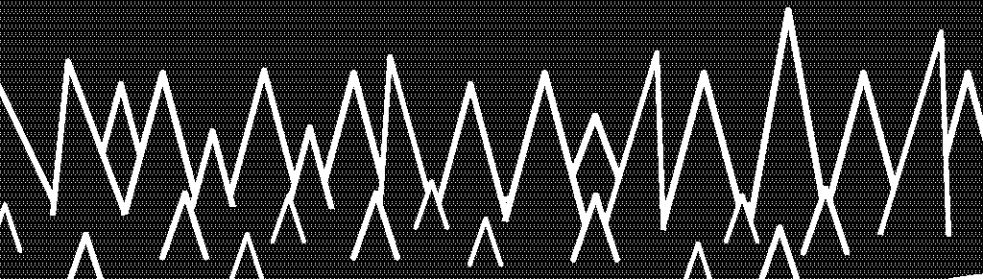
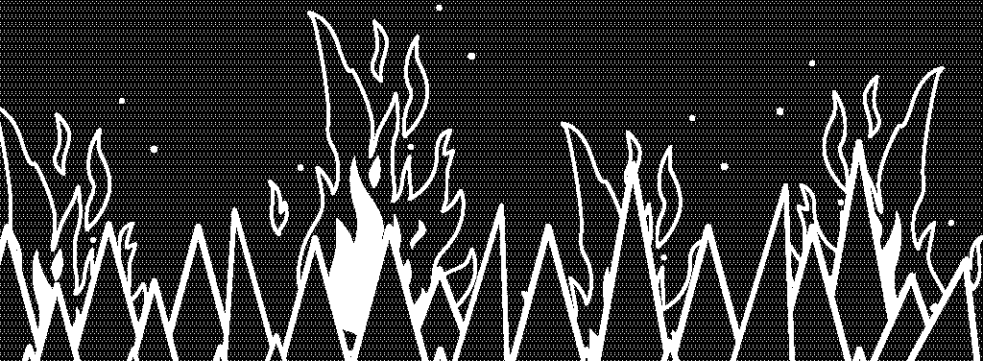
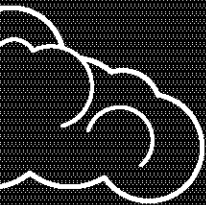
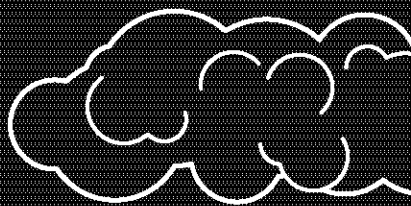


เรา
ฉัน
สวรรค์
บน







เธอ
ฉัน
สวรรค์
นรก



ดร.นำชัย ชีววิวรรณ

กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์มติชน 2564

เชอ ฉั่น สวรรค์ นรก • ดร.นำชัย ชีววิวรรณ

พิมพ์ครั้งแรก : สำนักพิมพ์มติชน, กรกฎาคม 2564

ราคา 260 บาท

ข้อมูลทางบรรณานุกรม

นำชัย ชีววิวรรณ. เชอ ฉั่น สวรรค์ นรก.--กรุงเทพฯ : มติชน, 2564.
256 หน้า.--(วิทยาศาสตร์).

1. ไทย--รวมเรื่อง. 2. วิทยาศาสตร์--รวมเรื่อง. I. ชื่อเรื่อง.

089.95911

ISBN 978-974-02-1748-0

สำนักพิมพ์มติชน | www.matichonbook.com

ที่ปรึกษาสำนักพิมพ์ : ชวรงค์ คตชาต, สุพจน์ แจ้งเร็ว, สุชาติ ศิริสุวรรณ,
ไพรัตน์ พงศ์พานิชย์, นงนุช สิงหเดชะ

ผู้จัดการสำนักพิมพ์ : มงคล ประภากรเกียรติ

รองผู้จัดการสำนักพิมพ์ : วุจิวัฒน์ วัฒนวัฒน์, สุชาชัย สุชาติสุธาธรรม

บรรณาธิการบริหาร : สุดกษณีย์ บุญปาน • หัวหน้ากองบรรณาธิการ : ชนมนะ อังทิพย์

บรรณาธิการเล่ม : โมน สวัสดิ์ศิริ • พิสูจน์อักษร : เมตตา จันทร์หอม

กราฟิกดีไซน์ : ชวรงค์ อินทรวุฒิม • ศิลปกรรม : ชนมนะ บุญจากพิสุทธ์

ออกแบบปก-ภาพประกอบ : นันทนิชา ศรีวุฒิ • ประชาสัมพันธ์และการตลาด : กรกฤษฎ์ พงษ์จันทร์, ณัชชา เขียวถกล

บริษัทมติชน จำกัด (มหาชน) : 12 ถนนเทศบาลบุญมา ประชาบริเวณ 1 เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ 0-2680-0021 ต่อ 1236 โทรสาร 0-2680-6818

พิมพ์ที่ : โรงพิมพ์มติชน 12 ถนนเทศบาลบุญมา ประชาบริเวณ 1 เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ 0-2680-0021 ต่อ 2000, 2108 โทรสาร 0-2691-9013

จัดจำหน่ายโดย : บริษัทงานดี จำกัด (ในเครือมติชน) 12 ถนนเทศบาลบุญมา ประชาบริเวณ 1
เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 0-2680-0021 ต่อ 3360-3360 โทรสาร 0-2691-9012

Matichon Publishing House a division of Matichon Public Co., Ltd.

12 Tethsabannaneman Rd., Prachanivate 1, Chatuchak, Bangkok 10900 Thailand

ในกรณีที่หนังสือมีข้อผิดพลาดจากกรพิมพ์ เช่น หน้าขาดหาย หน้าซ้ำ หน้าสลับ เข้าเล่มกลับหัว

กรุณาติดต่อมาที่ email: matichonbook.sales@gmail.com

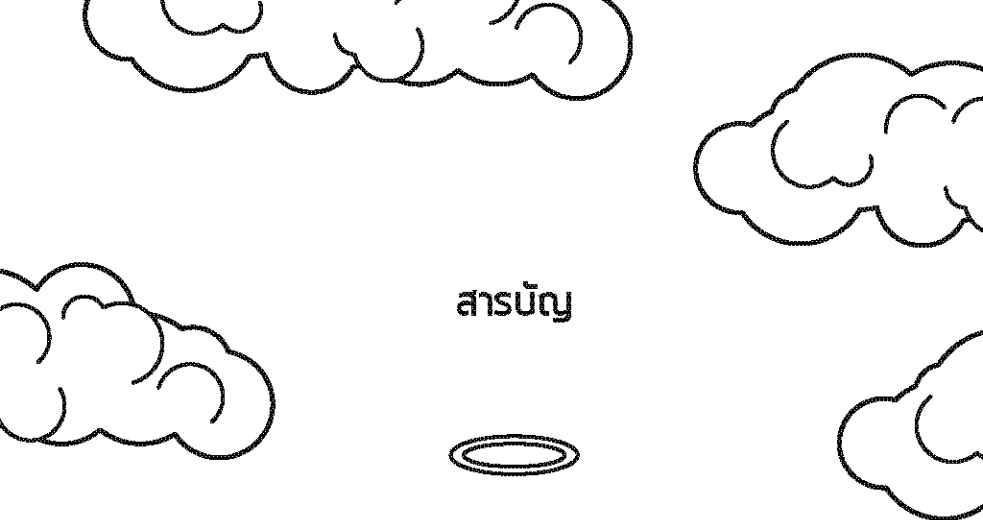
หรือ inbox  matichonbook เพื่อขอเปลี่ยนเล่มใหม่

หากท่านต้องการสั่งซื้อหนังสือเล่มนี้จำนวนมากในราคาพิเศษ

โปรดติดต่อโดยตรงที่ : บริษัทงานดี จำกัด โทรศัพท์ 0-2680-0021 ต่อ 3363 โทรสาร 0-2691-9012

**MATICHON
PREMIUM
PRINT**

ฝ่าย MATICHON PREMIUM PRINT : บริษัทมติชน จำกัด (มหาชน) รับผลิตรีพิมพ์ทุกประเภท
โทรศัพท์ 0-2680-0021 ต่อ 2419, 2424 โทรสาร 0-2591-9002



คำนำสำนักพิมพ์	8
คำนำผู้เขียน	11
สวรรค์ในอก นรกในใจ	15
เห็นโพสต์ก็รู้ใจ	17
ล้านแรกพบ	23
สวยหล่อชวนท้อใจ	28
ชู้ดหลุมรัก	33
อายุต่างกัน แล้วไง?	38
เธอ ฉันทัน และมันสมอง	43
หวังได้ หวังดี แต่อย่าหึง	48

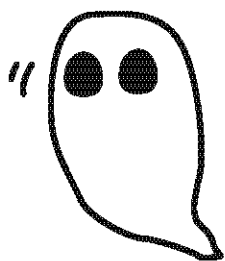


ชายหึง หญิงหวง	54
นรกดนออกหัก	59
เขี้ยวอย่าใจ	68
นรกดการหย่าร้าง	74
ดี้นรกดหนีรกสวรรค์	79
ภาวานาแล้วจะรอดไหม?	85
นรกดของการมองบวก	90
สวรรค์ของโอดะ	98
เอไอกับผีพนัน	103
โลกไซเซี่ยลสุดเปลี่ยวเหงา	109
โลกที่ไม่ต้องมีเธอ	114
นรกดเกมออนไลน์	119
หัวร่อนออนไลน์	125
หัวร่อนออฟไลน์	132
สวรรค์ (เทียม) ในอกของชาวโลก	137

สวรรค์นอกอก นรกดนอกใจ 143

เถเรกว่า รวยกว่า	145
สู่ความมอยุติธรรม	150
ทำไมลงจากอำนาจจึงไม่ง่าย?	157
ทำไมรัฐบาลมักเพล?	165

เก้าอี้เซเว่นสุโลก	174
รางวัลกับการเล่นพรรคเล่นพวก	180
ตลกสวรรค์โนเบล	185
ไดโนเบลตายช้า เขียนบทมายาตายไว?	191
ผู้นำตายช้า ขาร็อกตายไว?	196
เหลื่อมล้ำอันปาก	202
หน้าต่างแตก นรกก็แยกตาม	207
เมื่อความเห็นปะทะความจริง	213
ทำไมกลัวไวรัส แต่ไม่กลัวฝุ่น?	222
ฝุ่นนรก	231
คบคนพาล	236
คนเราฉลาดขึ้นหรือโง่งลง?	241
ฟิสิกส์ของนรกและสวรรค์	247



คำนำสำนักพิมพ์



ไม่ว่าคุณจะศรัทธาในศาสนา เรื่องลึกลับ วิทยาศาสตร์ หรือเชื่อในตัวเองสุดหัวใจ เราขอเอาแบบไม่เพ้อเจ้อว่าคำถามหนึ่งที่น่าจะเคยโผล่แว็บๆ เข้ามาในหัวให้สงสัยกันบ้างไม่มากก็น้อยคงหนีไม่พ้นคำถามที่ว่า “สวรรค์-นรกมีจริงหรือไม่?” หนึ่งในคำถามโลกแตกที่ผู้คนมากมายครุ่นคิดและพยายามหาคำตอบเสมอมาด้วยสารพันวิธี

แม้จะยังไม่เจอคำตอบสักที แต่เราทุกคนน่าจะเห็นตรงกันว่าคำถามว่า “สวรรค์อยู่ไหน นรกอยู่ในใจ” น่าจะจริงแสนจริง... เพราะสวรรค์นรกจริงๆ เป็นยังไงไม่รู้ แต่ความสุขจนเหมือนได้แตะขอบฟ้าและความทุกข์ยุคยึกใจเหมือนตกลงไปในนรกทั้งเป็น น่าต้องเคยโผล่มาจะเอ๊ะเรารู้สึกครั้งหนึ่งในชีวิตแน่ๆ

ถึงอย่างนั้น เรื่องอารมณ์ความรู้สึกและหัวใจก็แทบไม่ต่าง

อะไรกับเรื่องลึกลับ เพราะมันแสนจะซับซ้อนซ่อนเงื่อนจนหาต้นสายปลายเหตุแทบไม่ได้ยุติ

แต่วิทยาศาสตร์อาจพออธิบายอะไรหลาย ๆ อย่างเกี่ยวกับมันได้นะ!

ดร.นำชัย ชีววิวรรธนน์ กลับมาอีกครั้งพร้อมหนังสือวิทยาศาสตร์อ่านสนุกลำดับที่ 3 *เธอ ฉันท สวรรค์ นรก* ที่ย่องานวิจัยทางวิทยาศาสตร์และจิตวิทยามากมายให้เป็นบทความอ่านสนุกพาคุณเข้าไปสำรวจสวรรค์ในอก-นรกในใจ และภาวะอารมณ์แบบมนุษย์ ๆ มานอกจากโลกรอบตัวที่เราเคยเชื่อกันว่ามันแสนจะยากแท้เพียงถึง **ไม่**ว่าจะเห็น

ตัวอย่าง

- เบื้องหลังของทูลมรก
- นรกในใจของคนอกหัก
- วิธีวัดสวรรค์ (เทียม) ในใจด้วยวิทยาศาสตร์
- พลังแบบไหนที่ผลักดันให้เราสู้กับความอยู่ดีศรีธรรม
- เพลิดเพลินหวงเก้าอี้คิดอะไรอยู่
- แล้วถ้าอยากจรรู้จริง ๆ ว่าสวรรค์-นรกมีจริงไหมจะต้องทำยังไงดี มีใครทดลองไปแล้วหรือยัง

นอกเหนือจากความสนุกสนานเพลิดเพลิน เราเชื่อว่าสารพันงานวิจัย สติติ และหลักการวิทยาศาสตร์ที่ถูกนำมาปรั่งรส

ให้อ่านง่ายในไม่กี่หน้ากระดาษเหล่านี้จะช่วยให้คุณเข้าใจเรื่องยากแท้ที่ยิ่งถึงและสวรรค์ในหัวอก-นรกในหัวใจของหลาย ๆ “ใจ” โกลัต์ตัวที่คุณเคยคิดว่าไม่มีวันเข้าใจและไม่อยากจะเข้าใจขึ้นได้บ้างไม่มากก็น้อย

ลองให้วิทยาศาสตร์นำทางคุณไปครุ่นคิดและสนุกสนานกับเรื่องเล็ก ๆ ที่มองไม่เห็นแต่มีอยู่ในหัวใจดูสักครั้งสิ

สำนักพิมพ์มติชน

ตัวอย่าง

คำนำผู้เขียน



หนังสือ*เธอ ฉัน สวรรค์ นรก*เล่มนี้ เป็นเล่มที่ 3 ในหนังสือจิตวิทยาอ่านง่าย เบาสมอง ชุด “เธอ” ที่ประกอบด้วยเล่มแรก *อย่าชวนเธอไปคู่นัก* และเล่มต่อมาคือ*อยากชวนเธอไปอำมหิ* หนังสือในชุดนี้เน้นการนำเสนอข้อมูลจากการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ที่ผ่านการย่อยจนง่ายแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานวิจัยที่เน้นเรื่องความคิดอ่านและพฤติกรรม เพื่อตอบคำถามว่าทำไมเราจึงทำ เช่นนี้ ทำไมเขาจึงทำเช่นนั้น ทำไมพวกเขาจึงไม่ทำเช่นนั้น หรือทำไมเราไม่เข้าใจเธอเลย

ผู้เขียนหวังว่า หนังสือในชุดนี้นอกจากจะสร้างความบันเทิงในฐานะหนังสือวิทยาศาสตร์แบบ pop science ที่ออกแบบให้คนทั่วไปอ่านได้โดยไม่ต้องป็นกระได ยังน่าจะช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจคนอื่น ๆ รอบตัว รวมไปถึงเข้าใจเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัว

ที่บางครั้งก็ยากจะเข้าใจได้ เช่น เรื่องเหนือธรรมชาติต่างๆ หากไม่มีการวิเคราะห์ที่วิจัยจริงจัง แต่ที่สำคัญที่สุดคือ หวังว่าผู้อ่านจะเข้าใจตนเองได้ดียิ่งขึ้นว่า ทำไมบางครั้งเราก็โกรธ เศร้า เหงา เศ็ง ได้แบบไม่รู้สาเหตุ เพราะที่จริงมันก็มีสาเหตุแน่นอนแหละครับ แต่เราอาจจะไม่รู้เท่านั้นเอง

บทความในหนังสือเล่มนี้ก็คล้ายกับอีก 2 เล่มก่อนหน้านี้ คือส่วนหนึ่งดัดแปลงจากบทความที่ผมเขียนลงในหนังสือพิมพ์ *กรุงเทพธุรกิจ* (คอลัมน์สมรู้ร่วมคิด) *นิตยสารสารคดี* (คอลัมน์ วิทย์คิดไม่ถึง) และบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ *The101.World* แต่มีอีกส่วนหนึ่งที่เขียนเพิ่มเติมเฉพาะเพื่อใช้สำหรับสารรวมเล่มในคราวนี้

ขอขอบคุณผู้เกี่ยวข้องทุกท่านจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และเฟซบุ๊กแฟนเพจทั้งหมดข้างต้นที่ได้เปิดโอกาสให้เขียนได้

สร้างสรรค์บทความ ขอขอบคุณคุณโมน สวัสดิ์ศิริ ที่เป็นบรรณาธิการ เล่ม ขอขอบคุณคุณมณฑล ปรระภากรเกียรติ คุณอพิสิทธิ์ ชีระจรรู-วรรณ และทีมงานของบริษัทมติชน ที่ดูแลเรื่องการจัดพิมพ์เป็นอย่างดี ขอขอบคุณเป็นพิเศษสำหรับคุณเย็น ปานบัว บุณปาน ที่ให้การสนับสนุนการจัดพิมพ์ตั้งแต่ต้น

ขอขอบคุณสมาชิกในครอบครัว คุณวราภรณ์ ชุมเกษียร และน้องแมวทั้ง 4 ตัว เอ็กซ์ วาย แซด และ (ส้ม) แป้น ที่อยู่เคียงข้างกันเสมอมา และสุดท้ายนี้ ขอขอบคุณท่านผู้อ่านทุกท่านที่อุดหนุนผลงานของผมเสมอมา หากมีข้อขาดตกบกพร่องประการใด ต้อง

ขอภัยมา ณ ที่นี้ ท่านสามารถแนะนำได้ตามอีเมลที่ให้ไว้ด้านล่างนี้ ขอขอบคุณครับ

ขอเชิญสำราญใจและบันเทิงสมองด้วยความรู้ทางวิทยาศาสตร์กันได้เลยครับ

นำชัย ชีววิวรรณ

16 ธันวาคม 2563

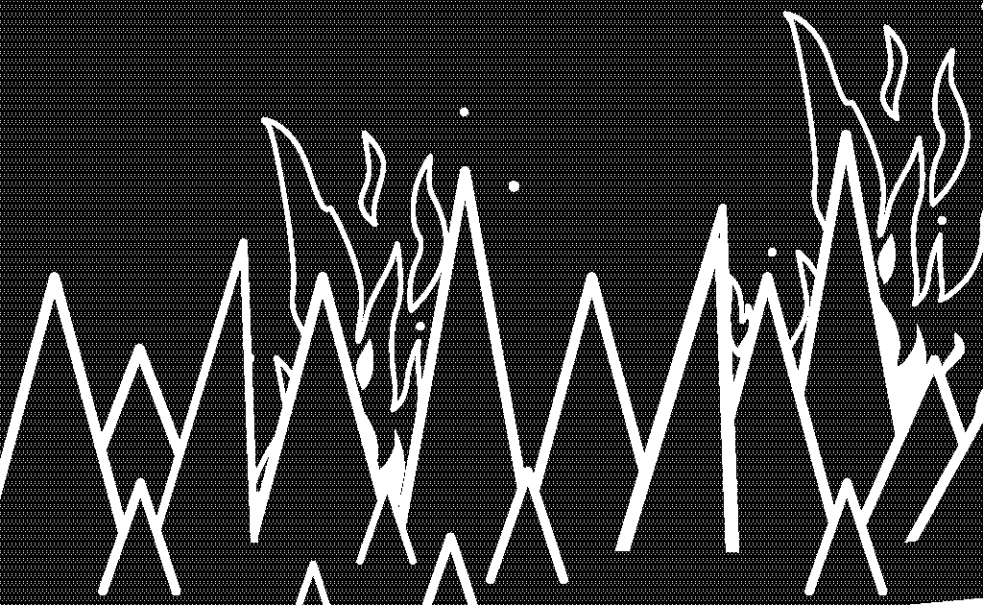
namchai4sci@gmail.com

ตัวอย่าง





สวรรค์ในอก
นรกในใจ





เห็นโพสต์ก็รู้ใจ



ยุคนี้คนไทยติดโซเชียลมีเดียรูปแบบต่างๆ กันอย่างกว้างขวาง ทั้งเฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ฯลฯ ผมเองก็โพสต์และแชร์เฟซบุ๊กทุกวัน วันละหลายๆ หน จะเกิดอะไรขึ้นหากมีคนนำสิ่งที่เราโพสต์ไปวิเคราะห์หา “ความเป็นตัวเรา” ออกมา

นี่ไม่ใช่แค่เรื่องสมมุติ แต่มีนักวิจัยทำแล้วจริงๆ นะครับ

คณะนักวิจัยที่มหาวิทยาลัยเพนซิลเวเนีย สหรัฐอเมริกา ร่วมมือกับอีกคณะหนึ่งจากมหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ สหราชอาณาจักร ช่วยกันคิดค้นหาวิธีประเมินบุคลิกลักษณะของผู้โพสต์โดยไม่ต้องรู้จักตัวเอง อาศัยแค่ข้อมูลการโพสต์เฟซบุ๊กเป็นหลัก ซึ่งผลที่ได้ก็น่าทึ่งทีเดียวละครับ งานวิจัยนี้ตีพิมพ์อยู่ในวารสารชื่อ *PLOS ONE* ฉบับเดือนกันยายน 2013¹

¹ doi:10.1371/journal.pone.0073791

งานวิจัยนี้ทำกับอาสาสมัครมากถึง 75,000 คน ผู้เขีนยินยอมให้ตั้งข้อมูลทีโพสต์ลงเฟซบุ๊กมาใช้วิเคราะห์ได้ ซึ่งทีมงานก็ตั้งมาอย่างมากมายมหาศาล คือราว 700 ล้านคำหรือวลีเลยทีเดียว โชคดีที่ยุคนีการวิเคราะห์ข้อมูลระดับนี้ก็ทำได้ไม่เกินความสามารถอีกต่อไป

สิ่งที่นักวิจัยต้องการก็คือ รูปแบบจำเพาะของภาษาทีแต่ละคนนำมาใช้ โดยวิเคราะห์แล้วนำมาทำเป็นแบบจำลองในคอมพิวเตอร์เพื่อใช้ทำนายเรื่องต่างๆ ตั้งแต่อายุ เพศ หรือบุคลิกลักษณะซึ่งบางเรื่องก็แม่นยำจนน่าตกใจ เช่น การทำนายเพศของอาสาสมัครมีความแม่นยำถึง 92% (ในภาษาอังกฤษไม่มีคำลงท้าย “ครับ” หรือ “ค่ะ” แบบของคนไทยจึงออกจะแปลกลำบากอยู่ อันทีจริงภาษาวัยรุ่นไทยสมัยนี้ทีไม่มีคำลงท้ายบอกทีน่าจะบอกอะไรได้ยากเหมือนกัน)

นักวิจัยศึกษาเรื่องการเลือกใช้คำของผู้คนมานานแล้ว คำต่างๆ ทีเลือกใช้สามารถทำให้เข้าใจอารมณ์ความรู้สึก หรือสภาวะทางจิตใจขณะนั้นๆ ได้เป็นอย่างดี แต่การศึกษาในสมัยก่อนหน้านี้ จะใช้วิธีการแบบทีเรียกว่า Close Vocabulary Approach ซึ่งทำได้โดยการเลือกชุดคำศัพท์ทีบ่งบอกอารมณ์ความรู้สึกแบบทีต้องการศึกษามาชุดหนึ่ง เช่น สบายอกสบายใจ กระจือริ้อันหรือเยี่ยมยอด

จากนั้นก็ดูความถี่ทีแต่ละคนใช้คำศัพท์นั้น

วิธีการแบบนี้จะมีข้อจำกัดอยู่บ้าง เช่น บางทีก็ใช้คำพวกนี้
วัดสิ่งที่ต้องการไม่ได้จริงๆ หรือได้แค่คร่าวๆ หรือใกล้เคียงเท่านั้น
แถมบางคำอาจทำให้เข้าใจผิดได้ถ้ามีหลายความหมาย เช่น คำว่า
crude ที่ใช้บ่งบอกอารมณ์ในทางลบ อาจพบบ่อยกว่าปกติในผู้เข้า
ทดลองที่ทำงานในกลุ่มพลังงาน เพราะปรากฏอยู่ในคำพื้นฐานคือ
crude oil (น้ำมันดิบ) หรือคำว่า sick ที่แปลว่า “ป่วย” แต่พอ
พบการใช้ sick of (เซ็ง เบื่อ ไม่ชอบ) ก็อาจทำให้สับสนได้

ข้อจำกัดอีกเรื่องของวิธีการแบบนี้ก็คือ ต้องอาศัยคำหรือ
ชุดคำที่เลือกไว้ซึ่งเปลี่ยนแปลงไม่ได้ แม้จะมีประโยชน์บางอย่าง
เช่น ช่วยยืนยันได้ว่า “คนซึมเศร้า” มักจะใช้คำบางคำ เช่น sad
(เศร้าเสียใจ) บ่อยกว่าคนปกติ แต่ก็ไม่ได้ให้ข้อมูลหรือมุมมอง
เพิ่มเติมมากนัก เช่น ไม่ได้บอกว่าคนกลุ่มนี้มักจะกลัวถึงเรื่อง
กีฬาหรือกิจกรรมทางสังคมน้อยกว่าคนที่มีความสุขดีหรือไม่ ฯลฯ

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังมักเป็นกลุ่มขนาดเล็กเท่านั้น ซึ่ง
การเกิดขึ้นของโลกในโลยี่ช่วยให้วิเคราะห์ข้อมูลปริมาณมากๆ ที่
เรียกว่า “บิ๊กดาต้า” นั้นทำให้ข้อจำกัดพวกนี้หมดไปในปัจจุบัน

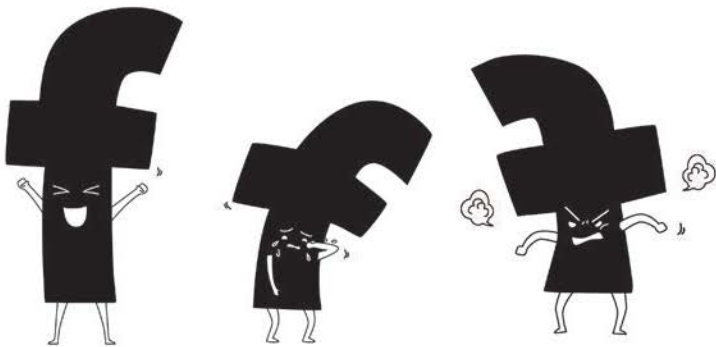
นักวิจัยเลือกใช้วิธีการใหม่ เรียกว่า Open Vocabulary
Approach ซึ่งในการทดลองนี้ต้องจัดการกับข้อมูลมากถึง 700
ล้านคำหรือวลีที่ดึงมาจากข้อความที่คนในกลุ่มทดลองโพสต์ลงบน
เฟซบุ๊ก จึงเปิดโอกาสให้หาความสัมพันธ์กับนิสัยใจคอหรือบุคลิก
ลักษณะได้อย่างครอบคลุมและแม่นยำขึ้นอีกมาก โดยเทคนิคการ

วิเคราะห์ที่ใช้มีชื่อเรียกอย่างจำเพาะว่า Differential Language Analysis หรือ DLA

การวิเคราะห์กำหนดให้ DLA ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างผู้โพสต์กับอายุ เพศ และลักษณะ 5 แบบหลักของคนซึ่งพบได้บ่อยที่สุดคือ นิสัยชอบเข้าสังคม ความประนีประนอม รอบคอบ รั้มตระวัง วิตกจริต และการเป็นคนเปิดเผย การเลือกลักษณะทั้ง 5 แบบดังกล่าวก็เพราะเป็นลักษณะที่ศึกษากันมาก จึงรู้รายละเอียดเป็นอย่างดี และกำหนดลักษณะได้แน่นอน

แต่อันที่จริง วิธีการแบบนี้ยังสามารถใช้ทำนายลักษณะที่มึนเศร้าหรือมีความสุขได้เช่นกัน

ตัวอย่าง



นักวิจัยนำเสนอผลการทดลองในรูปของเวิร์ดคลาวด์ (word cloud) ที่หลายคนอาจจะเคยเห็นกันมาแล้วแต่ไม่รู้ว่ามีชื่อเรียกแบบนี้ มันคือกลุ่มคำที่มีค่าบางคำใหญ่กว่า บางคำก็กลางๆ และมีคำที่เล็กกว่า โดยทั่วไปคำที่ใหญ่กว่าก็คือคำที่พบบ่อยกว่านั่นเอง ยิ่งคำนั้นใหญ่มากเท่าใดก็แปลว่ายิ่งพบบ่อยมากเท่านั้น

ผลการทดลองแสดงให้เห็นว่า คำที่คนมีนิสัยชอบเข้าสังคม โพสต์บนเฟซบุ๊กบ่อยคือ “ปาร์ตี้” “คำคืนที่ยอดเยี่ยม (great night)” และ “ชวนฉันด้วย (hit me up)” จากนั้นนักวิจัยก็แบ่งกลุ่มทดลองออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกที่ครอบคลุมคนราว 3/4 ของทั้งหมดจะมีระบบ Machine Learning วิเคราะห์ข้อความที่คนเหล่านี้โพสต์ ก่อนจะใช้ทำนายว่าพวกเขาจะตอบแบบสอบถามเช่นใด (เป็นการเปรียบเทียบเพื่อยืนยัน)

จากนั้นจึงสร้างแบบจำลองและนำมาใช้ทำนายอายุ เพศ และบุคลิกลักษณะของคนอีก 1/4 ที่เหลือว่าแม่นยำมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลก็น่าทึ่งอย่างที่เล่าไปแล้วคือ ระบุเพศได้ตรง 92% ขณะที่ระบุอายุแบบวอกหลวมไม่เกิน 3 ปีได้ถูกต้องมากกว่าครึ่งหนึ่งของทั้งหมด และความแม่นยำในการทำนายบุคลิกไม่ต่างจากแบบสอบถามรูปแบบเดิมๆ ที่เคยทำกัน

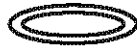
โดยรวมจึงสรุปได้ว่า แค่ดูจากโพสต์บนเฟซบุ๊กก็สามารถวิเคราะห์ “ตัวตน” หลายมิติได้อย่างแม่นยำระดับหนึ่งแล้ว

แต่ที่น่าสนใจและวิธีการทดสอบแบบเก่าทำไม่ได้ก็คือ คำในเวิร์ดคลาวด์ทำให้เห็นความเชื่อมโยงบางอย่าง เช่น คนที่มีลักษณะวิตกกังวลต่ำมักจะโพสต์คำที่มีลักษณะชอบเข้าสังคมบ่อยมากกว่าพวกวิตกกังวล ไม่ว่าจะป็นคำว่าการประชุม พบปะสังสรรค์ หรือกีฬาต่าง ๆ ซึ่งอาจไม่ได้หมายความว่าการเล่นกีฬาทำให้วิตกกังวลน้อยลง แต่อาจหมายความว่าพวกที่วิตกกังวลจะพยายามหลีกเลี่ยงกีฬาต่าง ๆ มากกว่า

น่าสนใจว่าในอนาคต การวิจัยทำนองนี้จะบอกอะไรเกี่ยวกับตัวตนของเราได้มากกว่านี้สักเพียงใด

ตัวอย่าง

ล้านแรกพบ



อาการผมร่วงหรือหัวล้านนี้เป็นปัญหาใหญ่ของหนุ่มน้อยหนุ่มใหญ่ทั่วโลกนะครับ เอกสารชื่อ *Alopecia Market Analysis By Treatment (Oral, Topical, Injectable), By Gender (Men, Women) And Segment Forecasts To 2024* จัดทำโดยบริษัท Grand View Research ประเมินว่าตลาดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และกระบวนการแก้หัวล้านในปี ค.ศ.2015 มีขนาดใหญ่ถึง 7.3 พันล้านเหรียญสหรัฐ

แสดงว่าอาการผมร่วงนี้ คุณผู้ชายจำนวนมากถือเป็นเรื่องใหญ่เลยทีเดียว

แม้แต่ในเสภาเรื่อง “ขุนช้างขุนแผน” ที่คนไทยคุ้นเคยกันดี ก็ยังเอาลักษณะหัวล้านไปใส่ไว้ในตัวโกงคือขุนช้างด้วย โดยระบุว่า เป็นหัวล้านแบบราชคลีงเครา (หรือราชครึ่งเครา) ที่มีลักษณะ

เฉพาะคือ แม้ผมบนศีรษะจะน้อย แต่กลับมีหนวดและเคราดก

พวกฝรั่งมังค่าก็เคยมองว่าหัวล้านไม่หล่อไม่เท่เหมือนกัน
ครับ อันที่จริงเคยมีงานวิจัย¹ ที่ทำในมหาวิทยาลัยโอลด์โดมิเนียน
(Old Dominion University) ในปี ค.ศ.1990 ที่สรุปว่า เมื่อแรก
พบกันนั้น คนที่ผมน้อยจะมีลักษณะดึงดูดทางกายภาพน้อยกว่า
คนทั่วไปหรือคนที่ผมเยอะกว่า

แถมยังทำให้คนเตาอายุผิดไปมากอีกด้วย

วิธีการทดลองเขาก็ทำแบบง่าย ๆ ตรงไปตรงมาก็คือ เอา
ผู้ชายและผู้หญิงมาอย่างละ 54 คน จากนั้นให้ดูรูปภาพสไลด์
ของคน รวม 18 คู่ โดยแต่ละคู่มีลักษณะหัวล้าน (กลุ่มทดลอง)
และหัวไม่ล้าน (กลุ่มควบคุม)

งานวิจัยท่านองนี้มีคนทำอยู่บ้าง ผลที่ได้ก็มีส่วนเหมือน
และส่วนแตกต่าง รวมทั้งแง่มุมที่แตกย่อยออกไปอีก เช่น งาน
วิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสาร *Ethology and Sociobiology*² ระบุว่า
แทนที่จะเป็นผลร้ายอย่างเดียว การหัวล้านก็มีผลดีอยู่หลายประ
การ และสามารถอธิบายได้ผ่านทฤษฎีวิวัฒนาการเสียด้วย

ในงานวิจัยนี้ เขาใช้นักศึกษาปริญญาตรีที่อาสาสมัครเป็น

¹ *J. Appl. Soc. Psych.*, Feb. 1990, doi.org/10.1111/j.1559-1816.1990.tb00404.x

² *Ethology and Sociobiology* 2(2), 99-117, December 1996, doi.org/10.1016/0162-3095(95)00130-1

ผู้ทดลอง โดยใช้ผู้ชายและผู้หญิงอย่างละ 102 คน จากนั้นเอารูปถ่ายนายแบบอายุตั้งแต่ 19-25 ปี ที่ถ่ายไว้ 6 รูปแบบ คือ (1) ผมสั้น มีหนวดเคราดกดำ (2) ผมสั้น แต่โกนหนวดโกนเครา (3)-(5) มีผมสั้นยาวแตกต่างกันไป และสุดท้าย (6) มีผมเต็มศีรษะ แต่เป็นผมสีน้ำตาลเข้มจากวิกที่ใส่

โดยทีมงานให้ผู้ทดลองคัดเลือกผู้ชายตามความรู้สึก แบ่งเป็น 4 หมวดใหญ่ๆ คือ (1) ความดึงดูดของหน้าตา (2) ความก้าวร้าว (3) ความช่างเอาอกเอาใจ และ (4) ความสามารถในการเข้าสังคม โดยรายละเอียดยังแยกออกได้เป็นความซื่อสัตย์ ความเฉลียวฉลาด และลักษณะนิสัยเชิงสังคมบางอย่างไว้ด้วย

ผลที่ได้นำแปลกใจทีเดียวครับ

