ ให้คะแนนเฉลี่ยเสียงที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะพึงพอใจ เท่ากับ 6.34 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.83 และเสียงที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะไม่พึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.56 แสดงความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยจากการฟังเสียงที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 คะแนนเฉลี่ยจากการฟังเสียงที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ

การเปรียบเทียบอารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะพึงพอใจ พบว่า ความแตกต่างระหว่างเพศและบุคลิกภาพไม่มีอิทธิพลต่อการฟังเสียงที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ ลักษณะพึงพอใจและไม่พบปฏิสัมพันธ์ร่วมระหว่างเพศและบุคลิกภาพ

จากการฟังเสียงที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะพึงพอใจ

การเปรียบเทียบอารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะไม่พึงพอใจ พบว่า ความแตกต่างระหว่างเพศและบุคลิกภาพไม่มีอิทธิพลต่อการฟังเสียงที่เรา



อารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะไม่พึงพอใจ และไม่พบปฏิสัมพันธ์ร่วมระหว่างเพศและบุคลิกภาพจากการฟังเสียงที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจลักษณะไม่พึงพอใจ

5. อภิปรายผลการวิจัย

ผลการเปรียบเทียบอารมณ์ด้านความประทับใจของผู้ใหญ่ตอนต้น จำแนกตามเพศบุคลิกภาพ ขณะฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ ลักษณะพึงพอใจ และไม่พึงพอใจ ผลปรากฏว่า เพศ และบุคลิกภาพต่างกัน มีการตอบสนองทางอารมณ์ด้านความประทับใจ ลักษณะพึงพอใจ และไม่พึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะกลุ่มตัวอย่าง มีเชื้อชาติเดียวกันอยู่ในวัฒนธรรมเดียวกันจึงทำให้การรับรู้และตีความหมายด้านอารมณ์ด้านความประทับใจ

ลักษณะพึงพอใจ ไม่พึงพอใจไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Soares, et al. (2013 : 1168-1181) Redondo, et al. (2008 : 784-790) ที่พบว่าเพศชายกับเพศหญิงที่มีวัฒนธรรมเดียวกันจะไม่พบความแตกต่างในการรับรู้ ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เป็นเสียง ขณะประเมินทางด้านอารมณ์ โดยการรับรู้จะมีความแตกต่างก็ต่อเมื่อเป็นการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม

6. ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาอารมณ์ความรู้สึกให้ครอบคลุมทั้งด้านความประทับใจ ด้านการตื่นตัว และด้านการมีอิทธิพล
2. ควรมีการศึกษาอารมณ์ความรู้สึกให้ลึกลงไปถึงการศึกษาค้นไฟฟ้าสมอง และการเชื่อมโยงการทำงานของสมอง

References

- Bradley, M. M., & Lang, P. J. (1994). *Measuring emotion: The self-assessment manikin and the semantic differential*. United States of America : University of Florida.
- _____. (1999). Affective norms for English words (ANEW): Instruction manual and affective ratings. Technical Report C-1. *The Center for Research in Psychophysiology*. United States of America : University of Florida.
- Buechel, S., & Hahn, U. (2017). EMOBANK: Studying the Impact of Annotation Perspective and Representation Format on Dimensional Emotion Analysis. *Proceedings of the 15th Conference of the European Chapter of the Association for Computational Linguistics: Volume 2, Short Papers, pages 578–585, Valencia, Spain, April 3-7, 2017. c 2017 Association for Computational Linguistics*.
- Edmonds, W. A., & Kennedy, T. D. (2017). *An Applied Guide to Research Designs: Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods*. California : Sage Publications.



- Redondo, J., et al. (2008). Affective ratings of sound stimuli. *Behavior Research Methods*, 40(3), 784-790.
- Santrock, J. W. (2003). *Psychology: Essentials*. Boston : McGraw-Hill.
- Sood, S. O. (2008). *Emotional Computation in Artificial Intelligence Education*. Association for the Advancement of Artificial Intelligence.
- Shiota, M. N., & Kalat, J. W. (2012). *Emotion*. Wadsworth : New York.
- Soares, A. P., et al. (2013). Affective auditory stimuli: Adaptation of the International Affective Digitized Sounds (IADS-2) for European Portuguese. *Behavior research methods*, 45(4), 1168-1181.

