

The Comparison of Communication Methods on the Perception of Sadness¹

Noppamon Swangwiboonpong²
Tarid Wongvorachan³
Chanyanart Kiattiporn-Opas⁴
Wachiraporn Mayurasakorn⁵
Nitradee Thanasakulprasert⁶
Chalalai Taesilapasathit⁷

Received: June 13, 2016

Accepted: October 10, 2016

Abstract

This study aims to compare communication methods on the perception of sadness. We aim to compare the influence of communication method of Face-to-Face (F2F) and Facebook on the intensity of sadness perceived by the receivers. A total number of 112 participants who were students of Thammasat University, enrolled in the course of general psychology (2nd semester of 2015) were chosen by the method: convenience sampling. After that, the subjects were divided into 2 groups and each group received a message from a different ways (F2F and Facebook). Then, the participants were required to complete the questionnaire measuring the emotion they perceived. The questionnaire consisted of 3 parts: the first part required participants to identify the emotion they perceived from the sender, the second required participants to rate the intensity of the emotion they perceived by using Affective Dimension of Valence from Self-Assessment Manikin (SAM) (which has $r = 0.86$ when comparing with Affective Slider and $r = 0.97$ when comparing SAM with Semantic Differential Scale). The final part required participants to describe the factors they used to perceive the emotion stated above. Although all of the participants could perceive the emotion of sadness, descriptive statistics suggested that 55.30% of the participants that received the message via F2F perceived the emotion by observing non-verbal cues of the sender, whereas 80.30% of the participants that received the message from Facebook perceived the emotion through viewing the text. An independent sample t-test found that the F2F group perceived sadness at a significantly greater degree than the Facebook group. ($t = 2.28, p = 0.01$)

Keywords: communication, facebook, face-to-face, emotion, sadness

¹ Research paper of Bachelor Degree

² Author: Student in psychology at Thammasat University, E-mail: noppamonswangwiboonpong@gmail.com,

³ Author: Student in psychology at Thammasat University

⁴ Author: Student in psychology at Thammasat University

⁵ Author: Student in psychology at Thammasat University

⁶ Author: Student in psychology at Thammasat University

⁷ Supervisor and corresponding author: Lecturer at Division of Psychology, Department of Psychology, Library Science and Geography, Faculty of Liberal Arts, Thammasat University

การเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารที่มีผลต่อการที่ผู้รับสารรับรู้อารมณ์เศร้าของผู้ส่งสาร¹

นภมณ สว่างวิบูลย์พงศ์²
 ธฤต วงศ์วรจรรย์³
 ชัญญานาฏ เกียรติพรโอภาส⁴
 วชิราภรณ์ มยุระสาคร⁵
 นิตยร์ดี ธนะสกุลประเสริฐ⁶
 ชลาลัย แต่ศิลป์สาธิต⁷

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารที่มีผลต่อการที่ผู้รับสารรับรู้อารมณ์เศร้าของผู้ส่งสาร โดยศึกษาเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารที่มีผลต่อการที่ผู้รับสารรับรู้ความเข้มข้นของอารมณ์เศร้าของผู้ส่งสาร ระหว่างการรับสารแบบต่อหน้า (F2F) และการรับสารผ่าน Facebook โดยผู้เข้าร่วมการทดลองเป็นนักศึกษาที่ลงเรียนวิชาจิตวิทยาทั่วไป มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ภาคการศึกษาที่ 2/2558) จำนวน 112 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก กลุ่มการทดลองถูกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ในจำนวนใกล้เคียงกัน แต่ละกลุ่มได้รับสารจากช่องทางที่แตกต่างกัน (F2F และ Facebook) หลังจากนั้นให้ผู้เข้าร่วมการทดลองตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับอารมณ์ที่รับรู้ได้ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ระบุอารมณ์ของผู้ส่งสารที่ตนรับรู้ได้, เลือกระดับอารมณ์โดยใช้ Affective Dimension of Valance จาก Self-Assessment Manikin (SAM) ($r = .857$ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับ Affective Slider และมี $r = .97$ เมื่อเปรียบเทียบกับ Semantic Differential Scale) และระบุปัจจัยที่ใช้ในการรับรู้อารมณ์ข้างต้น ถึงแม้ว่าผู้เข้าร่วมการทดลองทั้ง 2 กลุ่มจะสามารถรับรู้อารมณ์เศร้าได้ไม่แตกต่างกัน พบว่า ร้อยละ 55.30 ของผู้ที่รับสารแบบต่อหน้า (F2F) รับรู้อารมณ์โดยการสังเกตอวัจนภาษาของผู้ส่งสาร ในขณะที่ร้อยละ 80.30 ของผู้รับสารผ่าน Facebook รับรู้อารมณ์โดยการสังเกตภาษาที่ผู้ส่งสารใช้ นอกจากนี้การวิเคราะห์ข้อมูลจากโปรแกรม SPSS ด้วยวิธีการทางสถิติ Independent Sample T-test พบว่า ผู้เข้าร่วมการทดลองที่รับสารแบบ F2F สามารถรับรู้อารมณ์เศร้าได้เข้มข้นกว่าผู้ที่รับสารผ่าน Facebook อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = 2.28, p = 0.01$)

คำสำคัญ: การสื่อสาร เพชบุรี การสื่อสารแบบต่อหน้า อารมณ์ ความเศร้า

¹ บทความวิจัยระดับปริญญาตรี

² ผู้เขียน: นักศึกษา ภาควิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ E-mail: noppamonswangwiboonpong@gmail.com

³ ผู้เขียน: นักศึกษา ภาควิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

⁴ ผู้เขียน: นักศึกษา ภาควิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

⁵ ผู้เขียน: นักศึกษา ภาควิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

⁶ ผู้เขียน: นักศึกษา ภาควิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

⁷ อาจารย์ผู้ดูแล และที่ปรึกษางานวิจัย: อาจารย์ประจำสาขาวิชาจิตวิทยา ภาควิชาจิตวิทยา บรรณารักษศาสตร์ ภูมิศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บทนำ

การสื่อสารของมนุษย์มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน การสื่อสารด้วยวจนภาษาต่อหน้าสาธารณชนเป็นทักษะที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนสังคม ตลอดช่วง 2,000 ปีตั้งแต่การสื่อสารเริ่มต้นขึ้น การสื่อสารได้แผ่ขยายออกไปในวงกว้างในรูปแบบของการมีปฏิสัมพันธ์กัน ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารในลักษณะการโต้เถียงกันเป็นกลุ่ม การสื่อสารภายในครอบครัว และการสื่อสารกันระหว่างบุคคล (Wood, 2013) ซึ่งการสื่อสารของมนุษย์ในยุคเริ่มต้นมักใช้ช่องทางการสื่อสารแบบต่อหน้า หรือ Face-to-Face Communication (F2F)

การสื่อสารแบบต่อหน้า (F2F) เป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างเผชิญหน้ากันในการสนทนา (มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2551) นอกจากนี้ ยังเป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารได้สื่อสารกันอย่างใกล้ชิด ทำให้สามารถสังเกตปฏิกิริยาต่าง ๆ ที่แสดงออกได้ ดังนั้น ปฏิกิริยาตอบกลับหรือการโต้ตอบจะเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและทันทีทันใด (Immediate) ผู้ส่งสารสามารถควบคุมการรับข่าวสารของผู้รับสารได้มาก (ขวัญชีวา ส่างหลวง, 2552) อย่างไรก็ตามในโลกยุคปัจจุบันซึ่งเป็นยุคที่การสื่อสารพัฒนาไปอย่างรวดเร็วตามเทคโนโลยี โดยเฉพาะการติดต่อสื่อสารโดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตั้งแต่ E-mail ไปจนถึงเทคโนโลยี Social Media ต่าง ๆ เทคโนโลยีเหล่านี้ได้เข้ามามีบทบาทในการดำรงชีวิตของคนในสังคมทั่วโลกเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เทคโนโลยีดังกล่าวมีหลากหลายรูปแบบ ทั้งแบบที่เป็นหน้ากระดานส่วนตัวโดยที่ผู้อื่นสามารถเข้ามาเห็นได้อย่างชัดเจน เช่น Hi5, Facebook และ Twitter เป็นต้น หรือในรูปแบบของโปรแกรมที่ใช้ในการสนทนาโต้ตอบโดยเฉพาะ อย่างเช่น Skype, Whatsapp และ WeChat เป็นต้น ซึ่งคนจำนวนมากในยุคปัจจุบันใช้เป็นช่องทางหลักสำหรับการสื่อสารในชีวิตประจำวัน

ราชบัณฑิตยสภา (2554) ได้บัญญัติคำว่า “Social Media” ไว้ว่า “สื่อสังคม” หมายถึง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นสื่อกลางที่ให้บุคคลทั่วไปมีส่วนร่วมสร้างและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตได้ ส่วนคำว่า “Social Network” แปลเป็นภาษาไทยว่า “เครือข่ายสังคม” หมายถึง กลุ่มบุคคล ผู้ติดต่อสื่อสารกันโดยผ่านสื่อสังคม ซึ่งนอกจากจะส่งข่าวสารข้อมูลแลกเปลี่ยนกันแล้ว ยังอาจจะร่วมกันทำกิจกรรมที่สนใจด้วยกัน (บุญเลิศ อรุณพิบูลย์, 2555)

ภาวูธ พงษ์วิทย์ภานู (2557) แสดงผลการวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวทางโลกออนไลน์ของประเทศไทย ในงานไทยแลนด์ โซเชียล อะวอร์ด 2557 พบว่า ปัจจุบันคนไทยใช้บริการ Social Media มากเป็นอันดับ 9 ของโลก หรือราว 28 ล้านคน ซึ่งเป็นจำนวนเทียบเท่ากับผู้ใช้บริการ Social Media ในประเทศเยอรมัน ทั้งนี้ อันดับ 1 ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งมีจำนวนผู้ใช้ Social Media ประมาณ 180 ล้านคน ทางด้านการใช้ Social Media พบว่า คนไทยใช้เวลาเล่น Social Media เป็นเวลาเฉลี่ย 3.7 ชั่วโมงต่อวัน รองจากประเทศฟิลิปปินส์ที่มีจำนวนการใช้งาน Social Media โดยเฉลี่ย 4 ชั่วโมงต่อวัน ประเภทของ Social Media ที่คนไทยใช้งานมากที่สุดคือ Facebook ซึ่งคิดเป็นจำนวน 28 ล้านคน Twitter จำนวน 4.5 ล้านคน และ Instagram ด้วยจำนวนผู้ใช้ทั้งสิ้น 1.7 ล้านคน โดย Facebook มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ประมาณร้อยละ 53 ส่วนพื้นที่ที่มีการใช้งานมากที่สุด คือ กรุงเทพมหานคร คิดเป็นจำนวนร้อยละ 55 หรือราว 15.4 ล้านคน (เดลินิวส์, 2558) จากข้อมูลดังกล่าว พบว่า Social Media ที่เป็นที่ยอมรับมากที่สุดในสังคมไทย คือ Facebook

Facebook เป็นช่องทางที่ผู้คนในปัจจุบันจำนวนมากนิยมใช้เป็นช่องทางในการสื่อสาร รวมถึงใช้เพื่อแสดงออกทางด้านอารมณ์ในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้คนมีการใช้ Facebook ในการถ่ายทอดอารมณ์เศร้าของตนลงในหน้า Facebook ของตน เนื่องจากในหลายครั้ง การถ่ายทอดอารมณ์เศร้าผ่านทาง Facebook จะได้รับกำลังใจต่าง ๆ กลับมา เช่น การที่เพื่อนแสดงความคิดเห็น (Comments) ให้กำลังใจ โดยการตอบข้อความที่มีการถ่ายทอดอารมณ์เศร้า หรือแสดงความห่วงใยด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง การกระทำในลักษณะดังกล่าวช่วยบรรเทาอารมณ์เศร้าของผู้ส่งสารได้ อย่างไรก็ตาม ยังพบตัวอย่างเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน

ที่แสดงให้เห็นถึงข้อจำกัดในการที่ผู้รับสารรับรู้อารมณ์เศร้าของผู้ส่งสารผ่านทาง Facebook ยกตัวอย่างข่าวในประเทศไทย เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2559 ที่มีการเผยแพร่ข่าวการเสียชีวิตของ “ดีเจฟ้า” ซึ่งเป็นดีเจในคลับที่ได้มีการเผยแพร่ข้อความสุดท้ายบน Facebook ก่อนเสียชีวิตว่า “ฉันกำลังยิ้มอยู่” และมี Hashtag (#) ขอบคุณคนรอบตัวรวมถึงอุปสรรคต่าง ๆ ที่เข้ามาในชีวิต จากข้อความดังกล่าว ไม่มีเพื่อนหรือคนรอบตัวของดีเจฟ้าคนใดรับรู้ว่ดีเจฟ้ามีความเศร้าหรือหมดหวังในชีวิตมากพอที่จะฆ่าตัวตายได้ (เดลินิวส์, 2559) จากข่าวนี้นี้แสดงให้เห็นว่าการรับสารผ่าน Facebook อาจมีข้อจำกัดในเรื่องของการรับรู้อารมณ์เศร้าของผู้ส่งสาร ส่งผลให้ผู้รับสารไม่รับรู้ถึงอารมณ์ที่แท้จริงของดีเจฟ้าผ่านทาง Facebook

อีกกรณีหนึ่งซึ่งเป็นข่าวที่มีความคล้ายคลึงกันกับกรณีของดีเจฟ้า คือ กรณีของผู้หญิงชาวอังกฤษชื่อ Simone Back ที่ได้ทำการเผยแพร่ข้อความใน Facebook ของเธอว่าเธอกำลังจะกินยาฆ่าตัวตาย แล้วสุดท้ายเธอก็เสียชีวิต โดยแม่ของเธอได้กล่าวว่าเธอมีเพื่อนใน Facebook จำนวนมาก แต่เพื่อน ๆ ของเธอเข้าใจว่าข้อความนั้นของเธอเป็นเพียงเรื่องล้อเล่นเท่านั้น (The Guardian, 2011) จากกรณีดังกล่าวแสดงให้เห็นชัดเจนถึงความคลาดเคลื่อนในการที่ผู้รับสารรับรู้อารมณ์เศร้าของผู้ส่งสาร อันเป็นปัจจัยหนึ่งในการนำมาซึ่งความสูญเสียอย่างเหนือความคาดหมาย

จากตัวอย่างที่ได้กล่าวมา พบว่า ถึงแม้ในปัจจุบันมีคนจำนวนมากใช้ Facebook เป็นช่องทางการระบายอารมณ์เศร้าของตน แต่ดูเหมือนว่าคนส่วนใหญ่ในสังคมยังไม่สามารถรับรู้อารมณ์เศร้าของผู้ส่งสารผ่าน Facebook ได้มากเท่าที่ควร นอกจากนี้ ผลข้อมูลสำรวจระดับชาติของประเทศไทยระดับชาติปี 2556 ยังพบว่าคนไทยมีปัญหาเป็นโรคซึมเศร้าตลอดชีวิตสูงถึงร้อยละ 3.5 และมีปัญหาการฆ่าตัวตายร้อยละ 1.8 ของประชากรทั้งประเทศ (ไทยรัฐ, 2558)

ถึงแม้ว่าจะมีงานวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสาร และงานวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้อารมณ์จำนวนมาก แต่ยังไม่มียงานวิจัยใดที่ศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้อารมณ์เศร้าระหว่างการรับสารแบบต่อหน้า (F2F) และการรับสารผ่าน Facebook โดยตรง โดยเฉพาะในสังคมไทย ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องดังกล่าว เพื่อเป็นองค์ความรู้และเป็นประโยชน์ในการต่อยอดการศึกษาในด้านนี้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารที่มีผลต่อการที่ผู้รับสารรับรู้อารมณ์เศร้าของผู้ส่งสารระหว่างการรับสารแบบต่อหน้า (F2F) และการรับสารผ่าน Facebook
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารที่มีผลต่อการที่ผู้รับสารรับรู้ความเข้มข้นของอารมณ์เศร้าของผู้ส่งสารระหว่างการรับสารแบบต่อหน้า (F2F) และการรับสารผ่าน Facebook

การประมวลเอกสารที่เกี่ยวข้อง

อารมณ์เกิดจากสภาวะของจิตใจที่ตอบสนองต่อการกระตุ้นของสิ่งเร้า (วิภาพร มาพบสุข, 2540) และทำให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนองและแสดงออกมาทางด้านร่างกาย (มุกดา ศรียงค์, นวลศิริ เปาโรหิตย์, สิริวรรณ สารณะนาค, สุวิไล เรียงวัฒนสุข และนิภา แก้วศรีงาม, 2539) ในงานวิจัยครั้งนี้ได้มุ่งเน้นอารมณ์เศร้า โดยอารมณ์เศร้า คือ ภาวะอารมณ์และการแสดงออกที่สื่อถึงการไม่มีความสุขที่มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ที่เจ็บปวดเป็นทุกข์ ซึ่งจะแสดงออกมาในลักษณะสีหน้าเศร้า หรือแววตาเศร้าดังนั้นการที่จะทำความเข้าใจอารมณ์และอารมณ์เศร้า จึงมีการพิจารณาจากหลายปัจจัย

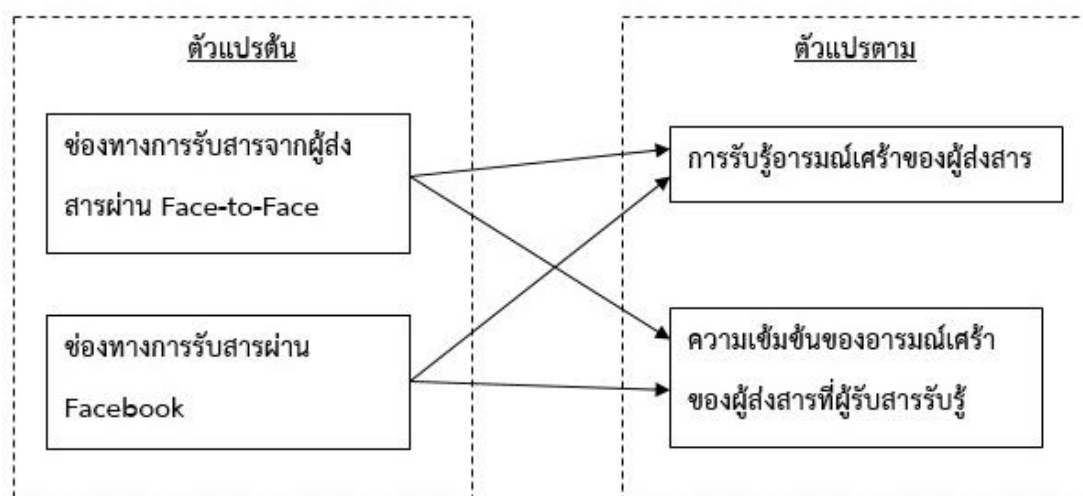
ตามแนวคิดของ Wood (2013) ที่ได้อธิบายถึงปัจจัยที่ใช้ในการตีความอารมณ์ 4 ปัจจัย ได้แก่ กลไกทางร่างกาย การรับรู้วจนภาษา ภาษา และประสบการณ์ทางสังคม โดยปัจจัยแรก กลไกทางร่างกาย เป็นการที่แรง

กระตุ้นจากภายนอกก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพภายในร่างกาย เช่น การหลั่งสาร Adrenaline จากนั้นจึงเกิดการรับรู้อารมณ์ขึ้น ปัจจัยที่สอง ด้านการรับรู้อวัจนภาษา นั่นคือ การที่บุคคลรับรู้ถึงอารมณ์ได้ผ่านการตีความสิ่งเร้าภายนอก (External Phenomena) โดยความหมายจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามบุคคลที่ตีความ (Subjective Perception) เช่น การที่มีมือสั่น สามารถตีความได้ว่ากำลังกลัว หรือการที่ยกกำปั้นขึ้น สามารถตีความได้ว่าบุคคลกำลังโกรธ เป็นต้น ปัจจัยที่สาม ด้านภาษา คือ การที่บุคคลตีความอารมณ์และความรู้สึกจากสัญลักษณ์ที่แฝงอยู่ในภาษา โดยการตีความนี้เป็นการตีความเฉพาะบุคคล (Subjective) อีกทั้งภาษายังมีความสัมพันธ์กับสังคมและวัฒนธรรมของบุคคลอีกด้วย และปัจจัยด้านสุดท้ายประสบการณ์ทางสังคม คือ การที่บุคคลรับรู้ถึงอารมณ์ได้ผ่านการขัดเกลาทางสังคม และวัฒนธรรมต่าง ๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการแสดงออกและการจัดการทางอารมณ์ของบุคคล ตามแนวคิดของ Wood ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kruger และคณะ (2005) ในเรื่องของปัจจัยในด้านอวัจนภาษาที่พบว่า การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ (ที่ขาดอวัจนภาษาที่จะช่วยบ่งบอกอารมณ์ของผู้ส่งสาร อันได้แก่ การแสดงสีหน้า น้ำเสียง และท่าทาง) สามารถนำไปสู่ความกำกวม จนนำไปสู่การตีความที่ผิดพลาดจากบุคคลอื่นได้ เนื่องจากผู้รับสารไม่รับรู้ น้ำเสียงของสารจากบุคคลที่มีความวิตกกังวลทางสังคม รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mina Choi และ Toma (2014) ที่ใช้ช่องทางการสื่อสารที่ต่างกัน ซึ่งการส่งสารที่เป็นเหตุการณ์ทางลบและอารมณ์ทางลบผ่านการรับสาร F2F (ที่ประกอบทั้งการใช้อวัจนภาษาและการใช้ภาษา) มีความเข้มข้นต่ำกว่าการส่งสารหรือแชร์ข้อมูลผ่าน Social Media ซึ่งขาดการรับรู้ด้านอวัจนภาษา

จากที่กล่าวมาผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเพื่อตีความอารมณ์เศร้า การรับรู้อารมณ์เศร้าและความเข้มข้นในการรับรู้อารมณ์เศร้าผ่านการใช้ช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกัน โดยนำมาสรุปเป็นแบบจำลองและตั้งสมมติฐานวิจัย เพื่อให้ได้ข้อสรุปในงานวิจัยต่อไป

กรอบแนวคิดงานวิจัย

การศึกษาเปรียบเทียบช่องทางการรับสารที่มีผลต่อการที่ผู้รับสารรับรู้อารมณ์เศร้าของผู้ส่งสาร ในงานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาการรับรู้ความเข้มข้นของอารมณ์เศร้าผ่านช่องทางการรับสาร 2 แบบที่ต่างกัน นั่นคือ Face-to-face และ Facebook จากที่ผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงนำมาสรุปเป็นแบบจำลองสมมติฐาน ดังแผนภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้การวิจัยเชิงทดลองในรูปแบบเชิงปริมาณ โดยจะทำการศึกษาในรูปแบบ Between Subjects

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ที่ลงทะเบียนเรียนวิชาจิตวิทยาทั่วไป จำนวน 607 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบตามสะดวก (Non-Probability Sampling; Convenience) โดยสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 112 คน จากนั้นแบ่งจำนวนผู้เข้าร่วมการทดลองออกเป็น 2 กลุ่มเป็นจำนวนใกล้เคียงกัน ได้แก่ กลุ่มที่รับสารจากผู้ส่งสารแบบต่อหน้า (F2F) และกลุ่มที่รับสารผ่าน Facebook

การสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบตามสะดวก (Non-Probability Sampling; Convenience) โดยให้นักศึกษามาลงชื่อเพื่อเข้าร่วมการทดลองตามความสมัครใจ

วิธีการสุ่มการได้รับ Treatment ของกลุ่มตัวอย่าง สุ่มโดยอาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) แบบสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีการจับฉลาก

เครื่องมือและอุปกรณ์

1. เครื่องคอมพิวเตอร์
2. ข้อความที่ใช้ในการทดลอง

“วันคืนความฝันที่ร่วมสร้างมา เอื้อมือสู่ฟ้ามลายหายไป เพราะว่ามีมือนี้ทำลายความรักที่เคยสร้างไว้ ร้องนามอยู่อย่างพริ้วเพื่อ เธอค้นเจอความรักสลักหทัย ฉันรู้ดีว่าความคำนึงอันใด ถ้ายทอดไปไม่เคยจะถึงเธอ”

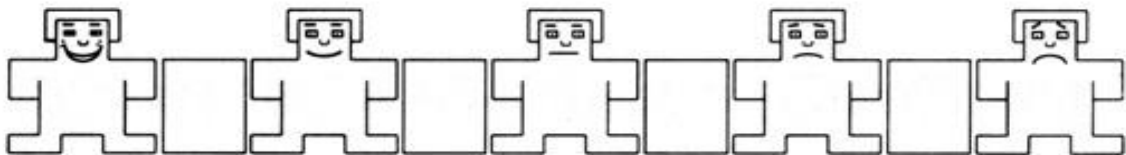
(นำมาจากเนื้อร้องของเพลงประกอบนิยาย เรื่อง ศาสตร์าคู่คู่แผ่นดิน ของ มือเดียวค้ำฟ้า โดยทำการตัดมาเพียงบางส่วนและเรียบเรียงใหม่ โดยมีการทำ Pilot Study ว่าเป็นข้อความที่สื่อถึงอารมณ์เศร้าจริง)

3. แบบสอบถามที่ใช้ในการทดลอง ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 3 ข้อ ดังนี้

3.1. "กรุณาทำเครื่องหมาย x บน ___ หน้าอารมณ์ที่ตรงกับอารมณ์ของผู้ส่งสารที่คุณรับรู้ได้จากสารนั้นที่สุด (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) สุข/ โกรธ/ ประหลาดใจ/ ขยะแขยง/ กลัว/ เศร้า/ อื่น ๆ (โปรดระบุ)"

3.2. "อารมณ์ที่คุณเลือกในข้อ 1 คุณพิจารณาจากอะไร"

3.3. "กรุณาทำเครื่องหมาย x ที่รูปตัวคนที่ตรงกับอารมณ์ของผู้ส่งสารที่คุณรับรู้ได้จากสารนั้นมากที่สุด (หากอารมณ์ที่รับรู้ได้อยู่ระหว่างคนสองคน ให้ทำเครื่องหมาย x ที่ช่องสี่เหลี่ยมที่อยู่ระหว่างคนสองคนนั้น (ภาพประกอบ 2))"



ภาพประกอบ 2 Affective Dimension of Valence จาก Self-Assessment Manikin (Bradley & Lang, 1994)

โดยในแบบสอบถามข้อที่ 3 ผู้วิจัยได้นำมาจาก Affective Dimension of Valence จากแบบประเมินอารมณ์ Self-Assessment Manikin เพื่อทำการประเมินอารมณ์ของผู้เข้าร่วมการทดลอง โดยพบงานวิจัยยืนยัน

Validity ของแบบประเมินดังกล่าวคือ เมื่อนำ SAM มาเปรียบเทียบกับ Semantic Differential Scale ของ Mehrabian และ Russell (1974) พบว่า แบบวัดประเมินทั้ง 2 มีค่า Correlation $r = 0.97$ ในส่วนของมิติ ความพึงพอใจ (Valence) และจากงานวิจัยของ Betella และ Verschure (2016) ได้มีการนำ SAM และ Affective Slider มาเปรียบเทียบกับกัน โดยการให้ผู้เข้าร่วมการทดลองแต่ละกลุ่มประเมินอารมณ์ของตนเอง หลังจากได้รับสิ่งเร้า พบว่าแบบวัดประเมินทั้ง 2 มีค่า Correlation ที่สูงในมิติของ Valence ($r = 0.85$)

วิธีการวิจัย

1. ผู้เข้าร่วมการทดลองเข้าทำการทดลองรอบละ 10 คน
2. ชี้แจงคำสั่งและเงื่อนไขการทดลองให้แก่ผู้เข้าร่วมการทดลอง

2.1 คำสั่งที่ใช้ในการทดลองกลุ่ม F2F

“ในขั้นแรกจะขอให้คุณอ่านใบแสดงความยินยอมก่อนนะครับ และเมื่ออ่านเสร็จแล้ว ขอให้เซ็นชื่อในช่องข้างล่าง และเดี๋ยวสักครู่จะมีคน ๆ หนึ่งเข้ามาพูดบางสิ่งบางอย่างให้คุณฟัง ขอให้ฟังอย่างตั้งใจนะครับ หลังจากเสร็จแล้ว ขอให้ทำแบบสอบถามที่ให้ไป ขอให้ตอบคำถามให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ที่สำคัญเลย คือ ไม่อนุญาตให้พูดคุยกันระหว่างทำการทดลองนะครับ”

2.2 คำสั่งที่ใช้ในการทดลองกลุ่ม Facebook

“ในขั้นแรกจะขอให้คุณอ่านใบแสดงความยินยอมก่อนนะครับ และเมื่ออ่านเสร็จแล้ว ขอให้เซ็นชื่อในช่องข้างล่าง หากพร้อมแล้วให้กดเปิดหน้าจอบคอมพิวเตอร์ จะมีข้อความบน Post ใน Facebook ให้อ่าน จากนั้นให้ทำแบบสอบถามที่ให้ไป ขอให้ตอบคำถามให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ไม่อนุญาตให้พูดคุยกันระหว่างทำการทดลองนะครับ”

3. ให้ผู้เข้าร่วมการทดลองทำแบบสอบถาม

4. เก็บแบบสอบถามจากผู้เข้าร่วมการทดลอง และบอกวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของการทำการทดลอง จากนั้นกล่าวขอบคุณผู้เข้าร่วมการทดลองที่ให้ความร่วมมือ

สมมติฐานการวิจัย

ช่องทางการรับสารจากผู้ส่งสารแบบต่อหน้า (F2F) มีความเข้มข้นในการรับรู้อารมณ์เศร้า > ช่องทางการรับสารจากผู้ส่งสารจาก Facebook

ทั้งนี้ใช้คำตอบที่ได้จากแบบทดสอบข้อที่ 3 (ความเข้มข้นในการรับรู้อารมณ์เศร้าของผู้ที่รับสาร) มาวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent Sample T-Test

ผลการศึกษา

งานวิจัยเรื่อง “การเปรียบเทียบช่องทางการรับสารที่มีผลต่อการที่ผู้รับสารรับรู้อารมณ์เศร้าของผู้ส่งสาร” เป็นงานวิจัยเชิงทดลอง (Experiment) แบบ Between Subjects โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก จำนวน 112 คน จากนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ที่ลงทะเบียนวิชาจิตวิทยาทั่วไป โดยผลการวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามเพศและกลุ่มการทดลอง

เพศ	จำนวนคน			ร้อยละ
	Face-to-Face	Facebook	n	
ชาย	19	18	38	33.93
หญิง	34	41	74	66.07
n	53	59	112	100

จากตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามเพศและกลุ่มการทดลอง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.07 และ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 33.93

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของคำตอบที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้อารมณ์ ผ่านช่องทางการรับสารแบบต่อหน้า (F2F) และผ่านช่องทางการรับสารจาก Facebook

ประเภทของอารมณ์	ประเภทของการรับรู้อารมณ์			
	Face-to-Face		Facebook	
	(คำตอบ)	(ร้อยละ)	(คำตอบ)	(ร้อยละ)
สุข	0	0	4	5.41
โกรธ	0	0	2	2.70
ประหลาดใจ	1	1.61	3	4.05
รังเกียจ	0	0	0	0
กลัว	8	12.90	5	6.76
เศร้า	53	85.48	59	79.73
อื่น ๆ	0	0	1	1.35

จากตาราง 2 แสดงจำนวนคำตอบและร้อยละที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้อารมณ์ผ่านช่องทางการรับสารแบบต่อหน้า (F2F) พบว่ากลุ่มตัวอย่างรับรู้อารมณ์เศร้าได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.48 รับรู้อารมณ์กลัว คิดเป็นร้อยละ 12.90 และรับรู้อารมณ์ประหลาดใจ คิดเป็นร้อยละ 1.61 โดยที่กลุ่มตัวอย่างไม่มีการรับรู้อารมณ์สุข อารมณ์โกรธ และอารมณ์รังเกียจ นอกจากนั้น เมื่อพิจารณาจำนวนคำตอบที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้อารมณ์ผ่านช่องทางการรับสารจาก Facebook พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้อารมณ์เศร้าได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.73 รองลงมาเป็นการรับรู้อารมณ์กลัว คิดเป็นร้อยละ 6.76 กลุ่มตัวอย่างรับรู้อารมณ์สุข คิดเป็นร้อยละ 5.41 รับรู้อารมณ์ประหลาดใจ คิดเป็นร้อยละ 4.05 รับรู้อารมณ์โกรธ คิดเป็นร้อยละ 2.70 และรับรู้อารมณ์อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.35 โดยที่กลุ่มตัวอย่างไม่มีการรับรู้อารมณ์รังเกียจ

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้อารมณ์เศร้าเพียงอย่างเดียวกับการรับรู้อารมณ์อื่น ๆ ร่วมด้วย ผ่านช่องทางการรับสารแบบต่อหน้า (F2F) และผ่านช่องทางการรับสารจาก Facebook

	รับรู้อารมณ์เศร้า เพียงอย่างเดียว	รับรู้อารมณ์อื่น ๆ ร่วมด้วย
Face-to-Face (คน)	45	8
(ร้อยละ)	84.91	15.09
Facebook (คน)	47	12
(ร้อยละ)	79.66	20.34

จากตาราง 3 แสดงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้อารมณ์เศร้าเพียงอย่างเดียวกับการรับรู้อารมณ์อื่น ๆ ร่วมด้วย ผ่านช่องทางการรับสารแบบต่อหน้า (F2F) พบว่ามีบุคคลที่รับรู้อารมณ์เศร้าเพียงอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 84.91 และบุคคลที่รับรู้อารมณ์เศร้าวรรวมถึงรับรู้อารมณ์อื่น ๆ ร่วมด้วย คิดเป็นร้อยละ 15.09

จากตาราง 3 ข้างต้นยังมีการแสดงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้อารมณ์เศร้าเพียงอย่างเดียวกับการรับรู้อารมณ์อื่น ๆ ร่วมผ่านช่องทางการรับสารจาก Facebook พบว่า มีบุคคลที่รับรู้อารมณ์เศร้าเพียงอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 79.66 และบุคคลที่รับรู้อารมณ์เศร้าวรรวมถึงรับรู้อารมณ์อื่น ๆ ร่วมด้วย คิดเป็นร้อยละ 20.34

ตาราง 4 แสดงร้อยละของรูปแบบที่ใช้ในการประเมินอารมณ์ ผ่านช่องทางการรับสารแบบต่อหน้า (F2F) และผ่านช่องทางการรับสารจาก Facebook

รูปแบบที่ใช้ในการ ประเมินอารมณ์	Face-to-Face (ร้อยละ)	Facebook (ร้อยละ)
กลไกทางร่างกาย	0	0
อวัจนภาษา	55.30	0
ภาษา	35.29	80.30
ประสบการณ์ทางสังคม	9.41	19.70

จากตาราง 4 แสดงร้อยละของรูปแบบที่ใช้ในการประเมินอารมณ์ ผ่านช่องทางการรับสารแบบต่อหน้า (F2F) พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้รูปแบบการประเมินอารมณ์จากอวัจนภาษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.30 กลุ่มตัวอย่างใช้รูปแบบการประเมินอารมณ์จากภาษา คิดเป็นร้อยละ 35.29 และกลุ่มตัวอย่างใช้รูปแบบการประเมินอารมณ์จากประสบการณ์ทางสังคม คิดเป็นร้อยละ 9.41 โดยที่กลุ่มตัวอย่างไม่มีการประเมินอารมณ์จากกลไกทางร่างกาย

จากตาราง 4 ข้างต้น ยังแสดงถึงจำนวนคำตอบของรูปแบบที่ใช้ในการประเมินอารมณ์ผ่านช่องทางการรับสารจาก Facebook พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้รูปแบบการประเมินอารมณ์จากภาษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.30 กลุ่มตัวอย่างใช้รูปแบบการประเมินอารมณ์จากประสบการณ์ทางสังคมรองลงมา คิดเป็นร้อยละ 19.70 โดยที่กลุ่มตัวอย่างไม่มีการประเมินอารมณ์จากกลไกทางร่างกาย และอวัจนภาษา

จากข้อมูลข้างต้นพบว่า บุคคลสามารถรับรู้อารมณ์เศร้าของผู้ส่งสารได้ผ่านช่องทางการรับสารทั้ง 2 แบบ อย่างไรก็ตาม พบว่าผู้ที่รับสารจาก Facebook มีการรับรู้อารมณ์ที่หลากหลายมากกว่าผู้ที่รับสารแบบต่อหน้า

(F2F) รวมถึงผู้ที่รับสารจาก Facebook ยังใช้ปัจจัยในการพิจารณาอารมณ์ของผู้ส่งสารน้อยกว่าผู้ที่รับสารจากผู้ส่งสารแบบต่อหน้า (F2F)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์สมมติฐาน

สมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : ความเข้มข้นในการรับรู้อารมณ์เศร้าของผู้ที่รับสารจากผู้ส่งสารแบบต่อหน้า (F2F) \leq ความเข้มข้นในการรับรู้อารมณ์เศร้าของผู้ที่รับสารจาก Facebook

H_1 : ความเข้มข้นในการรับรู้อารมณ์เศร้าของผู้ที่รับสารจากผู้ส่งสารแบบต่อหน้า (F2F) $>$ ความเข้มข้นในการรับรู้อารมณ์เศร้าของผู้ที่รับสารจาก Facebook

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มที่ประเมินระดับของอารมณ์เศร้าโดยใช้ Self-Assessment Manikin (SAM)

รูปแบบที่ใช้ในการประเมินอารมณ์	Face-to-Face	Facebook
n (คน)	53	59
Mean (ระดับ)	7.70	7.20
Standard Deviation	0.91	1.36
Levene's Test for Equality of Variances		
	F	Sig
	9.58	0.002

จากตาราง 5 แสดงถึงค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม โดยการรับรู้อารมณ์เศร้าผ่านช่องทางการรับสารแบบต่อหน้า (F2F) (Mean = 7.70, SD = 0.91) ในขณะที่การรับรู้อารมณ์เศร้าจาก Facebook (Mean = 7.20, SD = 1.36) จากนั้นทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดย Levene's Test พบว่าค่า Sig = 0.002 มีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ ($\alpha = 0.05$) หมายถึง กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มมีความแปรปรวนแตกต่างกัน

ตาราง 6 แสดงการทดสอบสมมติฐานด้วย Independent Sample T-Test ของกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้อารมณ์เศร้าผ่านช่องทางการรับสารแบบต่อหน้า (F2F) และผ่านช่องทางการรับสารจาก Facebook

Face-to-Face versus Facebook	T-Test for Equality of Means			
	t	df	Sig 1-tailed	Mean Difference
Equal variances not assumed	2.28	101.97	0.01	0.50

จากตาราง 6 แสดงการวิเคราะห์ผลทางโปรแกรม SPSS ด้วย Independent Sample T-Test กับ 2 กลุ่ม โดยพิจารณาจาก Equal Variances not Assumed พบว่าค่า Sig (1-tailed) เท่ากับ 0.01 มีค่าน้อยกว่าค่า

ระดับนัยสำคัญ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า ผู้ที่รับสารจากผู้ส่งสารทางการรับสารแบบต่อหน้า (F2F) จะมีความเข้มข้นในการรับรู้อารมณ์เศร้ามากกว่าผู้ที่รับสารจาก Facebook อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการศึกษาเปรียบเทียบว่าช่องทางการรับสารที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ความเข้มข้นของอารมณ์เศร้าหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ Levene's Test พบว่า ช่องทางการรับสารที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ความเข้มข้นของอารมณ์เศร้าที่แตกต่างกัน และจากการทดสอบด้วย Independent Sample T-Test พบว่า ช่องทางการรับสารแบบต่อหน้า (F2F) จะรับรู้ความเข้มข้นของอารมณ์เศร้าได้มากกว่าช่องทางการรับสารจาก Facebook

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่ใช้ช่องทางการรับสารแบบต่อหน้า (F2F) จะรับรู้ความเข้มข้นของอารมณ์เศร้าได้มากกว่าผู้ที่ใช้ช่องทางการรับสารจาก Facebook ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kruger และคณะ (2005) ที่พบว่า การรับรู้ผ่านน้ำเสียงมีประสิทธิภาพมากกว่าการรับข้อมูลผ่านข้อความ นอกจากนี้ Kruger และคณะ (2005) ยังพบอีกด้วยว่า บุคคลที่มีความวิตกกังวลทางสังคมหรือมีปัญหาแล้วใช้การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ (ที่ขาดอวัจนภาษาที่จะช่วยบ่งบอกอารมณ์ของผู้ส่งสาร อันได้แก่ การแสดงสีหน้า น้ำเสียง และท่าทาง) สามารถนำไปสู่ความกำกวมในการรับรู้ จนนำไปสู่การตีความที่ผิดพลาดจากบุคคลอื่นเนื่องจากไม่รับรู้น้ำเสียงของสาร

นอกจากนี้ จากการค้นคว้าเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนผลการศึกษาที่ว่า ผู้ที่ใช้ช่องทางการรับสารแบบต่อหน้า (F2F) รับรู้ความเข้มข้นของอารมณ์เศร้าได้มากกว่าผู้ที่ใช้ช่องทางการรับสารจาก Facebook พบงานวิจัยของ Plumb (2013) พบว่า ผู้เข้าร่วมการทดลองมีความเชื่อว่าตนสามารถที่จะทำนายสภาวะอารมณ์ของคู่ของตนเองได้แม่นยำเมื่อสนทนาแบบต่อหน้ามากกว่าการสนทนาผ่านคอมพิวเตอร์

เมื่อพิจารณาผลการทดลองที่ได้แสดงให้เห็นว่าผู้ที่รับสารแบบต่อหน้าส่วนใหญ่ (ร้อยละ 55.30) ใช้การสังเกตอวัจนภาษา (Nonverbal) มากที่สุด ในการพิจารณาอารมณ์ของผู้ส่งสาร โดยใช้ปัจจัยด้านภาษาและประสบการณ์ทางสังคมรองลงมาตามลำดับ ซึ่งมีปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาอารมณ์มากกว่าผู้ที่รับสารผ่านทาง Facebook ที่ใช้การพิจารณาอารมณ์ของผู้ส่งสารจากภาษาที่ใช้ (Verbal) เป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 80.30) และปราศจากการสังเกตอวัจนภาษา ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้ว่าการพิจารณาอารมณ์ของผู้ส่งสารโดยการสังเกตอวัจนภาษาของผู้ส่งสารส่งผลให้ผู้รับสารรับรู้ความเข้มข้นของอารมณ์เศร้าได้มากกว่าการพิจารณาผ่านการใช้ภาษา ผลการทดลองดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Guarnera และคณะ (2015) ที่ได้ทำการศึกษาถึงความสามารถในการรับรู้อารมณ์ โกรธ ดีใจ กลัว ประหลาดใจ เศร้า รังเกียจ และอารมณ์ที่เป็นกลาง (Neutral Emotion) จากใบหน้า พบว่า เด็กสามารถรับรู้อารมณ์เศร้าได้จากการมองเห็นแค่ดวงตา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการสังเกตอวัจนภาษาของผู้ส่งสารนั้นมีส่วนช่วยให้ผู้รับสารรับรู้อารมณ์ของผู้ส่งสารได้จริงแม้เห็นเพียงอวัยวะบางส่วนเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ก่อนหน้านี้ไม่พบงานวิจัยของไทยที่ทำการศึกษเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้อารมณ์เศร้าผ่านช่องทางการสื่อสารแบบต่อหน้า กับการรับรู้อารมณ์เศร้าผ่าน Facebook ผลงานวิจัยชิ้นนี้จึงเปรียบเสมือนองค์ความรู้ใหม่ให้กับสังคมไทยในแง่มุมดังกล่าว

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าผู้ที่ใช้ช่องทางการรับสารแบบต่อหน้าจะรับรู้อารมณ์เศร้าได้เข้มข้นกว่าผู้ที่ใช้ช่องทางการรับสารจาก Facebook ดังนั้นสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปประกอบการสังเกตพฤติกรรมการใช้ Facebook ของคนรอบข้างในการแสดงอารมณ์เศร้า เพื่อให้เกิดการตระหนักรู้ว่าสารที่บุคคลรับรู้จาก Facebook อาจมีความเข้มข้นน้อยกว่าการรับสารจากบุคคลเหล่านั้นแบบต่อหน้า (F2F) เนื่องจากการรับสารแบบต่อหน้า

(F2F) มีปัจจัยที่ช่วยให้บุคคลสามารถรับรู้ความเข้มข้นของอารมณ์เศร้าของผู้ส่งสารได้มากกว่าโดยการพิจารณาจากอวัจนภาษาของผู้ส่งสารร่วมด้วย

นอกจากนั้นผลการวิเคราะห์ข้อมูลยังแสดงให้เห็นว่าผู้ที่รับสารจาก Facebook มีการรับรู้อารมณ์ที่หลากหลายมากกว่าผู้ที่รับสารแบบต่อหน้า (F2F) รวมถึงผู้ที่รับสารจาก Facebook มีการใช้ปัจจัยในการพิจารณาอารมณ์ของผู้ส่งสารน้อยกว่าผู้ที่รับสารจากผู้ส่งสารแบบต่อหน้า (F2F)

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดในเรื่องการรับรู้เพศของผู้ส่งสาร เนื่องจากในกลุ่มการทดลองที่รับสารผ่าน Facebook นั้นไม่รับรู้เพศของผู้ส่งสาร ในขณะที่กลุ่มการทดลองที่รับสารแบบต่อหน้า (F2F) รับรู้ว่าผู้ส่งสารเป็นเพศหญิง อาจส่งผลให้ผู้รับสารมีการรับรู้ความเข้มข้นของอารมณ์ที่แตกต่างกันอย่างไม่รู้ตัว ดังนั้น ในงานวิจัยต่อไปควรนำเรื่องเพศของผู้ส่งสารมาเป็นหนึ่งในปัจจัยในการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้อารมณ์

นอกจากนั้น ผลจากการทำ Pilot Study ก่อนทำการทดลองจริง (มีขั้นตอนการทดลองเหมือนการทดลองจริงทุกประการ ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ เป็นนักศึกษาภาควิชาจิตวิทยาทั้งหมด จำนวน 30 คน) พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับสารแบบต่อหน้า (F2F) รับรู้อารมณ์เศร้าได้เข้มข้นน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับสารจาก Facebook โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจากการทำ Pilot Study เป็นบุคคลที่รู้จักและมีความใกล้ชิดกับผู้ส่งสาร ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างจากการทดลองจริง ไม่มีผู้ที่รู้จักกับผู้ส่งสาร ดังนั้นในการทดลองต่อไป อาจนำความใกล้ชิดของผู้ส่งสารกับผู้รับสารมาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้อารมณ์

อย่างไรก็ตาม พบว่าการศึกษาเปรียบเทียบเกี่ยวกับการรับรู้อารมณ์ผ่านช่องทางการสื่อสารยังคงขาดแคลนในสังคมไทย ในขณะที่เทคโนโลยีการสื่อสารพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว หากงานวิจัยต่อไปในอนาคตมีการศึกษาเรื่องนี้เพิ่มเติม คงเป็นประโยชน์กับสังคมไทยอย่างมาก

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญชีวา ส่างหลวง. (13 มิถุนายน 2552). *Theory of communication*. ค้นเมื่อ 4 มีนาคม 2559 จาก <http://theory-comm-k.exteen.com/page/3> ขวัญชีวา ส่างหลวง Theory of communication เดลินิวส์. (19 กุมภาพันธ์ 2559). *Entertainment*. ค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2559 จาก <http://www.dailynews.co.th/entertainment/380651> เดลินิวส์. (27 พฤษภาคม 2558). *IT*. ค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2559 จาก <http://www.dailynews.co.th/it/240663> บุญเลิศ อรุณพิบูลย์. (10 มกราคม 2555). *Social Media และ Social Network*. ค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2559 จาก <http://www.thailibrary.in.th/2012/01/10/social-media-social-network/> มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (8 สิงหาคม 2551). *ประเภทของการสื่อสาร*. ค้นเมื่อ 4 มีนาคม 2559 จาก <https://www.l3nr.org/posts/196573> มุกดา ศรีรงค์, นวลศิริ เปาโรหิตย์, สิริวรรณ สารระนาค, สุวิไล เรียงวัฒนสุข และนิภา แก้วศรีงาม. (2539). *จิตวิทยาทั่วไป (General Psychology)*. ม.ป.ท. ราชบัณฑิตยสภา. (2554). *อารมณ์เศร้า* ค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2559 จาก <http://www.royin.go.th/dictionary/> ลักษณ์ สรวิวัฒน์. (2530). *จิตวิทยาเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรินติ้ง เฮ้าส์. วารุณี ภูวสรกุล, และคณะ. (2555). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วิมาพร มาพบสุข. (ม.ป.ป.). *จิตวิทยาทั่วไป (General Psychology)*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ. ศูนย์สื่อนานาชาติแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (8 กันยายน 2554). *การสื่อสาร (Communication)*. ค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2559 จาก [http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php/การสื่อสาร_\(Communication\)](http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php/การสื่อสาร_(Communication))

- Adler, R. B. & Proctor II, R. F. (2011). *Looking Out Looking In* (13th ed.). Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Bradley, M. M., & Lang, P. J. (1994). Measuring emotion: The Self-Assessment Manikin and the Semantic Differential. *Journal of Behavioral Therapy and Experimental Psychiatry*, 25(1), 49-59.
- Berlo, D. K. (1960). *The Process of Communication*. New York.
- Betella, A. & Verschure, P. F. M. J. (2016). The Affective Slider: A Digital Self-Assessment Scale for the measurement of Human Emotions. *PLoS ONE* 11.
- Borke, H. (1971). Interpersonal Perception of Young Children: Egocentrism or Empathy? *Developmental Psychology*, 5, 263-269.
- Cheng, K. H., Hou, H. T., & Wu, S. Y. (2014) Exploring Students' emotional responses and Participation in an Online Peer Assessment Activity: A case study. *Interactive Learning Environments*, 22(3), 271–287.
- Choi, M. & Toma, C. L. (2014) Social Sharing through Interpersonal Media: Patterns and Effects on Emotional Well-being. *Computers in Human Behavior*, 36, 530–541.
- Costa, P. T. & McCrae, R. R. (1980). Influence of Extraversion and Neuroticism on Subjective Well-Being: Happy and Unhappy People. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 668-678.
- Firestone, L. (2015, July 30). *The Value of Sadness*. Retrieved March 12, 2016 from <https://www.psychologytoday.com/blog/compassion-matters/201507/the-value-sadness>
- Fussell, S. (Ed.). (2002). *The Verbal Communication of Emotions*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Gallois. (1993). The Language and Communication of Emotion: Universal, Interpersonal, or Intergroup?. *American Behavioral Scientist*, 36, 309-338.
- Guarnera, M., Hichy, Z., Cascioa, M. I. & Carrubac, S. (2015). Facial Expressions and Ability to Recognize Emotions from Eyes or Mouth in Children. *Europe's Journal of Psychology*, 11(2), 183–196, DOI:10.5964/ejop.v11i2.890
- Goddard, C., (2002). *Explicating Emotions across Languages and Cultures: A Semantic Approach*. In Gross, J. J., Sutton, S. K., & Ketelaar, T. V. (1998). Relations between Affect and Personality: support for the Affect-Level and Affective-Reactivity Views. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24, 279-288.
- Hyniewka & Sato. (2015). Facial Feedback Affects Valence Judgments of Dynamic and Static Emotional Expressions. *Frontiers in Psychology*, 291.
- Kamper, T. D. (1987). How many Emotions are there? Wedding The Social and Autonomic Components. *American Journal of Sociology*, 93, 263-289.
- Kruger, J., Epley, N., Parker, J. & Ng, Z. (2005). Egocentrism Over E-Mail: Can We Communicate as Well as We Think?. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 925–936

- Lang, P. J. (1980). Behavioral treatment and bio-behavioral assessment: Computer applications. In Sidowski, J. B., Johnson, J. H. & Williams, T A. (Eds.), *Technology in mental health care delivery systems* (pp. 119-137). Norwood, NJ: Ablex Publishing.
- Michalson, L. & Lewis, M. (1985). *What do Children Know About Emotions and When do They Know It?*. The Socialization of Emotions. New York: Plenum Press.
- Oxford University Press. (2558). Retrieved March 4, 2016 from <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/communication>
- Park, H. B., Han, J. E & Hyun, J. S. (2015). You may Look Unhappy Unless You Smile: The Distinctiveness of A Smiling Face Against Faces Without an Explicit Smile. *Acta Psychologica*, 157, 185-94.
- Plumb, M. D. (2013). Non-Verbal Communication in Instant Messaging (Master's thesis). Retrieved March 12, 2016 from <https://secure.suu.edu/hss/comm/masters/capstone/thesis/plumb-mi.pdf>
- Psychology Dictionary. (n.d.). *What is Sadness*. Retrieved March 12, 2016 from <http://psychologydictionary.org/sadness/>
- Shimanoff, S. B. (1988). Degree of Emotional Expressiveness as a Function of Face-Needs, Gender, and Interpersonal Relationship. *Communication Reports*, 1, 43-53.
- Shimanoff, S. B. (1985). Rules Governing the Verbal Expression of Emotion between Married Couples. *Western Journal of Speech Communication*, 49, 149-165.
- Thairath. (2015, July 4). *Content*. Retrieved March 11, 2016 from <http://www.thairath.co.th/content/509151>
- The Guardian. (2011, Jan 5). *Technology*. Retrieved March 11, 2016 from <http://www.theguardian.com/technology/2011/jan/05/facebook-suicide-simone-back>
- Waugh, C. E. & Fredericson, B. L. (2006). Nice to Know You: Positive Emotion, Self-Other Overlap, and Complex Understanding in The Formation of New Relationship. *The Journal of Positive Psychology*, 1, 93-106.
- Wood, J. T. (2013). *Interpersonal Communication: Everyday Encounters* (7th Ed.). Boston: Wadsworth Cengage Learning.

Translated Thai References (ส่วนที่แปลรายการอ้างอิงภาษาไทย)

- Aroonpibul, B. (2012). *Social Media and Social Network*. Retrieved March 11, 2016 from <http://www.thailibrary.in.th/2012/01/10/social-media-social-network/>
- Chula International Communications. (2011). *Communication*. Retrieved March 10, 2016 from [http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php/การสื่อสาร_\(Communication\)](http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php/การสื่อสาร_(Communication))
- Dailynews. (2015). *Entertainment*. Retrieved March 11, 2016 from <http://www.dailynews.co.th/entertainment/380651>
- Dailynews. (2015). *IT*. Retrieved March 11, 2016 from <http://www.dailynews.co.th/it/240663>
- Mapobsuk, W. (n.d.). *General Psychology*. Bangkok: Academic Promotion Printing Office

- Office of the Royal Society (2011). *Sad Emotion*. Retrieved March 11, 2016 from <http://www.royin.go.th/dictionary/>
- Prince of Songkla University. (2008, August 8). Types of Communication. Retrieved March 4, 2016 from <https://www.l3nr.org/posts/196573>
- Puwasornkul, W. & et al. (2012). *General Psychology*. Bangkok: Thammasat University press.
- Sangluang, K. (2009, June 13). *Theory of communication*. Retrieved March 4, 2016 from <http://theory-comm-k.exteen.com/page/3> ขวัญชีวา ส่างหลวง Theory of communication
- Sariwat, L. (1987). *Basic Psychology*. Bangkok: O.S.Printing House.
- Sriyong, M., Paolohit, N., Saranak, S., Riangwattanasuk, S. & Keawsri-ngam, N. (1996). *General Psychology*. n.p.

3SRi