

ผลของความแตกต่างทางเพศและบุคลิกภาพในผู้ใหญ่ตอนต้น
ที่มีต่อรูปภาพและเสียงดิจิทัล ที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล
The Effect of Gender and Personality Differences
in Young Adults on The Emotional
Dominance of Pictures and Digitized Sounds

ศศิธร บัวเรือง*

เสรี ชัดรัมย์**

ศรารีน เทพสถิตย์ภรณ์***

ภัทรราตี มากมี****

* ** *** ****สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา
มหาวิทยาลัยบูรพา

*Corresponding author. Email: bua.sasitorn@gmail.com

Received: January 31, 2019 Revised: April 19, 2019 Accepted: April 26, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบกิจกรรม การทดลอง การมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น และศึกษาอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัล จำแนกตามเพศและบุคลิกภาพ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพาที่กำลังเรียนอยู่ในปีการศึกษา 2560 อายุระหว่าง 20-24 ปี จำนวน 80 คน เพศชาย 40 คน และเพศหญิง 40 คน บุคลิกภาพเปิดเผยและบุคลิกภาพกลางๆ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นกิจกรรมการทดลองมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล มาตราวัดอารมณ์ความรู้สึก (SAM) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Two-way ANOVA ผลการวิจัยปรากฏว่า 1. กลุ่มทดลองส่วนใหญ่อายุ 21 ปี ทุกคนมีสายตาและการได้ยินปกติ มีความถนัดมือขวา ไม่เคยได้รับบาดเจ็บเกี่ยวกับสมอง ไม่มีภาวะซึมเศร้า มีอารมณ์เชิงบวก 2. อารมณ์ด้านการมี

อิทธิพลระหว่างเพศชายกับเพศหญิงขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัล ที่เราอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เพศหญิงมีอารมณ์ ลักษณะกลัวมากกว่าเพศชาย ขณะที่บุคลิกภาพที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพลทั้ง 2 ลักษณะ (กลัว, ไม่กลัว) 3. ปฏิสัมพันธ์ร่วมระหว่างเพศกับบุคลิกภาพ ไม่ส่งผลต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น ขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัล ที่เราอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลทั้ง 2 ลักษณะ

คำสำคัญ: อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล รูปภาพ เสียงดิจิทัล ผู้ใหญ่ตอนต้น

Abstract

This research was Experimental Research design. The purposes of research were to design experimental activities on emotional dominance of looking at pictures and listening to digitized sounds which stimulates emotional dominance in young adults and to study the emotional dominance concerning behavior between gender and personality of the participants while looking at pictures and listening to digitized sounds. The participants were 80 students from Burapha University in the academic year 2017, aged between 20 - 24 years old. 80 volunteers were 40 males and 40 females. There are extrovert and ambivert personality groups. The instruments used in this research consisted of the activities of looking at picture and listening to digitized sounds which stimulated emotional dominance, Self-Assessment Manikin (SAM). Data were analyzed using Two-way ANOVA statistics. The research results were as follows: 1) The most of subjects were 21 years old; everybody was normal healthy eyesight and hearing, right-handed, never had any head injuries, no depression and have positive emotions. 2) Emotional dominance of participants between male and female while looking at pictures and digitized sounds that stimulated uncontrol emotion was significant different ($p < .05$), females had more uncontrol emotion than males, whereas those with different personality were not significantly different in emotional dominance at .05 level for uncontrol and control emotion. 3) There was no relation between gender and personality of uncontrol and control emotion.

Keywords: Emotional Dominance, Pictures, Digitized Sounds, Young Adults

บทนำ

อารมณ์ (Emotion) เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นกับมนุษย์ในการดำรงชีวิตประจำวัน ซึ่งทุกคนคงรู้จัก และคุ้นเคยกันดี เนื่องจากอารมณ์ที่เกิดขึ้นแม้จะเป็นกระบวนการทางจิตใจ แต่ก็มีอิทธิพลต่อความเป็นอยู่ของมนุษย์เป็นอย่างมาก เนื่องจากสิ่งเร้ารอบ ๆ ตัวเรามากกระทบกับระบบประสาทสัมผัส ทั้ง 5 ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้นและกาย ทำให้เกิดความรู้สึกของมนุษย์ ดังนั้นการใช้ประสาทสัมผัสของมนุษย์แต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความสนใจต่อเหตุการณ์ หรือสถานการณ์ของแต่ละบุคคลเมื่อมีสิ่งเร้ามากระตุ้นการรับรู้แต่ละบุคคล เมื่อเกิดอารมณ์แล้วจะมีการเปลี่ยนแปลงของคลื่นสมอง พบว่าศูนย์กลางของอารมณ์อยู่ที่ระบบการทำงานของระบบลิมบิก (Limbic System) และไฮโปทาลามัส (Hippocampus) เพื่อทบทวนว่า เคยรับรู้มาก่อนหรือเป็นสิ่งใหม่ จากนั้นส่งกลับมายังสมองส่วนออร์บิโทฟรอนทัลคอร์เท็กซ์ (Orbitofrontal Cortex) เพื่อคิดประมวลผล และสั่งการต่อไป (อาเวนิเนนและคณะ, 2559: 116-118) อารมณ์ความรู้สึกต่างๆ มักก่อเกิดการเปลี่ยนแปลงและแตกต่างกันเสมอ ในบางวัน หรือบางช่วงเวลา อารมณ์ต่าง ๆ มักจะเกิดขึ้นหลาย ๆ อารมณ์ อารมณ์จึงมีอิทธิพลและมีความสัมพันธ์กับกระบวนการสรีระของร่างกาย ไม่ว่าจะเป็นอารมณ์รัก อารมณ์สนุกสนาน อารมณ์โกรธ อารมณ์วิตกกังวล (จิราภรณ์ ตั้งกิตติภาภรณ์, 2556: 163) อารมณ์มักเป็นพลังขับเคลื่อนพฤติกรรมทั้งเชิงบวกและเชิงลบ สรีรวิทยา มีความเชื่อมโยงกับกระบวนการทำงานของระบบประสาทด้วยการกระตุ้นที่หลากหลาย มนุษย์จึงต้องเรียนรู้ และเข้าใจสิ่งเร้าที่มากระตุ้นอารมณ์ และต้องควบคุมอารมณ์ให้ได้ แต่ถ้ามมนุษย์อยู่ภายใต้อารมณ์ความรู้สึกอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นเวลานานหรือบ่อย ๆ ก็จะเป็นปัญหาต่อสุขภาพจิตและสุขภาพกายของมนุษย์

อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล (Dominance) ตามแบบจำลองอารมณ์จากแนวคิดของริสเซลและมีธราเบียน (2520: 273) เป็นความรู้สึกที่บุคคลมีต่อการกระตุ้นของสิ่งเร้าผ่านระบบประสาทรับสัมผัสทั้งห้า ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น รส และการสัมผัส แล้วเกิดกระบวนการรับรู้และตีความ แล้วตอบสนองออกมาโดยอารมณ์ด้านนี้จำแนกออกเป็น 3 ลักษณะ คือ 1) ลักษณะกลัว (Uncontrol) 2) ลักษณะเฉย ๆ (Neutral) และ 3) ลักษณะ ไม่กลัว (Control)

ความแตกต่างระหว่างเพศเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการรับรู้อารมณ์หรือการแสดงออกอารมณ์เช่น เพศหญิงมีการแสดงออกผ่านทางสีหน้า หรือคำพูด ในขณะที่เพศชายมีการแสดงออกทางพฤติกรรม เช่น พฤติกรรมก้าวร้าว (เครทและเดอ เกลเดอว์, 2555: 1211) การศึกษาของ บลัดเลย์, คอดิสปอดิ, ซาบาทีเนลลี และแลงก์ (2544: 300)

พบว่า เพศหญิงมีการรับรู้อารมณ์สูงกว่าเพศชายและ มีการแสดงออกทางสรีรวิทยา มากกว่า เช่น การแสดงออกทางกล้ามเนื้อบนใบหน้า อัตราการเต้นของหัวใจ เป็นต้น และจากการศึกษาของ ฮัน, เกา, ฮัมฟรีย์ และจี (2551: 945) พบว่าเพศหญิงจะมีการตอบสนองต่อสิ่งเร้าเร็วกว่าเพศชาย และการแสดงออกทางอารมณ์ แต่ละประเภทของ เพศชายและเพศหญิง ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในขณะนั้นด้วย

บุคลิกภาพ (Personality) เป็นลักษณะของแต่ละบุคคลทั้งรูปร่าง อารมณ์ สังคม สติปัญญา และพฤติกรรมที่ทำให้แต่ละคนมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ซึ่งบุคลิกภาพของ คนเราจะแสดงออกมาในสามด้าน คือ 1) บุคลิกภาพด้านรูปร่างหน้าตา ผสม สีผิว เพศ อายุ และอิทธิพลของต่อมภายในร่างกาย 2) บุคลิกภาพด้านจิตใจ สติปัญญา อารมณ์และความรู้สึก 3) บุคลิกภาพทางสังคม อุทิศใจคอ วัฒนธรรมประเพณีและระเบียบแบบแผน บุคลิกภาพ จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ เพราะคนแต่ละคนจะมีบุคลิกภาพเป็นของตัวเอง ซึ่งเป็นผลมาจากการทำงานประสานกันของสมองที่ขึ้นอยู่กับพันธุกรรมและประสบการณ์ ที่ได้รับจากสิ่งแวดล้อม (อริยา คูหา 2556: 253)

บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (Big Five Personality) ตามแนวคิดของ คอสตรา และแมคเคอร์ ได้แก่ บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to Experience: O) บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness: C) บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion: E) บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness: A) และบุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism: N) ลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบถูกนำมาศึกษาซ้ำอย่างต่อเนื่อง จนเป็นที่ยอมรับจากนักวิจัยว่าสามารถใช้เป็นเครื่องมือแบ่งหมวดหมู่บุคลิกภาพ และมืองค์ประกอบน้อยที่สุดที่ครอบคลุมขอบเขตของการพรรณนาบุคลิกภาพ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในหลายด้าน ผู้วิจัยจึงนำแบบสำรวจบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของ คอสตราและแมคเคอร์ มาเป็นเครื่องมือในการคัดกรองบุคลิกภาพ

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยไม่พบงานวิจัยที่เกี่ยวกับการนำรูปภาพ และเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในบริบทของคนไทยมาเป็นสิ่งเร้า แต่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปภาพหรือเสียงที่สื่ออารมณ์ความรู้สึกในบริบทของคนไทย คือ การพัฒนาระบบคลังรูปภาพที่สื่อความหมายทางด้านอารมณ์ความรู้สึกในบริบทของคนไทย ของรัชชัช ศรีพรงาม, เสรี ชัดเข้ม, และสมพร สุทัศน์ีย์ (2558: 57) มีลักษณะเป็นโปรแกรม คอมพิวเตอร์ระบบคลังรูปภาพในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชันเก็บรวบรวมรูปภาพที่สื่อความหมายด้านอารมณ์ ในบริบทคนไทยตามแนวความคิดของ รัสเซลและมีฮธาเบียน ได้แก่ 1) ด้านความประทับใจ (Valence) 2) ด้านการตื่นตัว (Arousal) และ 3) ด้านการมีอิทธิพล

(Dominance) รูปภาพทั้งหมดในฐานข้อมูลเป็นรูปภาพที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือก การวิเคราะห์คุณภาพด้านค่าความตรงเชิงเนื้อหาารยรูปภาพ ค่าอำนาจจำแนกรายรูปภาพ และค่าความเที่ยงของรูปภาพในแต่ละด้านอารมณ์อย่างมีระบบ มีคุณภาพมาตรฐานและ น่าเชื่อถือ และงานวิจัยที่เกี่ยวกับเสียงในบริบทของสังคมไทย คือ การพัฒนาระบบคลังเสียง ดิจิทัลด้านอารมณ์ความรู้สึกในบริบทของสังคมไทย ของชนพพน ภูสุวรรณ, เสรี ชัดเข้ม และศราวิณ เทพสถิตย์ภรณ์ (2561) โดยรวบรวมเสียงดิจิทัลที่ทำให้คนไทยเกิดอารมณ์ ความรู้สึกออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความประทับใจ (Valence) 2) ด้านการตื่นตัว (Arousal) และ 3) ด้านการมีอิทธิพล (Dominance) ซึ่งจัดทำโดยวิทยาลัยวิทยาการวิจัยและ วิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาผลของความแตกต่างทางเพศและบุคลิกภาพ ในผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีต่อรูปภาพและเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล โดยการนำ งานวิจัยที่มีอยู่แล้วคือ รูปภาพจากระบบคลังรูปภาพที่สื่อความหมายทางด้านอารมณ์ ความรู้สึกในบริบทของคนไทย และเสียงดิจิทัลจากระบบคลังเสียงดิจิทัลด้านอารมณ์ ความรู้สึกในบริบทของสังคมไทยเฉพาะมิติการมีอิทธิพล มาพัฒนาโดยการจับคู่ระหว่าง รูปภาพ และเสียงดิจิทัลให้เป็นสิ่งเร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในบริบทของสังคมไทย โดยจะศึกษาการกระตุ้นอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะกลัว และลักษณะ ไม่กลัว ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ทำให้ต้องค้ความรู้ใหม่พื้นฐานที่นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ต่อไป และสามารถนำมาเป็นบรรทัดฐานในการศึกษาวิจัย และค้นคว้าด้านอารมณ์ได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบกิจกรรมการทดลองการมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น
2. เพื่อศึกษาอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น ในประเด็นดังนี้
 - 2.1 เปรียบเทียบอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้นจำแนกตามเพศ ขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล
 - 2.2 เปรียบเทียบอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้นจำแนกตาม บุคลิกภาพ ขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล
 - 2.3 ปฏิสัมพันธ์ร่วมระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ในผู้ใหญ่ตอนต้น ขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล

สมมติฐานการวิจัย

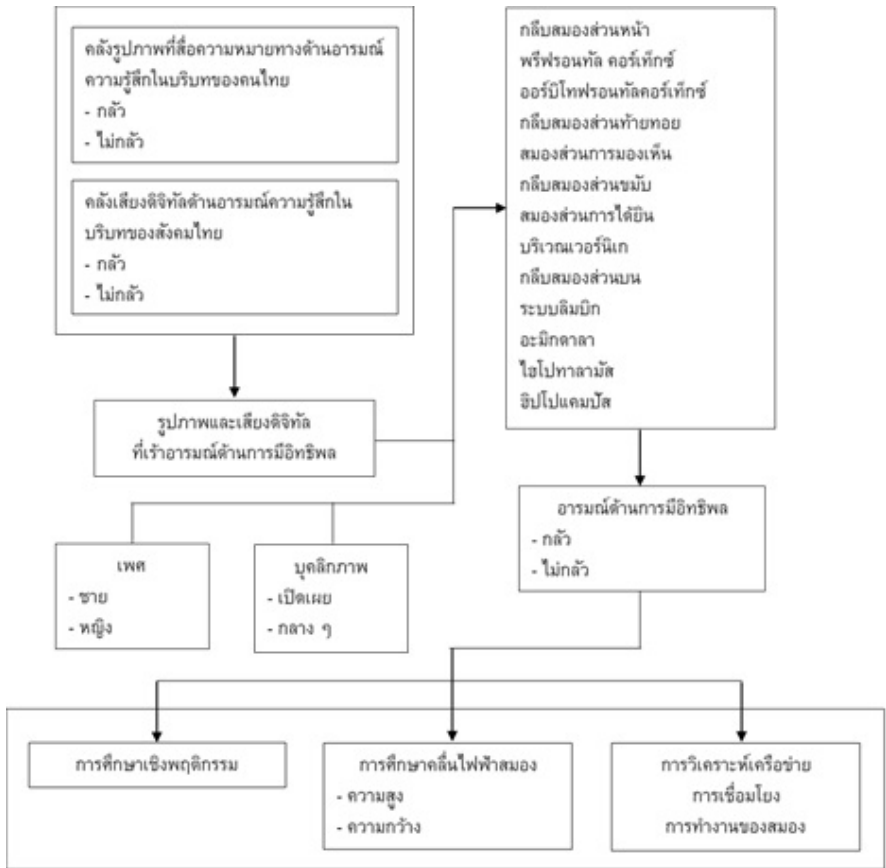
1. อารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้นระหว่างเพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกัน ขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล
2. อารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้นระหว่างผู้ที่มีบุคลิกภาพเปิดเผยกับบุคลิกภาพกลางๆ แตกต่างกัน ขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล
3. มีปฏิสัมพันธ์ร่วมระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น ขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล

กรอบแนวคิดการวิจัย

เมื่อสมองถูกกระตุ้นด้วยรูปภาพและเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล กลไกทางสมองหลังจากถูกกระตุ้นจะเกิดกระบวนการรับรู้และตีความทำให้เกิดการตอบสนองทางอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล โดยเมื่อรูปภาพปรากฏจะเกิดการรับรู้ภาพ (Visual Pathway) เริ่มจากการรับรู้ผ่านทางกระจกตา (Cornea) ที่จะเห็นรูปภาพเข้าสู่จอประสาทตา (Retina) จากนั้นส่งสัญญาณต่อไปยังจุดประสานเส้นประสาท (Optic Chiasm) ผ่านเส้นประสาทตา (Optic Nerve) ไปยังสมองที่เกี่ยวข้องกับการมองเห็น (Primary Visual Cortex) ที่สมองส่วนหลัง (Occipital Lobe) เพื่อตรวจสอบว่า ภาพที่เห็นคืออะไร (What) ส่งสัญญาณต่อไปไปที่ต่อรีซัล ออกซิพิทอล (Dorsal Occipital) และกลีบสมองส่วนบน (Parietal Lobe) เพื่อให้ความหมายเกี่ยวกับมิติของภาพ และส่วนหนึ่งส่งไปที่เวนทริล ออกซิพิทอล (Ventral Occipital) และกลีบสมองส่วนขมับ (Temporal Lobe) เพื่อให้ความหมายเกี่ยวกับการรู้จักจดจำ (Recognize) จากนั้นส่งสัญญาณกลับไปที่ทาลามัส (Thalamus) และคอร์ปัสแคลโลซัม (Corpus Callosum) จากนั้นส่งสัญญาณไปประมวลผลที่สมองบริเวณกลีบสมองส่วนหน้า (Frontal Lobe) (แควริตซ์ และคณะ, 2556: 26; เมนโดซา-ฮาลลีเดย์, ดอร์เรส, มาร์ตินเนส-ทูลูจีโด 2557: 1255) ในขณะที่มองรูปภาพนั้น เสียงดิจิทัลจะเริ่มส่งเสียงไปพร้อมกัน เมื่อเราได้รับสัญญาณเสียงอวัยวะรับเสียงในหูชั้นใน (Organ of Corti) จะส่งสัญญาณประสาทไปที่ต่อรีซัล คอคเคิลี นิวเคลียส (Dorsal Cochlear Nuclei) และเวนทริล คอคเคิลี นิวเคลียส (Ventral Cochlear Nuclei) และส่งต่อไปยังซูพีเรียร์ ออลิวารี นิวเคลียส (Superior Olivary Nucleus) จากนั้นสัญญาณประสาทจะส่งผ่านลาเทอรัล เลมนิสคัส (Lateral lemniscus) ไปยังอินฟีเรียร์ คอลลิคูลัส (Inferior Colliculus) และส่งต่อไปยังมีเดียล เจนนิคูลา นิวเคลียส (Medial Geniculate Nucleus) จากนั้น

จะส่งยังสมองที่เกี่ยวข้องกับการได้ยิน (Primary Auditory Cortex) (Brodmann's area 41, 42) ที่และส่งต่อไปยังออดิโทรี แอสโซซิเอชัน คอร์เท็กซ์ (Auditory Association Cortex) (Brodmann's area 22) เพื่อประมวลเสียงที่รับเข้ามาแล้วตีความว่าเป็นเสียงอะไร จากนั้นจะส่งสัญญาณเสียงไปยังบริเวณเวอร์นิเก (Wernicke's Area) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างเสียงกับความหมาย ทำให้เกิดความเข้าใจความหมายของเสียงที่ได้ยิน

เมื่อสมองรับรู้รูปภาพและเสียงดิจิทัลที่ได้ยินคืออะไรจะก่อให้เกิดประสาทสัมผัสที่ส่งไปยังระบบประสาทที่เกิดอารมณ์ โดยระบบลิมบิก (Limbic System) เป็นศูนย์กลางของการเกิดอารมณ์ จะประกอบไปด้วยอะมิกดาลา (Amygdala) และไฮโปทาลามัส (Hypothalamus) ซึ่งอะมิกดาลา จะทำหน้าที่กระตุ้นให้เกิดอารมณ์พื้นฐานของมนุษย์ ส่วนไฮโปทาลามัสจะสั่งการเป็นกระบวนการรับรู้ (Perception) ต้องแปลความหมายออกมาเป็นอารมณ์ความรู้สึกจากประสบการณ์เดิม เมื่อข้อมูลถูกส่งต่อไปยังสมองส่วนความจำ คือ ส่วนระบบลิมบิก (Limbic System) และฮิปโปแคมปัส (Hippocampus) เพื่อทบทวนว่าเคยรับรู้มาก่อนหรือเป็นสิ่งใหม่ จากนั้นส่งกลับมายังออร์บิโทฟรอนทัล คอร์เท็กซ์ (Orbitofrontal Cortex: OFC) ตำแหน่งมีเดียล พรีฟรอนทัล คอร์เท็กซ์ (Medial Prefrontal Cortex: MPFC) ตำแหน่งเวนโทรมีเดียล พรีฟรอนทัล คอร์เท็กซ์ (Ventromedial Prefrontal Cortex: VMPFC) ตำแหน่งโพสเทอเรียร์ สูปีเรียร์ เทมโพรอล ซอลคัส (Posterior Superior Temporal Sulcus: PSTS) ตำแหน่งเทมโพรอล โพลส (Temporal Poles) และสมองตำแหน่งแอนทีเรียร์ ซิงกูเลท คอร์เท็กซ์ (Anterior Cingulate Cortex: ACC) เพื่อคิดประมวลผล และประเมินอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการมองรูปภาพ และฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล โดยสามารถวัดระดับการตอบสนองทางอารมณ์ได้จากคะแนนพฤติกรรมที่ได้จากการประเมินตนเอง (Self-Assessment Manikin: SAM) ด้านการมีอิทธิพลที่มี 2 ลักษณะ ได้แก่ ลักษณะกลัว (Uncontrol) และลักษณะไม่กลัว (Control) ผู้วิจัยได้เขียนกรอบแนวคิดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) โดยใช้แบบแผนการทดลองแบบ 2X2 Factorial Posttest Design (Between Subjects) (เอ็ดมอนต์และเคนเนดี 2560: 79) มีรายละเอียดของการดำเนินการวิจัยดังนี้

ระยะที่ 1 การออกแบบกิจกรรมการทดลองการมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น

ระยะที่ 2 การศึกษาผลการใช้กิจกรรมการทดลองมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น

กลุ่มตัวอย่าง นิสิตมหาวิทยาลัยบูรพาที่กำลังเรียนอยู่ในปีการศึกษา 2560 เพศชายและหญิง อายุระหว่าง 20-24 ปี และอาสาสมัครเข้าร่วมการวิจัย งานวิจัยนี้มีตัวอย่างสองกลุ่ม และมีขนาดเท่ากัน กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*power ทดสอบด้วยสถิติ t-test กำหนดขนาดอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.80 ความน่าจะเป็นความคลาดเคลื่อนในการทดสอบประเภทที่หนึ่ง (α) เท่ากับ .05 อำนาจการทดสอบ ($1 - \beta$) เท่ากับ .95 และอัตราส่วนการจัดสรรขนาดตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม (Allocation Ratio) เท่ากับ 1 ผลการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 35 คน df เท่ากับ 68 จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 70 คน ผู้วิจัยคัดกรองกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนดจำนวน 80 คน โดยเป็นเพศชาย 40 คน เพศหญิง 40 คน โดยให้อาสาสมัครกรอกแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล และพิจารณาตามเกณฑ์การคัดเข้า (Inclusions Criteria) และเกณฑ์การคัดออก (Exclusions Criteria)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้คัดกรองผู้เข้าร่วมการวิจัย ประกอบด้วย

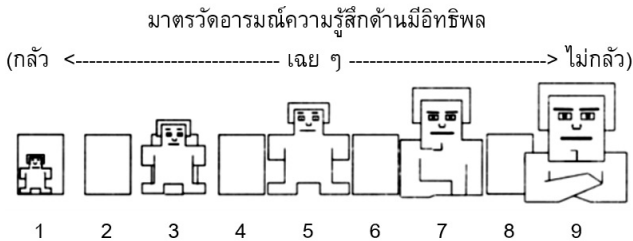
1) แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล 2) ประเมินสายตาระยะใกล้ด้วย Freiburg Vision Test 3) ประเมินการได้ยินโดยใช้ส้อมเสียง 4) แบบสำรวจความถนัดในการใช้มือของเอเดินเบิร์ก 5) แบบสัมภาษณ์ดัชนีชี้วัดสุขภาพจิตคนไทยฉบับสั้นจำนวน 15 ข้อ (Version 2007) ของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข 6) แบบคัดกรองภาวะซึมเศร้า 9 คำถาม (9Q) 7) แบบสำรวจบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ฉบับภาษาไทย (NEO Personality Inventory 3: NEO-PI-3) โดยใช้แนวคิดของคอสตาและแมคเคอร์ 8) แบบประเมินสภาวะทางอารมณ์ (Positive and Negative Affect Schedule: PANAS) 9) เครื่องมือวัดความดันโลหิตใช้เป็นเครื่องมือวัดแบบดิจิตอล ยี่ห้อ Omron ใช้วัดความดันโลหิตและจับค่าอัตราการเต้นของหัวใจ

เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง ประกอบด้วย

1) กิจกรรมการทดลองการมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น

2) มาตรการวัดอารมณ์ความรู้สึก (Self-Assessment Mankin Thai Version: SAM Thai) เป็นมาตรวัดสำหรับประเมินอารมณ์ความรู้สึกของตนเองที่เกิดจากรูปภาพและเสียงดิจิทัลที่ปรากฏให้เห็นและได้ฟัง พัฒนา มาจาก มาตรการวัดอารมณ์ความรู้สึก Self-Assessment Mankin (SAM) ของ Bradley and Lang มาตรการวัดอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล (Dominance) เป็นมาตรวัดที่บ่งบอกการมีอิทธิพล มีลักษณะเป็นภาพกราฟฟิกรูปคน เริ่มจากลำตัวเล็กที่บ่งบอกว่าสิ่งเร้าที่พบเห็นทำให้เกิดอาการกลัว และเพิ่มระดับไปเรื่อย ๆ จนถึงลำตัวใหญ่

ที่บ่งบอกว่า สิ่งเร้าที่พบเห็นทำให้เกิดอาการไม่กลัว มีเลขกำกับการให้คะแนน แสดงตามภาพที่ 2



ภาพที่ 2 มาตรวัดอารมณ์ความรู้สึกด้านการมือที่พิการ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยนำไปใช้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตสระแก้ว ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 30 คน การตรวจสอบคุณภาพของกิจกรรมการทดลองการมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมือที่พิการ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแต่ละลักษณะอารมณ์ คือ กลัวและไม่กลัว เท่ากับ 0.87 และ 0.85 ตามลำดับ

การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง

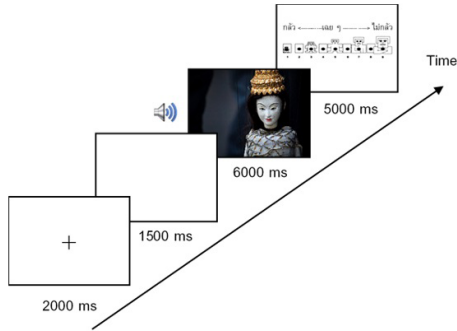
ผู้วิจัยได้อธิบายการพิทักษ์สิทธิในการเข้าร่วมวิจัยให้กลุ่มตัวอย่างก่อนตอบแบบสอบถามและเข้าร่วมทดลอง แล้วลงลายมือชื่อให้ความยินยอม กลุ่มตัวอย่างสามารถถอนตัวออกจากการวิจัยครั้งนี้ได้โดยไม่มีข้อผูกมัด ผู้วิจัยเก็บข้อมูลไว้เป็นความลับ และนำเสนอผลการวิจัยเป็นภาพรวม การวิจัยยึดการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมของการศึกษาวิจัยในมนุษย์ผ่านการตรวจสอบจริยธรรมในการวิจัยในมนุษย์ หมายเลข 035/2561 โดยคณะกรรมการจริยธรรมของวิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

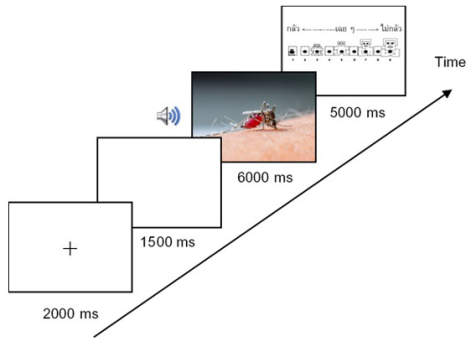
ผู้วิจัยประกาศรับนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพาเข้าร่วมวิจัย มีนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพาที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์การคัดเลือกที่กำหนดและยินดีเข้าร่วมการวิจัย ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกและลงนามยินยอมเข้าร่วมการวิจัย จำนวน 80 คน โดยการรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่

1. ระยะเตรียมการ โดยการประกาศรับนักศึกษาอาสาสมัครเข้าร่วมการทดลอง นัดหมายและดำเนินการประชุมนักศึกษาอาสาสมัครเข้าร่วมการทดลองเพื่อชี้แจง วัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นให้ทำแบบสำรวจบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบฉบับภาษาไทย เพื่อคัดกรองอาสาสมัคร จำนวน 80 คน เพศชาย 40 คนและเพศหญิง 40 คน โดยแบ่งเป็น เพศชายที่มีบุคลิกภาพเปิดเผย เพศชายที่มีบุคลิกภาพกลางๆ เพศหญิงที่มีบุคลิกภาพเปิดเผย และเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพกลางๆ กลุ่มละ 20 คน จากนั้นให้กลุ่มทดลองกรอกแบบฟอร์ม แสดงความยินยอมเข้าร่วมการวิจัย และตอบแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบคุณสมบัติตาม เกณฑ์คัดเลือกเข้าและเกณฑ์คัดออก จากนั้นอธิบายกิจกรรมการทดลองการมองรูปภาพ และฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น พร้อมทั้ง นัดวัดเวลาในการดำเนินการทดลอง

2. ระยะทดลองให้กลุ่มตัวอย่างทำกิจกรรมการทดลองการมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น โดยเริ่มตั้งแต่ปรากฏข้อความคำชี้แจง บนหน้าจอคอมพิวเตอร์ใช้เวลา 5000 มิลลิวินาที หลังจากนั้นให้เตรียมความพร้อมด้วย จอพื้นสีขาวที่มีกากบาทสีดำอยู่ตรงกลางจอภาพ 2000 มิลลิวินาที ตามด้วยจอสีขาว 1500 มิลลิวินาที แล้วให้มองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลด้านการมีอิทธิพลเป็นเวลา 6000 มิลลิวินาที จากนั้นจะปรากฏมาตรวัดอารมณ์ความรู้สึก (SAM) เป็นเวลา 5000 มิลลิวินาที เพื่อให้กลุ่มทดลองให้คะแนนรูปภาพและเสียงดิจิทัล หลังจากนั้นจอพื้นสีขาวที่มีกากบาทสีดำอยู่ตรงกลางจอภาพ 2000 มิลลิวินาที ตามด้วยรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลด้านการมีอิทธิพล เป็นเวลา 6000 มิลลิวินาที และปรากฏแบบนี้เรื่อยๆ ไปจนครบ 12 ภาพเสียง จากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างพักการทำกิจกรรมของแต่ละชุดเป็นเวลา 5 นาที แล้วทำการทดลองต่อ โดยการมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลที่มีลักษณะไม่กลัว แสดงตามภาพที่ 3-4



ภาพที่ 3 รูปภาพและเสียงดิจิทัลด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว



ภาพที่ 4 รูปภาพและเสียงดิจิทัลด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ จำนวน ร้อยละ คะแนนสูงสุด คะแนนต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความแปรปรวนของตัวแปรตาม คือ อารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง บุคลิกภาพเปิดเผยกับบุคลิกภาพ กลางๆ ด้วยสถิติ Two - way ANOVA ด้วยโปรแกรม SPSS

ผลการวิจัย

ผลการศึกษารมณณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้นขณะมองรูปภาพและฟังเสียง ดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล

1. ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่าง มีอายุระหว่าง 20-24 ปี เป็นเพศชาย 40 คน เพศหญิง 40 คน บุคลิกภาพเปิดเผย จำนวน 40 คน และบุคลิกภาพกลาง ๆ จำนวน 40 คน มีความถนัดในการใช้มือขวา ไม่มีโรคประจำตัว ไม่มีการได้รับบาดเจ็บที่สมองหรือผ่าตัดสมอง สุขภาพจิตปกติ ไม่มีการรับประทานยา หรือผลิตภัณฑ์อาหารเสริม การมองเห็นเป็นปกติ การได้ยินเป็นปกติ ไม่มีภาวะซึมเศร้า มีอารมณ์ในเชิงบวก

2. ผลการเปรียบเทียบข้อมูลด้านพฤติกรรมจากการทดลองการมองรูปภาพ และฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น พบว่าค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล

ลักษณะอารมณ์	เพศชาย				เพศหญิง			
	บุคลิกภาพเปิดเผย (n=20)		บุคลิกภาพกลาง ๆ (n=20)		บุคลิกภาพเปิดเผย (n=20)		บุคลิกภาพกลาง ๆ (n=20)	
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.
กลัว	2.50	1.11	2.62	.93	2.34	.89	1.82	.59
ไม่กลัว	6.43	1.29	6.18	1.12	6.18	.79	6.08	.68

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างเพศชายที่มีบุคลิกภาพเปิดเผยมีค่าเฉลี่ยขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัล ที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว เท่ากับ 2.50 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.11 และกลุ่มตัวอย่างเพศชายที่มีบุคลิกภาพกลาง ๆ มีค่าเฉลี่ยขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว เท่ากับ 2.62 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.93

กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพเปิดเผยมีค่าเฉลี่ยขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว เท่ากับ 2.34 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เท่ากับ 0.89 และกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพกลางๆ มีค่าเฉลี่ยขณะมองรูปภาพ และฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว เท่ากับ 1.82 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.59

กลุ่มตัวอย่างเพศชายที่มีบุคลิกภาพเปิดเผยมีค่าเฉลี่ยขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะไม่กลัว เท่ากับ 6.08 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.58 และกลุ่มตัวอย่างเพศชายที่มีบุคลิกภาพกลางๆ มีค่าเฉลี่ยขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะไม่กลัว เท่ากับ 5.89 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.85

กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพเปิดเผยมีค่าเฉลี่ยขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะไม่กลัว เท่ากับ 6.16 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.17 และกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่มีบุคลิกภาพกลางๆ มีค่าเฉลี่ยขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะไม่กลัว เท่ากับ 5.45 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.93

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบความแตกต่างของอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและบุคลิกภาพ

ตัวแปร	SS	df	MS	F	p
เพศ	4.67	1	4.67	5.79*	<.05
บุคลิกภาพ	0.83	1	0.83	1.03	.31
เพศ*บุคลิกภาพ	2.06	1	2.06	2.55	.11

จากตารางที่ 2 ความแตกต่างระหว่างเพศมีผลต่อการมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะกลัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศชายมีอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลลักษณะกลัวน้อยกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 1 ขณะที่ความแตกต่างระหว่างบุคลิกภาพไม่มีผลต่อการมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลลักษณะกลัว ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 2 และไม่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพลของผู้ใหญ่ตอนต้น ขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะไม่กลัว ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 3

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบความแตกต่างของอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ลักษณะไม่กลัว ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและบุคลิกภาพ

ตัวแปร	SS	df	MS	F	p
เพศ	1.07	1	1.07	1.12	.29
บุคลิกภาพ	0.39	1	0.39	0.41	.52
เพศ*บุคลิกภาพ	0.03	1	0.03	0.03	.87

จากตารางที่ 3 ความแตกต่างระหว่างเพศและบุคลิกภาพไม่มีอิทธิพลต่อการมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในลักษณะไม่กลัว ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 และ 2 นอกจากนี้ยังไม่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพลของผู้ใหญ่ตอนต้น ขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในลักษณะไม่กลัว ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 3

อภิปรายผล

การศึกษาผลของความแตกต่างทางเพศและบุคลิกภาพที่มีต่อรูปภาพและเสียงดิจิทัลที่เร้าต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้น สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. อารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้นระหว่างเพศชายกับเพศหญิง ขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลลักษณะกลัว แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ฮัน, ฟาน และเหมา (2551: 95) ซึ่งศึกษาความแตกต่างระหว่างเพศในการรับรู้อารมณ์โดยให้อาสาสมัครดูรูปภาพที่มีลักษณะคุกคามขึ้นไปสู่เหตุการณ์อันตราย ผลปรากฏว่า เพศหญิงมีการตอบสนองเร็วกว่าเพศชายในระดับพฤติกรรม เช่นเดียวกับการศึกษาของ มาฟเฟย์, เวเนคาโต้และแองกิลลี (2558: 1) ที่พบว่าเพศหญิงจะแสดงอารมณ์หวาดกลัวมากกว่าเพศชาย และการศึกษาของ ลุนกู, พอตวิน, ทีกัสและเมนเดรก (2558: 180) ได้ศึกษาความแตกต่างระหว่างเพศในการประมวลผลอารมณ์เชิงลบของ ปรากฏว่า เพศหญิงมีการประเมินอารมณ์รูปภาพเชิงลบสูงกว่าเพศชาย และยังคงสอดคล้องกับการศึกษาของ วิทเทิลและคณะ (2553: 319) ปรากฏว่า เพศหญิงและเพศชายมีการรับรู้อารมณ์ที่แตกต่างกันทั้งในการศึกษาระดับพฤติกรรมและการทำงานของระบบประสาท ซึ่งวิถีชีวิต ประสบการณ์ การเลี้ยงดูและ

สิ่งแวดล้อม เป็นสาเหตุหนึ่งทำให้การรับรู้ทางอารมณ์ของเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกัน

2. อารมณ์ด้านการมีอิทธิพลในผู้ใหญ่ตอนต้นระหว่างบุคลิกภาพเปิดเผยและบุคลิกภาพกลางๆ ขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลผลการวิจัยปรากฏว่าไม่แตกต่างกัน ขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ทั้งลักษณะกลัวและลักษณะไม่กลัว ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน อาจเป็นเพราะในงานวิจัยนี้กลุ่มตัวอย่างบุคลิกภาพเปิดเผย และบุคลิกภาพกลางๆ ที่คัดกรองจากแบบสำรวจบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบมีค่าใกล้เคียงกัน และอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลเป็นเชิงลบที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม แต่บุคลิกภาพเปิดเผยจะเกี่ยวข้องกับอารมณ์เชิงบวก (ลูคัสและแบร์ต, 2547: 473) นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังมีความใกล้เคียงกันในเรื่องของอายุ สภาพสังคม และวัฒนธรรม

3. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคลิกภาพต่ออารมณ์ด้านการมีอิทธิพลของผู้ใหญ่ตอนต้น ขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลผลการวิจัยปรากฏว่าไม่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศและบุคลิกภาพ ขณะมองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพล ทั้งลักษณะกลัวและลักษณะไม่กลัว ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวิทเทิล (2554: 319) ที่ศึกษาในระดับประถมศึกษา ซึ่งบุคลิกภาพเป็นลักษณะของแต่ละบุคคลที่มาจากบุคลิกภาพทางร่างกาย และบุคลิกภาพทางสังคมขึ้นอยู่กับพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อม ตัวแปรเพศและบุคลิกภาพจึงมีความสัมพันธ์กัน (อริยา คูหา, 2556: 253)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. บุคลากรทางการศึกษา สามารถนำกิจกรรมการทดลองมองรูปภาพและฟังเสียงที่เร้าอารมณ์ด้านการมีอิทธิพลไปใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนได้ เมื่อนักเรียนได้มองรูปภาพและฟังเสียงดิจิทัลจะกระตุ้นให้เกิดความสนใจและเกิดจินตนาการ

2. หน่วยงานของรัฐและเอกชนสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการสร้างสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพราะรูปภาพและเสียงดิจิทัลช่วยสื่อให้ผู้ชมเข้าใจเรื่องราวที่เกิดขึ้นได้ง่าย เช่น การรณรงค์งดดื่มสุรา การรณรงค์ลดอุบัติเหตุ เป็นต้น

3. ในวงการแพทย์สามารถนำผลการวิจัยมาใช้ทดสอบการรับรู้อารมณ์ของผู้ป่วยด้วยการวัดทางสรีรวิทยา เช่น การวัดปฏิกิริยาการตอบสนองของรูม่านตา อัตราการเต้นของหัวใจ เป็นต้น เพื่อนำไปสู่การเตรียมพร้อมในการรักษาผู้ป่วยได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

1. การศึกษานี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยผู้ใหญ่ตอนต้น และมีบุคลิกภาพเปิดเผยหรือบุคลิกภาพกลางๆ จึงควรที่จะมีการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างในช่วงวัยอื่น เช่น วัยเด็ก วัยผู้ใหญ่ตอนกลาง วัยชรา หรือมีบุคลิกภาพในแบบอื่นๆ เช่น บุคลิกภาพเก็บตัว บุคลิกภาพเปิดรับประสบการณ์ เป็นต้น เพื่อเปรียบเทียบอารมณ์ของบุคคลในกลุ่มที่ต่างไป

2. การศึกษานี้ใช้รูปภาพและเสียงดิจิทัลด้านการมีอิทธิพลเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ควรที่จะมีการนำสิ่งอื่นๆ เช่น คำ ข้อความ รูปภาพ-คำ รูปภาพ-ข้อความ เสียงดิจิทัล-คำเสียงดิจิทัล-ข้อความ รูปภาพเคลื่อนไหว เป็นต้น เพื่อเปรียบเทียบอารมณ์จากการถูกกระตุ้นด้วยสิ่งเร้าที่แตกต่าง

เอกสารอ้างอิง

- จิราภรณ์ ตั้งกิตติภรณ์. (2556). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนปพน ภูสุวรรณ, เสรี ชัดเข้ม และศราวิน เทพสถิตย์ภรณ์. (2561). *การพัฒนาระบบคลังเสียงดิจิทัลด้านอารมณ์ความรู้สึกในบริบทของสังคมไทย*. ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธวัชชัย ศรีพรงาม, เสรี ชัดเข้ม และ สมพร สุทัศน์ีย์. (2558). *การพัฒนาระบบคลังรูปภาพที่สื่อความหมายทางด้านอารมณ์ความรู้สึกในบริบทของคนไทย*. *วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา*. 13(2) : 57 – 70.
- อริยา คุหา. (2556). *จิตวิทยาเพื่อการดำรงชีวิต*. พิมพ์ครั้งที่ 2. ปัตตานี: มิตรภาพ.
- Ahveninen, J., Chang, W. T., Huang, S., Keil, B., Kopco, N., Rossi, S., Bonmassar, G., Witzel, T., & Polimeni, J. R. (2016). Intracortical depth analyses of frequency-sensitive regions of human auditory cortex using 7TfMRI. *NeuroImage*. (143): 116-127.
- Bradley, M. M., Codispoti, M., Sabatinelli, D., & Lang, P. J. (2001). Emotion and motivation II: Sex differences in picture processing. *Emotion*, 1(3) : 300-319.

- Edmond, W. A. & Kennedy, T. D. (2017). **An Applied Reference Guide to Research Designs: Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods**. 2nd ed. California: Sage Publication.
- Han, S.H., Gao, X.C., Humphreys, G.W. & Ge, J.Q. (2008). Neural processing of threat cues in social environments. **Human Brain Mapping**, 29(8) : 945-957.
- Han S, Fan Y, & Mao L. (2008). Gender difference in empathy for pain: An electrophysiological investigation. **Brain Research**, 1196 (-): 85-93.
- 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**, 17(1) : 26-49.
- Kret, M. E., & De Gelder, B. (2012). A review on sex differences in processing emotional signals. **Neuropsychologia**, 50(7): 1211-1221.
- Lucas, R. E, & Baird, B. M (2004). Extraversion and Emotional Reactivity. **Journal of Personality and social Psychology**, 86(3), 473-485.
- Lungu, O., Potvin, S., Tikász, A., & Mendrek, A. (2015). Sex differences in effective fronto-limbic connectivity during negative emotion processing. **Psychoneuroendocrinology**, 62: 180-188.
- Maffei, A., Vencato, V., & Angrilli, A. (2015). Sex Differences in Emotional Evaluation of Film Clips: Interaction with Five High Arousal Emotional Categories. **PloS one**, 10(12): 1-13 [Online]. Retrieved September 3, 2015. From <https://journals.Plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0145562>
- Mendoza-Halliday, D., Torres, S., & Martinez-Trujillo, J. C. (2014). Sharp emergence of feature-selective sustained activity along the dorsal visual pathway. **Nature Neuroscience**, 17(9): 1255-1262.
- Russell, J. A., & Mehrabian, A. (1977). Evidence for a three-factor theory of emotions. **Journal of Research in Personality**, 11(3): 273-294.
- Whittle, S., Yucel, M., Yap, M. B., & Allen, N. B. (2011). Sex differences in the neural correlates of emotion : evidence from neuroimaging. **Biological psychology**, 87(3) : 319-333.