

ผลของความแตกต่างระหว่างเพศและบุคลิกภาพที่มีต่อรูปภาพ และเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ตอนต้น*

Effect of Gender and Personality Differences on Erotic Images and Digital Sounds in Young Adults Impressions

ศุภมาส เพชรสมบัติ, เสรี ชัดแฉ่ม, ปัทรวดี มากมี และศราวิญ เทพสถิตย์กรณ
Supamas Pechsombat, Seree Chadcham, Pattrawadee Makmee and Sarawin Thepsatitporn
วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา
College of Research Methodology and Cognitive Science, Burapha University, Thailand
Corresponding Author, E-mail: supamas.pechsombat@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบกิจกรรมการทดลองมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ตอนต้น และศึกษาอารมณ์ด้านความประทับใจ ลักษณะพึงพอใจ และลักษณะไม่พึงพอใจ ขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ จำแนกตามเพศ และ บุคลิกภาพ กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2560 จำนวน 80 คน เครื่องมือ ที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย กิจกรรมการทดลองมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ และมาตรวัดอารมณ์ความรู้สึกด้านความประทับใจ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Two-way ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า

1. กิจกรรมการทดลองมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ตอนต้น ประกอบด้วย กิจกรรม 2 ชุด ชุดละ 12 สิ่งเร้า สิ่งเร้าละ 14.5 วินาที จำแนกตามลักษณะอารมณ์ คือ ลักษณะพึงพอใจ และลักษณะไม่พึงพอใจ
2. ผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีเพศและบุคลิกภาพต่างกัน มีอารมณ์ด้านความประทับใจ ลักษณะพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนลักษณะไม่พึงพอใจไม่แตกต่างกัน
3. มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคลิกภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ขณะมองรูปภาพ และฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ ลักษณะพึงพอใจ และลักษณะไม่พึงพอใจ

คำสำคัญ: อารมณ์ด้านความประทับใจ; มาตรวัดอารมณ์ความรู้สึก; รูปภาพและเสียงดิจิทัล

*ได้รับบทความ: 11 พฤศจิกายน 2561; แก้ไขบทความ: 7 มีนาคม 2562; ตอรับตีพิมพ์: 15 พฤษภาคม 2562

Received: November 11, 2018; Revised: March 7, 2019; Accepted: May 15, 2019



Abstract

The purposes of this research were to design emotional valence of picture and digitized sound task and then to study emotional valence, pleasurable and unpleasant emotions classified by gender and personality. Participants were 80 undergraduate students in the academic year 2017 at Burapha University. Research instruments included the emotional valence picture and digitized sound task, and Self-Assessment Manikin (SAM). Data were analyzed using a two-way analysis of variance.

The results showed that:

1. The task consisted of two blocks of pictures and digitized sounds: pleasurable and unpleasant emotions. Each block contained 12 stimuli and each stimulus was presented for 14.5 seconds.
2. Gender and personality differences significantly affected pleasurable emotion ($p < .05$). However, the difference in unpleasant emotion was not found.
3. There was an interaction effect between genders and personalities on emotional valence both in pleasurable and unpleasant emotions ($p < .05$).

Keywords: valence emotional; self-assessment manikin; pictures and digitized

1. บทนำ

อารมณ์ (Emotion) เป็นกระบวนการทางสมองที่ซับซ้อน เป็นปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นภายในอารมณ์มีผลต่อการแสดงออกของพฤติกรรมมนุษย์ในแต่ละวันมนุษย์มีอารมณ์เกิดขึ้นมากมายโดยจะอยู่ภายใต้สิ่งเร้า (Stimulus) ที่มากระตุ้นในสถานการณ์และช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ประกอบกับการประสบการณ์ของบุคคลนั้น อารมณ์เกี่ยวข้องกับการทำงานของระบบประสาท ซึ่งระบบประสาทที่มีประสิทธิภาพจะไวต่อการรับรู้สิ่งเร้าที่มากระตุ้นเส้นใยประสาท เพื่อส่งผลสิ่งที่กระตุ้นไปยังระบบสมองไฮโปทาลามัส ซึ่งเป็นศูนย์กลางของระบบประสาท ทำหน้าที่แปลความหมายเกี่ยวกับ

อารมณ์ความรู้สึกทำให้เกิดปฏิกิริยาด้านอารมณ์และส่งผลแสดงออกทางพฤติกรรมของแต่ละบุคคลในลักษณะที่ต่างกัน Scherer (2001 : 695) ได้อธิบายว่า อารมณ์ความรู้สึกเป็นการเกี่ยวพันที่ซับซ้อนประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลักได้แก่ กระบวนการทางปัญญา (Cognition) ประสาทสรีรวิทยา (Neurophysiology) แรงจูงใจ (Motivation) การแสดงออก (Motor Expression) และความรู้สึกภายใน (Subjective Feeling) อารมณ์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ อารมณ์มีส่วนสำคัญในการกำหนดบุคลิกภาพ ลักษณะนิสัย แรงจูงใจ พฤติกรรม และการกระทำมีผลต่อความคิด ความรู้สึกการ



เรียนรู้ การตัดสินใจ การแสดงออกทางพฤติกรรม เช่น สีหน้า วาจา ท่าทาง อารมณ์เป็นเครื่องชี้วัดสภาวะสุขภาพจิตเป็นสื่อให้ผู้อื่นเข้าใจสภาพตัวตนของบุคคล มีความสำคัญต่อสุขภาพร่างกาย การดำรงชีพในแง่ทั้งสุขและทุกข์ รวมถึงการอยู่รอดของเรา โดยมีความสำคัญต่อบุคคล อารมณ์ที่ทำให้เกิดความสุข อารมณ์ดี มีความเพลิดเพลินใจ ตื่นตัว กระฉับกระเฉง ทำให้มีสมาธิทำงานได้ดีขึ้น (Schultz, 2015) ซึ่งการศึกษาเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกเป็นสิ่งจำเป็น ที่ทำให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของมนุษย์ได้เป็นอย่างดี

รูปแบบของอารมณ์ความรู้สึก จำแนกออกเป็น 2 มิติ คือ อารมณ์ความรู้สึกทางบวก และ อารมณ์ความรู้สึกทางลบ (Santrock, 2003 : 465) ทฤษฎีทางอารมณ์ VAD Model ได้จำแนกอารมณ์ออกเป็น 3 ด้านคือ 1) อารมณ์ด้านความประทับใจ 2) อารมณ์ด้านการตื่นตัว และ 3) อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ซึ่งอารมณ์ด้านความประทับใจ เป็นหนึ่งในอารมณ์ 3 ประเภทที่ได้รับความสนใจในการศึกษาอย่างกว้างขวาง เนื่องจากสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในวงการต่างๆ เช่น การแพทย์ การศึกษา ธุรกิจ การสื่อสารและโฆษณา การศึกษาเกี่ยวกับอารมณ์จึงเป็นที่สนใจของนักวิชาการและนักวิจัยเป็นอย่างมาก มีการศึกษาทางด้านวิทยาศาสตร์ อารมณ์ (Emotional Science) ที่มุ่งเน้นการวิจัยเพื่อประเมินการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับกลไกของกระบวนการทางอารมณ์ การศึกษาโดยใช้รูปภาพเป็นตัวกระตุ้นอารมณ์ด้านความประทับใจ ได้รับความนิยมน้อยลงมาก เช่น การศึกษาอารมณ์ด้านความประทับใจจาก The Geneva

affective picture database : GAPED (Dan-Glauser & Scherer, 2011) และการศึกษาอารมณ์ของคนต่างวัฒนธรรมโดยใช้ระบบรูปภาพที่สื่อความหมายทางด้านอารมณ์ (IAPS) ของ Soares, et al. (2015) นอกจากนี้ยังมีการศึกษาการประมวลผลทางอารมณ์ของผู้ใหญ่โดยใช้ภาพจากระบบรูปภาพ ที่สื่อความหมายทางอารมณ์ของ Kida and Hoshi (2016)

รูปภาพ เป็นลักษณะของอวัจนภาษา เป็นภาษาสากล ที่มีคุณสมบัติพิเศษสามารถสื่อความหมายได้ดีและรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นเชื้อชาติหรือภาษาใดก็สามารถรับรู้และเข้าใจได้ ช่วยสร้างอารมณ์ความรู้สึกและแรงจูงใจ เป็นรูปแบบของการสื่อสารที่ใช้ประสาทสัมผัสทางการมองเห็น ผ่านกระบวนการทางสมอง ก่อให้เกิดความหมายและมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ความคิด และยังสามารถส่งผลให้บุคคลแสดงอารมณ์ความรู้สึกออกมาอย่างหลากหลาย (Machajdik & Hanbury, 2010 : 83) ปัจจุบันมีการพัฒนาลักษณะเพื่อศึกษาเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกในประเทศต่างๆ ขึ้นเพื่อให้เหมาะกับบริบทของคนในประเทศนั้นๆ เช่น ฐานข้อมูลสื่อความหมายด้านอารมณ์ความรู้สึกในบริบทของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ (Geneva Affective Picture Database: GAPED) (Dan-Glauser & Scherer, 2011)

นอกจากรูปภาพแล้ว เสียงเป็นสิ่งเร้าที่สามารถสื่อสารและมีอิทธิพลต่ออารมณ์ความรู้สึกของบุคคลทำให้มนุษย์เกิดจินตนาการ ความทรงจำ การตัดสินใจและการแสดงออกของพฤติกรรมจากการศึกษาระบบฐานข้อมูลเสียงดิจิทัลที่เป็น



เสียงสากลที่มีผลต่ออารมณ์ความรู้สึก คือ International Affective Digital Sounds (IADS) (Bradley & Lang, 1999) เป็นฐานข้อมูลเสียงดิจิทัลสากลที่เป็นต้นแบบในการศึกษาเรื่องอารมณ์ความรู้สึก ต่อมาได้มีการพัฒนาคลังข้อมูลเสียงดิจิทัลที่เป็นสากลขึ้นเป็น International Affective Digital Sounds (IADS-2) (Bradley & Lang, 2007) โดยใช้แบบประเมินตนเอง (Self-assessment manikin : SAM) Bradley & Lang (1994 : 49) และ Viinikainen, Katsyri and Sams (2012) ได้ศึกษาเสียงที่ทำให้ความรู้สึกประทับใจ โดยใช้คลังเสียงที่เป็นมาตรฐาน พบว่า มีการทำงานที่ชัดเจน เกิดขึ้นบริเวณสมองส่วน Amygdala, Dorsomedial Prefrontal Cortex และ Ventromedial Prefrontal Cortex การศึกษารูปภาพและเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจมีวิธีการที่หลากหลาย เช่น 1) การวัดแบบการรายงานตนเอง 2) การวัดทางประสาทสรีรวิทยา และ 3) การวัดทางพฤติกรรม (Shiota & Kalat, 2012 : 7-12)

การเกิดอารมณ์ด้านความประทับใจ นอกจากสิ่งเร้าที่เป็นรูปภาพและเสียงแล้วยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึกและการแสดงออกทางพฤติกรรม ได้แก่ บุคลิกภาพและแตกต่างระหว่างเพศ เนื่องจากบุคลิกภาพของมนุษย์มีความสัมพันธ์กับอารมณ์ บุคคลที่มีบุคลิกภาพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่ต่างกัน ซึ่งบุคลิกภาพเป็นความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะเฉพาะตัวกับความรู้สึกทางด้านอารมณ์ของบุคคลมีความซับซ้อนมีลักษณะเด่นเฉพาะตัวเป็นเอกลักษณ์ บุคคลที่มีบุคลิกภาพแตกต่างกัน

จะมีการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่แตกต่างกัน Cervone and Pervin (2014 : 7) กล่าวว่า บุคลิกภาพเป็นโครงสร้างของลักษณะแต่ละบุคคล ซึ่งรวมลักษณะทุกอย่างที่มองเห็นตั้งแต่สภาพร่างกาย พฤติกรรม ปฏิกริยาต่างๆ ที่ตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม ความคิด ทัศนคติ ความสนใจ เป็นต้น และเป็นตัวกำหนดลักษณะการปรับตัวของบุคคลต่อสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน เช่น การศึกษาของ Luo, et al. (2014) ได้ศึกษาบุคลิกภาพกับคลื่นไฟฟ้าสมองสัมพันธ์กับเหตุการณ์ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มที่มีบุคลิกภาพเชิงลบจะปรากฏคลื่นไฟฟ้าสมองสัมพันธ์กับเหตุการณ์ที่ตำแหน่ง N170 (ปลายยอดคลื่นที่มีศักย์ไฟฟ้าเป็นลบ 170) และ Early Posterior Negativity (EPN) สูงกว่ากลุ่มที่มีบุคลิกภาพเชิงบวกและแบบธรรมดาในส่วนของ Late Positive Potential (LPP) ของกลุ่มที่มีบุคลิกภาพเชิงบวกจะสูงกว่ากลุ่มที่มีบุคลิกภาพเชิงลบและแบบธรรมดา

นอกจากบุคลิกภาพแล้วยังมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดอารมณ์ด้านความประทับใจคือ เพศ ซึ่งลักษณะของเพศเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้หรือการเกิดอารมณ์ ความแตกต่างระหว่างเพศชายและเพศหญิง มีผลต่อการแสดงออกทางอารมณ์ จากการศึกษาของ Han, et al. (2008) ได้ศึกษาความแตกต่างระหว่างเพศในการรับรู้อารมณ์ ผลปรากฏว่าเพศหญิงมีการตอบสนองเร็วกว่าเพศชาย ในระดับพฤติกรรมแต่ในระดับระบบประสาท สมองของเพศชายบริเวณ Posterior Parietal Cortex มีการทำงานมากกว่าเพศหญิง และ Lungu, et al. (2015) ได้ศึกษาความแตกต่าง



ระหว่างเพศจากการมองรูปภาพ เครื่องมือที่ใช้เป็นรูปภาพจากระบบคลังรูปภาพที่สื่อความหมายทางด้านอารมณ์ (International Affective Picture System: IAPs) บันทึกข้อมูลโดยใช้ fMRI ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงจะให้คะแนนรูปภาพไม่ประทับใจสูง และมีการทำงานของสมองในส่วนของ Right Amygdala เมื่อดูรูปภาพไม่ประทับใจ ดังนั้น ความแตกต่างระหว่างเพศจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในการศึกษาด้านอารมณ์ความรู้สึกของบุคคล

ด้วยเหตุผลและข้อมูลดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาอารมณ์ด้านความประทับใจ ทางด้านความแตกต่างของเพศและบุคลิกภาพ ในการวิจัยนี้ใช้ทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบที่ตามทฤษฎีของคอสตาและแมคเคร (Costa & Mc Crae, 1992) โดยมุ่งเน้นศึกษาบุคลิกภาพ 2 แบบ คือ บุคลิกภาพเปิดเผยและบุคลิกภาพกลางๆ เนื่องจากเป็นบุคลิกภาพของบุคคลส่วนมากที่มีอยู่ในสังคมไทยในปัจจุบันเมื่อได้รับการกระตุ้นด้วย สิ่งเร้ารูปภาพและเสียงดิจิทัล 2 ลักษณะ คือฟังพอใจและไม่ฟังพอใจ การศึกษานี้จะต้องรู้ความรู้อะไรและข้อมูลสารสนเทศทางด้านอารมณ์ความประทับใจเพื่อนำไปประยุกต์เป็นเครื่องมือวัดทางด้านวิทยาศาสตร์อารมณ์ในหลากหลายวงการอาชีพ ได้แก่ ด้านการแพทย์ พยาบาล สาธารณสุข สามารถนำไปใช้ในการบำบัดฟื้นฟู พัฒนาการทางด้านอารมณ์ ในด้านการศึกษาสามารถนำไปใช้พัฒนาสื่อการเรียนรู้และนวัตกรรมการศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้เรียน นอกจากนี้ ในด้านเศรษฐศาสตร์ สื่อสารมวลชนการโฆษณา

สินค้า และด้านธุรกิจการท่องเที่ยว สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มความสนใจและขยายโอกาสในการขายสินค้าและบริการเพื่อประโยชน์ในวงกว้างต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบกิจกรรมการทดลองมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่วัยตอนต้น
2. เพื่อศึกษาอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่วัยตอนต้นในประเด็นดังนี้
 - 2.1 เปรียบเทียบอารมณ์ด้านความประทับใจ จำแนกตามเพศ
 - 2.2 เปรียบเทียบอารมณ์ด้านความประทับใจ จำแนกตามบุคลิกภาพ
 - 2.3 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านความประทับใจ

3. วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นิสิตระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี ปีการศึกษา 2560 จำนวน 27,395 คน กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี ปีการศึกษา 2560 อายุระหว่าง 20-25 ปี โดยแบ่งเป็นเพศชายบุคลิกภาพเปิดเผย และบุคลิกภาพกลางๆ ประเภทย่อย 20 คน เพศหญิงบุคลิกภาพเปิดเผย และบุคลิกภาพกลางๆ ประเภทย่อย 20 คน รวม 80 คน อาสาสมัครเข้าร่วมการวิจัย คัดกรองคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด



มีสุขภาพแข็งแรง ไม่มีโรคประจำตัว มีสติสัมปชัญญะ สมบูรณ์ มีภาวะการมองเห็นปกติ ไม่มีความบกพร่อง ในการรับรู้สี การได้ยินปกติ มีภาวะสุขภาพจิตปกติ ไม่มีภาวะซึมเศร้า และยินยอมเข้าร่วมวิจัย

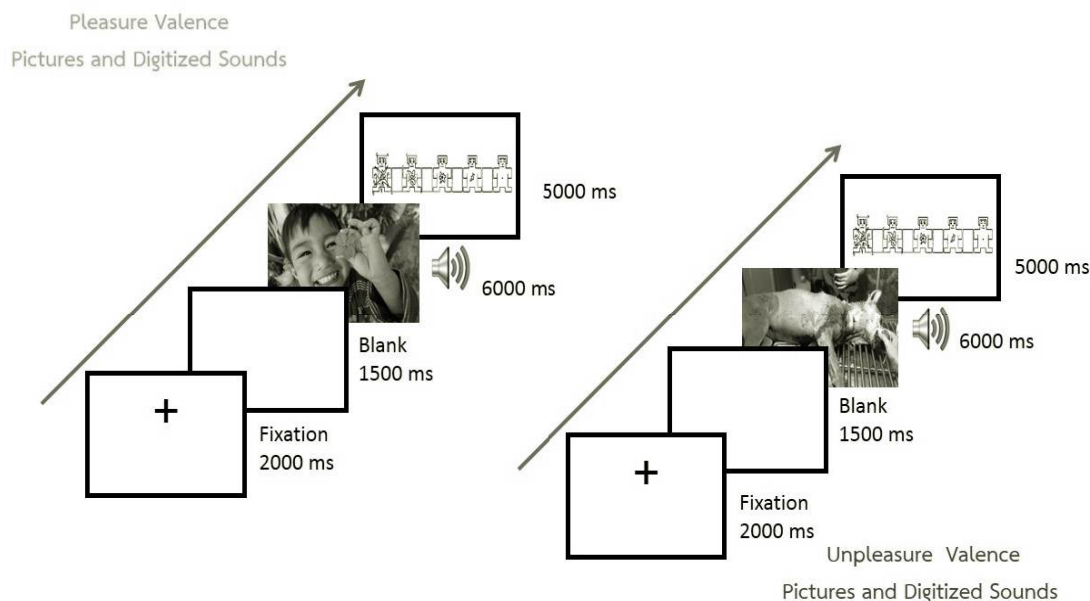
2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ คือ 1) เพศ จำแนกเป็น เพศชาย และ เพศหญิง 2) บุคลิกภาพ จำแนกเป็น บุคลิกภาพ เปิดเผย และบุคลิกภาพกลางๆ ซึ่งเป็นบุคลิกภาพ ที่อยู่ระหว่างบุคลิกภาพแบบเปิดเผยและ บุคลิกภาพแบบเก็บตัว โดยใช้แบบประเมิน บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ (The Revised NEO Personality Inventory: NEO PI-3) ตามทฤษฎี โมเดล OCEAN ของคอสตาและแมคเคร (Mc Crae & Costa, 2010) และตัวแปรตาม คือ อารมณ์ด้าน ความประทับใจ จำแนกเป็น 2 ลักษณะอารมณ์คือ พึงพอใจ และไม่พึงพอใจ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) กิจกรรมการทดลองมองรูปภาพและ ฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจใน ผู้ใหญ่ตอนต้น ประกอบด้วยรูปภาพและเสียงดิจิทัล ลักษณะละ 12 รูปภาพและเสียง ที่เป็นสิ่งเร้าทาง ประสาทสัมผัส 2 ทางได้แก่ทางตาและทางหู จาก คลังรูปภาพที่สื่อความหมายทางด้านอารมณ์ความรู้สึกในบริบทของคนไทย (Sripornngam, et al., 2015) และคลังเสียงดิจิทัลที่ส่งต่ออารมณ์ความรู้สึกในบริบทของคนไทย (Phusuwan, et al., 2018) และ 2) มาตรวัดอารมณ์ความรู้สึก Self-Assessment Manikin (SAM) ของ Bradley and Lang (1999) ใช้วัดหลังจากปรากฏสิ่งเร้ารูปภาพ และเสียงดิจิทัลในแต่ละชุด

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยนำไปศึกษานำร่อง (Pilot Study) ปรากฏว่า กิจกรรมมีความเหมาะสมสำหรับนำมาใช้ในการ วิจัย ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.46, S.D. = 0.21) และทดสอบความเชื่อมั่น ด้วยวิธีการหา สัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีระดับความเชื่อมั่น = 0.87

5. แบบแผนการทดลอง การวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบแผนการทดลอง Between-Subjects Approach 2 X 2 Factorial posttest Design (Edmonds & Kennedy, 2017)

6. การเก็บรวบรวมข้อมูลนำรูปภาพ และเสียงดิจิทัล เข้าในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ใช้โปรแกรม STIM2 ตามลำดับดังนี้ หน้าจอปรากฏ คำชี้แจง 15000 มิลลิวินาที จากนั้นเป็นจุดคงที่ 2000 มิลลิวินาที รูปภาพและเสียง ลักษณะ พึงพอใจ 6000 มิลลิวินาที ให้กลุ่มตัวอย่างมอง รูปภาพและฟังเสียงดิจิทัล และปรากฏมาตรวัด อารมณ์ความรู้สึก 5000 มิลลิวินาทีให้กลุ่มตัวอย่าง กดแป้นตัวเลข 1-9 เป็นลักษณะอารมณ์ไม่พึงพอใจ - พึงพอใจ ตามลำดับ และปรากฏแบบนี้จนครบ 12 ชุด จากนั้นให้กลุ่มทดลองหลับตาและพัก เป็นเวลา 5 นาที เมื่อครบกำหนดจึงดำเนินการ ทดลองต่อโดยการมองรูปภาพ และฟังเสียงดิจิทัล ที่มีลักษณะไม่พึงพอใจ 12 ชุด สุดท้ายหน้าจอ คอมพิวเตอร์จะปรากฏคำว่า “จบการทดลอง ขอขอบคุณท่านที่ให้ความร่วมมือ” เพื่อแสดงถึง การจบการทดลอง ดังมีลำดับในการนำเสนอ รูปภาพและเสียงดิจิทัล ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ลำดับในการนำเสนอรูปภาพและเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ

7. การวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความแปรปรวนของตัวแปรตาม คือ อารมณ์ด้านความประทับใจ ระหว่างเพศชาย และเพศหญิง บุคลิกภาพเปิดเผย และบุคลิกภาพ

กลางๆ ด้วยสถิติ 2- way ANOVA

4. สรุปผลการวิจัย

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอารมณ์ด้านความประทับใจ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอารมณ์ด้านความประทับใจ

ลักษณะรูปภาพ และเสียงดิจิทัล	เพศชาย				เพศหญิง			
	บุคลิกภาพ เปิดเผย (n=20)		บุคลิกภาพ กลางๆ (n=20)		บุคลิกภาพ เปิดเผย (n=20)		บุคลิกภาพ กลางๆ (n=20)	
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.
พึงพอใจ	7.15	0.79	6.16	0.94	7.27	0.95	7.48	0.75
ไม่พึงพอใจ	1.95	0.70	2.42	0.87	2.08	0.79	1.85	0.75



ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอารมณ์ด้านความประทับใจการ ศึกษาพฤติกรรมจากมาตรวัดอารมณ์ความรู้สึกด้านความประทับใจ จำแนกตามเพศและบุคลิกภาพ

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบอารมณ์ด้านความประทับใจในลักษณะพึงพอใจ

Test of Between-Subject Effects					
	SS	df	MS	F	p
เพศ	10.33	1	10.33	13.79*	<.05
บุคลิกภาพ	3.03	1	3.03	4.05*	<.05
เพศ* บุคลิกภาพ	7.35	1	7.35	9.81*	<.05

ตารางที่ 2 แสดงว่า พบความแตกต่างระหว่างเพศและบุคลิกภาพที่มีผลต่อการมองรูปภาพ ฟังเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ ด้านความประทับใจใน ลักษณะพึงพอใจ มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศบุคลิกภาพจากการมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจในลักษณะพึงพอใจ

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบอารมณ์ด้านความประทับใจในลักษณะไม่พึงพอใจ

Test of Between-Subject Effects					
	SS	df	MS	F	p
เพศ	0.97	1	0.97	1.57	.21
บุคลิกภาพ	0.29	1	.029	0.47	.49
เพศ* บุคลิกภาพ	2.45	1	2.45	3.96*	<.05

จากตารางที่ 3 มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศและบุคลิกภาพจากการมองรูปภาพและฟังเสียง ดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจในลักษณะไม่พึงพอใจ

5. อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ตอนต้น ขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. กิจกรรมการทดลองมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ตอนต้น ประกอบด้วย กิจกรรม 2 ชุด ชุดละ 12 สิ่งเร้า สิ่งเร้าละ 14.5 วินาที จำแนกตามลักษณะอารมณ์ คือ ลักษณะพึงพอใจและลักษณะ



ไม่พึงพอใจ

2. ผลการเปรียบเทียบอารมณ์ด้านความประทับใจในผู้ใหญ่ตอนต้น ระหว่างเพศชายกับเพศหญิงขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ มีดังนี้

2.1 ความแตกต่างระหว่างเพศมีผลต่อการมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ ลักษณะพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเพศชายและเพศหญิงตอบสนองต่อสิ่งเร้าในลักษณะที่ต่างกัน ซึ่งเพศหญิงจะรับรู้อารมณ์ด้านความประทับใจ ในลักษณะพึงพอใจ ได้ดีกว่าเพศชาย เนื่องจากเพศหญิงมีความละเอียดอ่อนและรับรู้อารมณ์ต่อสิ่งเร้าด้านความประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sakaki, Niki and Mather (2012) ที่ศึกษาการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่มีลักษณะประทับใจ และสิ่งเร้าลักษณะไม่ประทับใจ พบว่าเพศหญิงมีอารมณ์ตอบสนองต่อสิ่งเร้าสูงกว่าเพศชายและการศึกษาของ Whittle, et al. (2011) ได้ศึกษาพบว่า เพศหญิงและเพศชายมีการรับรู้อารมณ์ที่ต่างกันทั้งในการศึกษาระดับพฤติกรรมและระดับประสาท ซึ่งในระดับประสาทพบว่า สมองของเพศหญิงบริเวณลิมบิก ได้แก่ อะมิกดาลา แอนทรีเรียกูเลทคอร์เท็กซ์ และทาลามัสมีการทำงานมากกว่าเพศชาย ในขณะที่สมองของเพศชายบริเวณกลีบสมองส่วนหน้าผากและกลีบสมองด้านข้าง มีการทำงานมากกว่าเพศหญิง ซึ่งการที่เพศหญิงและเพศชายมีการรับรู้อารมณ์แตกต่างกันอาจมาจากการประมวลผลอารมณ์ในระดับปฐมภูมิและหุตยภูมิที่ต่างกัน

นอกจากนี้งานวิจัยของ Yuan, et al. (2011) ได้ศึกษาเกี่ยวกับอารมณ์ พบว่า อารมณ์ที่มีความสุขช่วยเพิ่มการประมวลผลสมองของการควบคุมความรู้ ซึ่งทำให้สามารถสรุปได้ว่า เพศที่มีความแตกต่างทำให้การรับรู้อารมณ์ด้านความประทับใจ ลักษณะพึงพอใจมีความแตกต่างกัน

2.2 ความแตกต่างระหว่างบุคลิกภาพมีผลต่อการมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เราอารมณ์ด้านความประทับใจ ลักษณะพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เนื่องจากบุคลิกภาพที่ศึกษาในงานวิจัยนี้ คือ บุคลิกภาพแบบเปิดเผย ซึ่งมีพฤติกรรมที่ชอบสนุกจะมีกิจกรรมในการเข้าสังคมชอบการอยู่กับคนจำนวนมากใช้เวลากับบุคคลต่างๆ และบุคลิกภาพแบบกลางๆ ซึ่งมีบุคลิกภาพที่ปรับตัวเข้ากับผู้อื่นได้ดี อาจชอบเข้าสังคมหรืออยู่คนเดียวก็มีความสุขได้ สามารถปรับเปลี่ยนได้ในแต่ละสถานการณ์ มีลักษณะนิสัยพื้นฐานที่มองโลกในแง่ดีเป็นมิตรกับผู้อื่น ไว้ว่างใจสังคม กระตือรือร้น ชอบหาสิ่งกระตุ้น กล้าแสดงออก ทำให้มีโอกาสได้ประสบการณ์ด้านอารมณ์ทางบวกจากสังคม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ De Young, et al. (2013) ศึกษาภาพรวมของบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ วงกลมระหว่างบุคคล (Interpersonal Circumflex) ลักษณะความเกี่ยวข้องบุคลิกภาพแบบปรองดองและบุคลิกภาพเปิดเผย เป็นสององค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคล การวิเคราะห์องค์ประกอบผลจากการศึกษาพบว่า บุคลิกภาพในแต่ละองค์ประกอบจะมีสององค์ประกอบและสัมพันธ์กัน และงานวิจัยของ Sharma and



Kumari (2017) วิจัยบทบาทความสำเร็จทางอารมณ์ในการพัฒนาบุคลิกภาพของสตรีวัยทำงาน ในเขตเมือง ผลการวิจัยพบว่า การเพิ่มอารมณ์ทางบวกมีความสัมพันธ์ทางบวกในการพัฒนาบุคลิกภาพ หรือการให้สิ่งเร้าที่ส่งเสริมอารมณ์ทางบวกมีผลให้บุคลิกภาพพัฒนาขึ้น พบว่าบุคลิกภาพเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่ออารมณ์ บุคคลที่มีบุคลิกภาพเปิดเผยจะมีอารมณ์ทางด้านบวก ส่วนบุคคลที่บุคลิกภาพกลางๆ จะมีอารมณ์ทางด้านลบ บุคคลที่มีบุคลิกภาพเปิดเผยจะมีความสุขมากกว่าบุคคลที่มีบุคลิกภาพกลางๆ ทั้งในอารมณ์ปกติและอารมณ์ด้านบวก ซึ่งทำให้สามารถสรุปได้ว่า บุคลิกภาพที่มีความแตกต่างทำให้การรับรู้อารมณ์ด้านความประทับใจมีความแตกต่างกัน

2.3 มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านความประทับใจ ลักษณะพึงพอใจ และลักษณะไม่พึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะอารมณ์ความรู้สึกสามารถเกิดขึ้นได้จากการกระตุ้นของสิ่งเร้า ความจำรวมถึงประสบการณ์เดิม จากการศึกษาของ Lucas & Diener (2011) ได้ศึกษาผลของบุคลิกภาพด้านความวิตกกังวล และความหุนหันพลันแล่นที่มีต่ออารมณ์ความรู้สึกต่อรูปภาพด้านความประทับใจ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ที่มีความกังวลสูง จะให้คะแนนภาพที่ไม่พึงพอใจสูง และกลุ่มที่มีบุคลิกภาพหุนหันพลันแล่นจะให้คะแนนภาพที่ทำให้ความรู้สึกประทับใจสูง Cai, et al. (2016) ได้ศึกษาความแตกต่างระหว่างเพศและบุคลิกภาพจากการมองภาพจาก IAPS

พบว่า เพศชายที่มีบุคลิกภาพแบบคลุ่มเครือ มีลักษณะของคลื่นไฟฟ้าสมองขณะมองภาพที่มีลักษณะไม่ประทับใจสูงกว่าขณะมองภาพที่มีลักษณะไม่ประทับใจที่มีการยับยั้งอารมณ์และเพศชายที่มีบุคลิกภาพแบบคลุ่มเครือ มีลักษณะของคลื่นไฟฟ้าสมองขณะมองภาพที่มีลักษณะไม่ประทับใจสูงกว่าขณะมองภาพที่มีลักษณะไม่ประทับใจที่มีการยับยั้งอารมณ์

6. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ได้กิจกรรมการทดลองการมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านความประทับใจ และการวัดอารมณ์ด้านความประทับใจ ซึ่งทำให้ได้องค์ความรู้และข้อมูลสารสนเทศนำไปประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือวัดทางวิทยาศาสตร์อารมณ์ ซึ่งทางการศึกษาสามารถนำไปใช้ในการสร้างสื่อ นวัตกรรมทางการศึกษา การกระตุ้นความสนใจในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้เรียน ส่วนสถาบันทางด้านประสาทวิทยาศาสตร์ สามารถนำการวัดอารมณ์ไปประกอบการวิจัย และการบริการวิชาการ เพื่อพัฒนาการรับรู้ทางอารมณ์ ทางกายภาพ สามารถนำกิจกรรมไปใช้ในจัดกิจกรรมบำบัด การรักษาหรือ กระตุ้นอารมณ์ผู้ป่วย นอกจากนี้ด้านเศรษฐศาสตร์ วงการสื่อสารมวลชน การโฆษณาสินค้า การท่องเที่ยวหรือธุรกิจบริการก็สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มความสนใจและขยายโอกาสในการขายสินค้าและบริการ นอกจากนี้ควรศึกษากับกลุ่มตัวอย่างในช่วงวัยอื่นหรือบุคลิกภาพแบบอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบอารมณ์



ของบุคคลในกลุ่มที่ต่างกันหรือนำสิ่งเร้าในลักษณะที่แตกต่างกันมาใช้เพื่อเปรียบเทียบอารมณ์ ด้านกระบวนการวิจัยควรมีการศึกษาคลื่นไฟฟ้าสมอง หรือนำข้อมูลเชิงพฤติกรรม และข้อมูลคลื่นไฟฟ้าสมองมาเปรียบเทียบเพื่อศึกษาความสอดคล้องในการศึกษาวิทยาศาสตร์ด้านอารมณ์ต่อไป

References

- 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.
- _____. (1999). The International Affective Digitized Sounds (IADS) Stimuli, Instruction Manual and Affective Ratings: NIMH Center for the Study of Emotion and Attention. *Journal of Behavioral Therapy and Experimental Psychiatry*, 25(-), 49-59.
- _____. (2007). *The International Affective Digitized Sounds (IADS-2): Affective Ratings of Sounds and Instruction Manual*. Gainesville, Florida : University of Florida.
- Cai, A., et al. (2016). The Sex Differences in Regulating Unpleasant Emotion by Expressive Suppression: Extraversion Matters. *Frontiers in Psychology*, 7(1), 1-11.
- Cervone, D., & Pervin, L. A. (2014). *Personality Psychology*. (12 ed.). Hoboken, New Jersey : Wiley & Sons, Inc.
- Costa, P. T., & Mc Crae, R. R. (1992). Normal Personality Assessment in Clinical Practice: The NEO Personality Inventory. *Psychological Assessment*, 4(1), 5-13.
- Dan-Glauser, E. S., & Scherer, K. R. (2011). The Geneva Affective Picture Database (GAPED): a new 730-picture Database Focusing on Valence and Normative Significance. *Behavior Research Methods*, 43(2), 468-477.
- De Young, et al. (2013). Unifying the aspects of the Big Five, the Interpersonal Circumplex, and Trait Affiliation. *J Pers*, 81(5).
- Edmonds, W. A., & Kennedy, T. D. (2017). *An Applied Guide to Research Designs: Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods*. (2nd). Thousand Oaks, California.
- Han, S., et al. (2008). Neural Processing of threat cues in Social Environments. *Human brain mapping*, 29(8), 945-957.
- Kida, I., & Hoshi, Y. (2016). Right Ventrolateral Prefrontal Cortex Involvement in the Integration of Emotional Processing: Parametric Mediation Analysis of fMRI. *Neuroscience Letters*, 2016(615), 92-97.



- Lucas, R. E., & Diener, E. D. (2001). Understanding Extraverts' Enjoyment of Social Situations: The Importance of Pleasantness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(2), 343-356.
- Lungu, O., et al. (2015). Sex Differences in Effective front o-limbic Connectivity During Negative Emotion Processing. *Psychoneuroendocrinology*, 62(-), 180-188.
- Luo, P., et al. (2014). Sex Differences in Affective Response to Different Intensity of Emotionally Negative Stimuli: An event-related Potentials study. *Neuroscience Letters*, 578(-), 85-89.
- Machajdik, J., & Hanbury, A. (2010). *Affective Image Classification using features inspired by Psychology and Art Theory*. Paper Presented at the Proceedings of the 18th ACM international conference on Multimedia.
- Mc Crae, R. R., & Costa Jr, P. T. (2010). *NEO Inventories: Professional manual*. Lutz, Florida : Psychological Assessment Resources.
- Phusuwan, T., et al. (2018). Development of the Thai Affective Sound Bank System. *Research Methodology & Cognitive Science*, 16(2).
- Sakaki, M., Niki, K., & Mather, M. (2012). Beyond arousal and valence: The Importance of the Biological Versus Social Relevance of Emotional Stimuli. *Cognitive Affective and Behavioral Neuroscience*, 12(1), 115-139.
- Santrock, J. W. (2003). *Psychology: Essentials*. Boston McGraw-Hill Boston.
- Scherer, K. R., Schorr, A., & Johnstone, T. (2001). *Appraisal Processes in Emotion: Theory, Methods, Research*. New York : Oxford University Press.
- Schultz, W. (2015). Neuronal Reward and Decision Signals: from Theories to Data. *Physiological Reviews*, 95(3), 853-951.
- Sharma, M., & Kumari, R. (2017). Role of Emotion Competence in Personality Development of Urban area Working Women. *Kaav International Journal of Arts Humanities & Social Sciences*, 4(3), 21-24.
- Shiota, M. N., & Kalat, J. W. (2012). *Emotion*. Belmont, California : Wadsworth.
- Soares, A. P., et al. (2015). Adaptation of the International Affective Picture System (IAPS) for european portuguese. *Behavior Research Methods*, 47(4), 1159-1177.



- Sripornngam, T., et al. (2015). Development of the Thai Affective Picture Bank System. *Research Methodology & Cognitive Science*, 13(2), 57-69.
- Viinikainen, M., Kätsyri, J., & Sams, M. (2012). Representation of Perceived Sound Valence in the Human Brain. *Human Brain Mapping*, 33(10), 2295-2305.
- Whittle, S., et al. (2011). Sex Differences in the Neural Correlates of Emotion: Evidence from Neuroimaging. *Biological Psychology*, 87(3), 319-333.
- Yuan, J., et al. (2011). Pleasant Mood Intensifies Brain Processing of Cognitive Control: ERP Correlates. *Biol Psychol*, 87(1), 17-24.

