การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงกับเจตนาในการสื่อสารของถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย

A comparison of Relationships between the Suprasegmental Features of Intonation and Purposes of Communication of Words on Line Stickers in Thai Language

จอมขวัญ สุทธินนท์
Jomkwan Sudhinont

ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เลขที่ 15 ถนนกาญจนวนิช ตำบลคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
Department of Educational Foundation, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, 15 Kanjanawanit, Kohong, Hat-Yai, Songkhla, 90110
Corresponding Author, E-mail : jomkwan.sud@psu.ac.th

Received: 2 June 2020, **Revised:** 10 August 2020, **Accepted:** 13 August 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงกับเจตนาในการสื่อสารของถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานเชิงปริมาณร่วมกับเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจงเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือตารางการรวบรวมและตารางการวิเคราะห์สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่และร้อยละ ผลการวิจัยสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกจากจำนวนสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกทั้งหมด 113 อัน สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นทั้งหมด 189 อัน พบว่าสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกที่แสดงเจตนาบอกให้ทราบมีมากที่สุด จำนวน 88 อัน คิดเป็นร้อยละ 77.89 เช่นเดียวกับสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาบอกให้ทราบมีมากที่สุด จำนวน 115 อัน คิดเป็นร้อยละ 60.84 ส่วนสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกที่แสดงเจตนาเสนอแนะมีน้อยที่สุด จำนวน 1 อัน คิดเป็นร้อยละ 0.98 เช่นเดียวกับสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาเสนอแนะมีน้อยที่สุด จำนวน 1 อัน คิดเป็นร้อยละ 0.53 นอกจากนี้ ไม่พบสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกที่แสดงเจตนาคาดคะเน ในขณะที่สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาคาดคะเนพบน้อยที่สุด ซึ่งเท่ากับสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาเสนอแนะ จำนวน 1 อัน คิดเป็นร้อยละ 0.53

คำสำคัญ : การเปรียบเทียบ, ความสัมพันธ์, ลักษณะเหนือหน่วยเสียง, ทำนองเสียง, สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย

Abstract

The objective of this mixed methods research was to compare the relationships between suprasegmental features of intonation and purposes of communication of words on LINE stickers in the Thai language. A sample group of LINE stickers in Thai was selected by using the purposive sampling method. The instruments were tables showing the number of stickers with rising and intonation and tables of analysis of LINE stickers in Thai. The statistics used for data analysis were frequency and percentage. The results revealed that there were 113 LINE stickers in the Thai language with falling intonation and 189 stickers with rising intonation. Stickers that were most frequently found were those presenting the informative purpose with 88 stickers (77.89%), and the rising intonation accounted for 115 stickers (60.84%). However, LINE stickers in Thai with falling intonation and the suggestive purpose were the least found by only 1 sticker(0.98%), corresponding to the number of stickers with rising intonation showing the suggestive purpose (1 sticker or 0.53%). Besides, LINE stickers in Thai with falling intonation showing anticipative purpose were not found at all. The stickers with rising intonation showing the anticipative purpose were the least frequently found (1 sticker or 0.53%) related to the number of stickers with rising intonation with suggestive purpose (1 sticker or 0.53%).

Keywords: Comparison, Relationship, Suprasegmental Features, Intonation, LINE stickers in Thai language

1. บทนำ

เสียงในภาษาประกอบด้วยเสียงพยัญชนะและเสียงสระ (Segmental) จำแนกออกจากกันได้อย่างอิสระ และเมื่อผู้ใช้ภาษาเปล่งเสียงถ้อยคำ ย่อมมีส่วนประกอบอื่น เช่น เสียงวรรณยุกต์ ซึ่งต้องผูกพันกับหน่วยทางภาษาอื่น ไม่สามารถจำแนกโดยอิสระได้ ส่วนนี้เรียกว่า ลักษณะเหนือหน่วยเสียง (Supra-Segmental) ซึ่งมีในทุกภาษา แต่ละภาษามีลักษณะเหนือหน่วยเสียงต่างกันและมีจำนวนลักษณะเหนือหน่วยเสียงไม่เท่ากัน (จินต์ชุตา ศาสตร์สมัย, 2558 อ้างจาก San, 2000; Jackson, 2007) อย่างไรก็ตาม ลักษณะเหนือหน่วยเสียงที่สำคัญมี 3 ลักษณะ ได้แก่ การลงน้ำหนัก ช่วงต่อของเสียง และทำนองเสียง

เนื่องจากภาษาไทยเป็นภาษาที่มีเสียงวรรณยุกต์ประจำคำ ทำนองเสียงจึงไม่ได้มีบทบาทเท่าเสียงวรรณยุกต์ ความเข้าใจของคนไทยส่วนใหญ่มักเข้าใจว่าทำนองเสียงเป็นธรรมชาติของภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษามีท่วงทำนอง แท้จริงแล้วภาษาไทยก็มีทำนองเสียงเช่นกัน (กาญจนา นาคสกุล, 2556) กล่าวคือ การลงน้ำหนักเสียงในภาษาไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้คำลงท้ายแสดงทัศนภาวะ นะ [ná?] ที่ใช้ประกอบท้ายคำอื่น หรือคำลงท้ายแสดงมารยาท คะ [khá?] ที่ใช้แสดงความสุภาพ มักมีทำนองเสียงแบบทำนองเสียงขึ้น (จอมขวัญ สุทธินนท์, 2563)

ทำนองเสียง (Intonation) คือ ระดับความสูงต่ำของเสียงที่ปรากฏเมื่อเปล่งถ้อยคำ แม้ไม่ใช่หน่วยเสียงที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความหมายของคำ แต่อาจทำให้ความหมายของถ้อยคำเปลี่ยนไป กล่าวคือ ทำนองเสียงเป็นเพียงลักษณะเหนือหน่วยเสียงที่ช่วยให้การใช้ภาษามีสีสัน ส่งผลให้คู่สนทนาเข้าถึงอารมณ์หรือความรู้สึกของผู้ใช้ภาษา หรือแฝงความหมายชี้บ่งเป็นนัยในการสนทนา (กาญจนา นาคสกุล, 2556) และสะท้อนให้เห็นความเป็นธรรมชาติของเสียงมากกว่าการเปล่งเสียงเพื่อพูดคำตามมาตรฐานการสะกดคำ เช่น พูดว่า “คิดถึงเขาไหม” โดยเปล่งเสียงวรรณยุกต์ตามหลักไตรยางค์หรืออักษรสามหมู่ ย่อมไม่มีปัญหาในระดับการสื่อสาร กล่าวคือ คู่สนทนาเข้าใจความหมายของถ้อยคำที่ผู้ส่งสารเจตนาจะสื่อความหมาย (นิตยา กาญจนะวรรณ, 2561) อย่างไรก็ตาม หากเปล่งเสียงวรรณยุกต์โดยขึ้นเสียงข้างท้ายว่า “ คิดถึงเค้ามั้ย” คู่สนทนาฟังแล้วจะรู้สึกว่าการพูดของผู้ส่งสารเป็นธรรมชาติกว่า

ในภาษาไทยจำแนกทำนองเสียงได้ 2 รูปแบบ (กาญจนา นาคสกุล, 2556) ได้แก่ ทำนองเสียงตก ซึ่งหมายถึงทำนองเสียงที่ปรากฏในถ้อยคำที่มีระดับเสียงต่ำตอนต้น และมีเสียงคำลงท้ายเป็นวรรณยุกต์โท เช่น “สวัสดีจ้ะ” “เดี๋ยวฟาดให้” และ “โหดร้ายจังเลยค่ะ” และทำนองเสียงขึ้น ซึ่งหมายถึงทำนองเสียงที่ปรากฏในถ้อยคำที่มีระดับเสียงต่ำตอนต้น และมีเสียงคำลงท้ายเป็นวรรณยุกต์ตรี เช่น “อ่านปากฉันนะ” “สำคัญมากเลยมั้ง” และ “แบบนี้ไม่ผ่านนะจ๊ะ”

ทำนองเสียงสามารถสื่อทัศนคติหรือเจตนาของผู้ใช้ภาษาได้ และบอกชนิดของประโยคได้ เช่น ทำนองเสียงตกมักปรากฏตอนท้ายของประโยคบอกเล่าในภาษาอังกฤษ และทำนองเสียงขึ้นมักปรากฏตอนท้ายของประโยคคำถาม (กาญจนา นาคสกุล, 2556)

ด้วยเหตุที่การสื่อสารด้วย LINE ซึ่งเป็นโปรแกรมประยุกต์สำหรับสนทนาระหว่างบุคคลหรือระหว่างสมาชิกการสนทนาภายในในกลุ่มที่สร้างขึ้น เป็นการสนทนาที่ไม่เป็นทางการ ผู้ใช้บริการ LINE จึงนิยมใช้สติ๊กเกอร์ไลน์ซึ่งมีถ้อยคำประกอบเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์จึงสะท้อนคุณลักษณะของเสียงในภาษาได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทำนองเสียงจากรูปภาษารวมถึงสะท้อนเจตนาในการสื่อสารของผู้ใช้บริการ LINE ได้ (กาญจนา นาคสกุล, 2556)

นอกจาก LINE เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์อันดับหนึ่งของประเทศไทยแล้ว (Positioning, 2559) สติ๊กเกอร์ไลน์ที่สร้างสรรค์ขึ้นโดยนักวาดชาวไทยยังเป็นธุรกิจที่เติบโตเป็นอันดับหนึ่งในภูมิภาค (Tintumrong, 2562) และความน่าสนใจของลักษณะเหนือหน่วยเสียงในประเด็นทำนองเสียงอันสะท้อนเจตนาในการสื่อสารของผู้ใช้ภาษา จึงเป็นที่มาของการศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงกับเจตนาในการสื่อสารของถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย อันสะท้อนให้เห็นปรากฏการณ์การใช้ภาษาไทยผ่านสติ๊กเกอร์ไลน์ซึ่งเป็นเครื่องมือในการสื่อสารด้วยโปรแกรมประยุกต์ที่เป็นการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการรูปแบบหนึ่ง

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงกับเจตนาในการสื่อสารของถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย

3. แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงกับเจตนาในการสื่อสารของถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย ใช้แนวคิดในการวิจัย 2 ประเด็น ได้แก่ 1) ลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียง และ 2) เจตนาในการสื่อสาร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 ลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียง

ทำนองเสียงเป็นลักษณะเหนือหน่วยเสียงประเภทหนึ่งที่ไม่อาจแยกออกมาเป็นหน่วยเสียงเพื่อพิจารณาลำพังได้ เนื่องจากลักษณะเหนือหน่วยเสียงเป็นหน่วยเสียงที่แฝงอยู่ร่วมกับหน่วยทางภาษาตั้งแต่ระดับคำ วลี หรือประโยค

ทำนองเสียงมิใช่ลักษณะสำคัญของภาษาไทย เนื่องจากภาษาไทยเป็นภาษาวรรณยุกต์ (Tone Language) กล่าวคือ ภาษาไทยมีเสียงวรรณยุกต์เป็นตัวกำหนดความหมายของคำ ดังนั้น ทำนองเสียงในภาษาไทยจึงหมายถึงระดับสูงต่ำของเสียงที่ปรากฏเป็นหน่วยทางภาษาทั้งระดับคำ วลี หรือทั้งประโยค กล่าวคือ ทำนองเสียงมิใช่หน่วยเสียงที่เปลี่ยนความหมายของคำ แต่สะท้อนความหมายเชิงเจตนาหรือทัศนคติของผู้ใช้ภาษา โดยมิทำให้ความหมายของคำเปลี่ยน

ผู้เชี่ยวชาญภาษาไทยจำแนกทำนองเสียงในภาษาไทยอย่างกว้างได้ 2 ระดับเสียง (กาญจนา นาคสกุล, 2556) ดังนี้

3.1.1 ทำนองเสียงตก (Falling Intonation) หมายถึง ทำนองเสียงในประโยคที่มีระดับเสียงสูงที่ต้นประโยค และตกลงเป็นระดับเสียงต่ำที่ท้ายประโยค ซึ่งก็คือทำนองเสียงในหน่วยทางภาษาระดับคำ วลี หรือประโยคในภาษาไทยที่มีคำลงท้ายเสียงวรรณยุกต์โท มักเป็นทำนองเสียงทั่วไปของ ประโยคบอกเล่า ดังตัวอย่างประโยคที่มีทำนองเสียงตกในตารางที่ 1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ประโยคที่มีทำนองเสียงตก

ประโยค		ทำนองเสียงตก
คุณแม่ค่ะ	(คำตอบ เช่น ที่ถามว่าใครมา)	/khun mɛ̂ɛ khâ/
ทำการบ้านอยู่จ้ะ	(คำตอบ เช่น ที่ถามว่าใครทำอะไรอยู่)	/tham kaan bâan jùu câh/
ไปด้วยกันหน่อยน่า	(อ้อนวอน)	/paj dûaj kan nɔ̀j nâa/

ตัวอย่างคำลงท้ายแสดงความสุภาพ ค่ะ จ้ะ และ น่า ข้างต้น มีเสียงตก ใช้ในการตอบคำถามและการอ้อนวอน

3.1.2 ทำนองเสียงขึ้น (Rising Intonation) หมายถึง ทำนองเสียงในประโยคที่มีระดับเสียงต่ำที่ต้นประโยค และสูงขึ้นเป็นระดับเสียงสูงที่ท้ายประโยค ซึ่งก็คือทำนองเสียงในหน่วยทางภาษาระดับคำ วลี หรือประโยคในภาษาไทยที่มีคำลงท้ายเสียงวรรณยุกต์ตรี มักเป็นทำนองเสียงทั่วไปของประโยคคำถามและประโยคคำสั่งบางชนิด ดังตัวอย่างประโยคที่มีทำนองเสียงขึ้นในตารางที่ 2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ประโยคที่มีทำนองเสียงขึ้น

ประโยค		ทำนองเสียงขึ้น
คุณแม่คะ	(คำเรียก)	/khun mêɛ khá/
หนู มานี่หน่อยซิ	(คำเรียก)	/nŭu maa nîi nɔ̀j sí/
ทำอะไรอยู่จ๊ะ?	(คำถาม)	/tham ʔa raj juu cáʔ/
ฝืนใจกินอีกสักนิดเถอะนะ	(อ้อนวอน)	/fŭɯn caj kin ʔìk sák nít thàʔ ná/
เขาจะมางานนี้รึ	(สงสัย)	/kháw ca maa ŋaan níi rɯ́ɯ/
เธอจะบอกว่าเขาสนใจเธอ งั้นรึ	(ยั่วให้ตอบ)	/thəə ca bɔ̀ɔk wâa kháw sŏn caj thəə ŋán rúh/

ตัวอย่างคำลงท้ายแสดงความสุภาพ คะ ซิ จ๊ะ นะ และ รึ ข้างต้น มีเสียงสูง ใช้ในการเรียก การถาม การอ้อนวอน การแสดงความสงสัย และการยั่วให้ตอบ

ความหมายของระดับเสียงในประโยคของผู้พูดจึงมีความหมายมากกว่าความหมายตามคำจำกัดความในพจนานุกรม เนื่องจากทำนองเสียงเป็นเครื่องหมายแสดงอารมณ์ ทำให้คำมีความหมายลึกซึ้งแตกต่างกันตามทำนองเสียงที่ผู้พูดเปล่งออกมา (กาญจนา นาคสกุล, 2556)

รายละเอียดเรื่องทำนองเสียงตกและทำนองเสียงขึ้นดังกล่าว สอดคล้องกับการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ว่า “เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงกับเจตนาในการสื่อสารของถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย” ผู้วิจัยจึงปรับใช้แนวคิดเรื่องทำนองเสียง (กาญจนา นาคสกุล, 2556) ในการวิจัยครั้งนี้

3.2 เจตนาในการสื่อสาร

เจตนาในการสื่อสารหรือทัศนคติในการสื่อสาร บ้างก็ตรงตามรูปภาษา บ้างก็ไม่ตรงตามรูปภาษา เช่น การใช้รูปถามเพื่อเชื้อเชิญ “หิวไหม ทานอะไรมาหรือยัง” (เพื่อให้คู่สนทนาร่วมรับประทานอาหารตามมารยาท) ใช้รูปบอกเล่าเพื่อสั่ง เช่น “ร้อนจัง” (เพื่อให้คู่สนทนาเปิดเครื่องปรับอากาศ) ดังนั้น การพิจารณาเจตนาการสื่อสารจึงไม่อาจสังเกตเพียงรูปภาษา แต่ต้องพิจารณาบริบทในการสื่อสารอีกด้วย

สถาบันภาษาไทย (2552) จำแนกชนิดของประโยคที่แบ่งตามเจตนาไว้ 9 แบบ ได้แก่

ประโยคบอกให้ทราบ คือ ประโยคที่ผู้ส่งสารประสงค์บอกกล่าวหรืออธิบายเรื่องต่าง ๆ ให้คู่สนทนาทราบ ซึ่งอาจมีรูปประโยคตรงตามเจตนาในการสื่อสารหรือไม่ก็ได้ เช่น พ่อชอบกินขนมไทย รู้ไหมว่าพี่ไปโรงเรียนแล้ว

ประโยคเสนอแนะ คือ ประโยคที่ผู้ส่งสารประสงค์เสนอแนะความคิดเห็นให้คู่สนทนาปฏิบัติ เช่น ลองชิมรสชาติ แล้วเติมเครื่องปรุงเองนะ ลองไปซ่อมรองเท้าที่ร้านให้บริการแถวตลาดสดดูสิ

ประโยคสั่ง คือ ประโยคที่ผู้ส่งสารประสงค์บังคับให้คู่สนทนาปฏิบัติตาม เช่น ออกไปเดี๋ยวนี้ ลงไปนอนข้างล่าง

ประโยคห้าม คือ ประโยคที่ผู้ส่งสารประสงค์สั่งคู่สนทนามิให้กระทำ เช่น อย่าเดินลัดสนาม ห้ามนำอาหารและเครื่องดื่มทุกชนิดเข้ามาในห้องเรียน

ประโยคชักชวน คือ ประโยคที่ผู้ส่งสารประสงค์ชักชวนให้คู่สนทนาทำตามความคิดเห็น เช่น กินข้าวกัน คืนนี้ไปเที่ยวกับเราไหม

ประโยคขู่ คือ ประโยคที่ผู้ส่งสารประสงค์ชี้นำให้คู่สนทนากระทำตาม โดยอาจบอกผลของการไม่กระทำตาม เช่น ถ้าเธอมาไม่ตรงเวลา ฉันจะไม่ให้อาหารมัน ก็ลองดูสิ

ประโยคขอร้อง คือ ประโยคที่ผู้ส่งสารประสงค์ให้คู่สนทนากระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ เช่น ดีกันนะ ขอยืมได้ไหม

ประโยคคาดคะเน คือ ประโยคที่ผู้ส่งสารประสงค์แสดงความคาดหมายเหตุการณ์หรือสถานการณ์ เช่น เขาไม่พอใจเธอมั้ง แม่น่าจะออกไปทำงานแล้ว

ประโยคถาม คือ ประโยคที่ผู้ส่งสารประสงค์ถามคู่สนทนา อาจอยู่ในรูปประโยคบอกให้ทราบ เช่น อยากทราบชื่อประธานที่กล่าวเปิดงานเมื่อสักครู่จัง หิวหรือยัง

เนื่องจากเจตนาในการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับทำนองเสียง ดังที่ผู้วิจัยนำเสนอไว้ในประเด็นแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะเหนือหน่วยเสียงในภาษาไทย ที่ว่าทำนองเสียงตกเป็นทำนองเสียงทั่วไปของประโยคบอกเล่าและทำนองเสียงขึ้นเป็นทำนองเสียงทั่วไปของประโยคคำถามและประโยคคำสั่งบางชนิด (กาญจนา นาคสกุล, 2556) ผู้วิจัยจึงตั้งวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ว่า “เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงกับเจตนาในการสื่อสารของถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย” โดยปรับใช้แนวคิดเรื่องชนิดของประโยคที่แบ่งตามเจตนา (สถาบันภาษาไทย, 2552)

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่สร้างสรรค์โดยนักวาดชาวไทย ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2562 ย้อนหลังกระทั่งครบ 20 ชุด มีจำนวนสติ๊กเกอร์ไลน์จำนวนทั้งสิ้น 752 อัน

กลุ่มตัวอย่าง คือ สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่สร้างสรรค์โดยนักวาดชาวไทย ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2562 ย้อนหลังกระทั่งครบ 20 ชุด ที่ปรากฏถ้อยคำที่มีทำนองเสียงตกตามแนวคิดลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงที่เป็นทำนองเสียงตก จำนวน 113 อัน และที่เป็นทำนองเสียงขึ้นจำนวน 189 อัน

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ตารางการรวบรวมและตารางการวิเคราะห์ข้อมูลสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย

4.3 การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือ กระทำโดยสร้างตารางการรวบรวมข้อมูลซึ่งก็คือสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย และหาคุณภาพเครื่องมือ กระทำโดยออกแบบเครื่องมือให้สัมพันธ์ระหว่างแหล่งข้อมูลซึ่งก็คือสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยกับแนวคิดที่ใช้ในการวิเคราะห์ซึ่งก็คือ แนวคิดเรื่องลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียง

และแนวคิดเรื่องเจตนาในการสื่อสาร ซึ่งเป็นไปตามหลักการวิเคราะห์ภาษาที่แหล่งข้อมูลอยู่ในรูปแบบเอกสาร หรือแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ที่ไม่ได้เก็บข้อมูลภาษาจากผู้บอกภาษา

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ Top LINE official stickers/LINE STORE หมวด creators' sticker ที่สร้างสรรค์โดยนักวาดชาวไทย ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2562 ย้อนหลังกระทั่งครบ 20 ชุด มีจำนวนสติ๊กเกอร์ไลน์จำนวนทั้งสิ้น 752 อัน

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่และร้อยละ

5. ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงกับเจตนาในการสื่อสารของถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยพบว่า สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกตามแนวคิดลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงที่เป็นทำนองเสียงตก จำนวน 113 อัน แสดงเจตนาในการสื่อสาร 8 ลักษณะ ได้แก่ บอกให้ทราบ เสนอแนะ สั่ง ห้าม ชักชวน ขู่ ขอร้อง และถาม และสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกตามแนวคิดลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงที่เป็นทำนองเสียงขึ้น จำนวน 189 อัน แสดงเจตนาในการสื่อสาร 9 ลักษณะ ได้แก่ บอกให้ทราบ เสนอแนะ สิ่ง ห้าม ชักชวน ขู่ ขอร้อง คาดคะเน และถาม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

5.1 สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกและทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาบอกให้ทราบ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงกับเจตนาในการสื่อสารของถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย พบว่าสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกที่แสดงเจตนาบอกให้ทราบมีจำนวน 88 อัน คิดเป็นร้อยละ 77.89 จากจำนวนสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกทั้งหมด 113 อัน และพบว่าสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาบอกให้ทราบมีจำนวน 115 อัน คิดเป็นร้อยละ 60.84 จากจำนวนสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นทั้งหมด 189 อัน ดังตัวอย่างที่ 1 ต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1

สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตก

(LINE STORE, 2562)

สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้น

(LINE STORE, 2562ก)

5.2 สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกและทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงกับเจตนาในการสื่อสารของถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย พบว่าสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกที่แสดงเจตนาเสนอแนะมีจำนวน 1 อัน คิดเป็นร้อยละ 0.89 จากจำนวนสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกทั้งหมด 113 อัน และพบว่าสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาเสนอแนะมีจำนวน 1 อัน คิดเป็นร้อยละ 0.53 จากจำนวนสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นทั้งหมด 189 อัน ดังตัวอย่างที่ 2 ต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 2

สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตก

(LINE STORE, 2562ง)

สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้น

(LINE STORE, 2562ฌ)

5.3 สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกและทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาสั่ง

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงกับเจตนาในการสื่อสารของถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย พบว่าสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกที่แสดงเจตนาสั่งมีจำนวน 5 อัน คิดเป็นร้อยละ 4.42 จากจำนวนสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกทั้งหมด 113 อัน และพบว่าสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาสั่งมีจำนวน 6 อัน คิดเป็นร้อยละ 3.17 จากจำนวนสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นทั้งหมด 189 อัน ดังตัวอย่างที่ 3 ต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 3

สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตก

(LINE STORE, 2562ช)

สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้น

(LINE STORE, 2562ฆ)

5.4 สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกและทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาห้าม

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงกับเจตนาในการสื่อสารของถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย พบว่าสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกที่แสดงเจตนาห้ามมีจำนวน 4 อัน คิดเป็นร้อยละ 3.54 จากจำนวนสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกทั้งหมด 113 อัน และพบว่าสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาห้ามมีจำนวน 5 อัน คิดเป็นร้อยละ 2.65 จากจำนวนสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นทั้งหมด 189 อัน ดังตัวอย่างที่ 4 ต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 4

สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตก

(LINE STORE, 2562ช)

สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้น

(LINE STORE, 2562ค)

5.5 สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกและทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาชักชวน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงกับเจตนาในการสื่อสารของถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย พบว่าสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกที่แสดงเจตนาชักชวนมีจำนวน 4 อัน คิดเป็นร้อยละ 3.54 จากจำนวนสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกทั้งหมด 113 อัน และพบว่าสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาชักชวนมีจำนวน 18 อัน คิดเป็นร้อยละ 9.52 จากจำนวนสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นทั้งหมด 189 อัน ดังตัวอย่างที่ 5 ต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 5

สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตก

(LINE STORE, 2562ช)

สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้น

(LINE STORE, 2562ข)

5.6 สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกและทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาขู่

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงกับเจตนาในการสื่อสารของถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย พบว่าสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกที่แสดงเจตนาขู่ มีจำนวน 3 อัน คิดเป็นร้อยละ 2.65 จากจำนวนสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกทั้งหมด 113 อัน และพบว่าสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาขู่มีจำนวน 5 อัน คิดเป็นร้อยละ 2.65 จากจำนวนสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นทั้งหมด 189 อัน ดังตัวอย่างที่ 6 ต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 6

สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตก

(LINE STORE, 2562ช)

สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้น

(LINE STORE, 2562ช)

5.7 สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกและทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาขอร้อง

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงกับเจตนาในการสื่อสารของถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย พบว่าสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกที่แสดงเจตนาขอร้องมีจำนวน 3 อัน คิดเป็นร้อยละ 2.65 จากจำนวนสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกทั้งหมด 113 อัน และพบว่าสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาขอร้องมีจำนวน 13 อัน คิดเป็นร้อยละ 2.65 จากจำนวนสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นทั้งหมด 6.88 อัน ดังตัวอย่างที่ 7 ต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 7

สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตก

(LINE STORE, 2562จ)

สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้น

(LINE STORE, 2562ฉ)

5.8 สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกและทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาคาดคะเน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงกับเจตนาในการสื่อสารของถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย ไม่พบสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกที่แสดงเจตนาคาดคะเน และพบว่าสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาคาดคะเนมีจำนวน 1 อัน คิดเป็นร้อยละ 2.65 จากจำนวนสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นทั้งหมด 0.53 อัน ดังตัวอย่างที่ 8 ต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 8

สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตก

สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้น

(LINE STORE, 2562ฌ)

5.9 สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกและทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาถาม

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงกับเจตนาในการสื่อสารของถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย พบว่าสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกที่แสดงเจตนาถามมีจำนวน 5 อัน คิดเป็นร้อยละ 4.42 จากจำนวนสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกทั้งหมด 113 อัน และพบว่าสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาถามมีจำนวน 25 อัน คิดเป็นร้อยละ 13.23 จากจำนวนสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นทั้งหมด 6.88 อัน ดังตัวอย่างที่ 9 ต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 9

สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตก

(LINE STORE, 2562ช)

สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้น

(LINE STORE, 2562ช)

6. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงกับเจตนาในการสื่อสารของถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยมีรายละเอียดดังตารางที่ 3 ต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงกับเจตนาในการสื่อสารของถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย

	เจตนาในการสื่อสารด้วยสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย	จำนวนสติ๊กเกอร์ที่มีทำนองเสียงตก	คิดเป็นร้อยละ	จำนวนสติ๊กเกอร์ที่มีทำนองเสียงขึ้น	คิดเป็นร้อยละ
1.	ถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่แสดงเจตนาบอกให้ทราบ	88	77.89	115	60.84
2.	ถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่แสดงเจตนาเสนอแนะ	1	0.89	1	0.53
3.	ถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่แสดงเจตนาสั่ง	5	4.42	6	3.17
4.	ถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่แสดงเจตนาห้าม	4	3.54	5	2.65
5.	ถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่แสดงเจตนาชักชวน	4	3.54	18	9.52
6.	ถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่แสดงเจตนาขู่	3	2.65	5	2.65
7.	ถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่แสดงเจตนาขอร้อง	3	2.65	13	6.88

ตารางที่ 1 (ต่อ)

	เจตนาในการสื่อสารด้วยสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย	จำนวนสติ๊กเกอร์ที่มีทำนองเสียงตก	คิดเป็นร้อยละ	จำนวนสติ๊กเกอร์ที่มีทำนองเสียงขึ้น	คิดเป็นร้อยละ
8.	ถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่แสดงเจตนาคาดคะเน	0	0	1	0.53
9.	ถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่แสดงเจตนาถาม	5	4.42	25	13.23
	รวม	**113**	**100**	**189**	**100**

7. อภิปรายผล

ทำนองเสียงสามารถสื่อทัศนคติหรือเจตนาของผู้ใช้ภาษาได้ และบอกชนิดของประโยคได้ เช่น ทำนองเสียงตกมักปรากฏตอนท้ายของประโยคบอกเล่าในภาษาอังกฤษ และทำนองเสียงขึ้นมักปรากฏตอนท้ายของประโยคคำถาม (กาญจนา นาคสกุล, 2556) ซึ่งสอดคล้องกับทำนองเสียงของถ้อยคำที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยส่วนหนึ่ง กล่าวคือ ถ้อยคำที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกแสดงเจตนาในการสื่อสารแบบบอกให้ทราบมากที่สุด กล่าวคือ มากถึงร้อยละ 77.89

อย่างไรก็ตาม ถ้อยคำที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นไม่ได้แสดงเจตนาในการสื่อสารแบบถามมากที่สุด แต่กลับแสดงเจตนาในการสื่อสารแบบบอกให้ทราบมากที่สุด กล่าวคือ มากถึงร้อยละ 60.84

เนื่องจากธรรมชาติของการสื่อสารด้วยภาษาไทย ผู้ใช้ภาษามักใช้คำแสดงทัศนภาวะ เช่น “ละ” “นะ” “ชิ” หรือคำลงท้ายแสดงมารยาทเพื่อแสดงความสุภาพ เช่น “ครับ” “คะ” และเพื่อแสดงความไม่สุภาพ แสดงจริต หรือแสดงการประชด เช่น “ยะ” และอาจใช้ทั้งคำลงท้ายแสดงทัศนภาวะร่วมกับคำลงท้ายแสดงมารยาท เช่น “ชิคะ” “นะคะ” “ละครับ” (สถาบันภาษาไทย, 2552) จึงพบว่าถ้อยคำที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นแสดงเจตนาในการสื่อสารแบบบอกให้ทราบมากที่สุด ส่วนถ้อยคำที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์ที่มีทำนองเสียงขึ้นแสดงเจตนาในการสื่อสารแบบถาม พบรองลงมาจากถ้อยคำที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์ที่มีทำนองเสียงขึ้นแสดงเจตนาในการสื่อสารแบบบอกให้ทราบ กล่าวคือ พบร้อยละ 13.23 ซึ่งเป็นถ้อยคำที่ใช้คำวิเศษณ์แสดงการถาม “มั้ย” “แมะ” โดยไม่ใช้คำแสดงคำลงท้ายแสดงมารยาทในตอนท้ายของถ้อยคำ สอดคล้องกับข้อสังเกตที่ว่าลักษณะเด่นของทำนองเสียงในประโยคคำถามที่ต้องการการตอบรับหรือการตอบปฏิเสธภาษาไทยมักมีคำลงท้ายคำถามเสียงสูง เช่น “ใช่มั้ย” “ไปมั้ย” เนื่องจากธรรมชาติของภาษาไทยซึ่งเป็นภาษาคำโดด สามารถใช้ทำนองเสียงเพื่อเน้นย้ำ (จอมขวัญ สุทธินนท์, 2563 อ้างจาก ธานินทร์ คงอินทร์, 2551)

นอกจากนี้ แม้ภาษาไทยเป็นภาษาที่มีเสียงวรรณยุกต์ แต่ทำนองเสียงสามารถสะท้อนทัศนคติหรือเจตนาของผู้ใช้ภาษาได้ และแม้จะจำแนกทำนองเสียงในภาษาได้อย่างกว้างได้ 2 ทำนองเสียง ได้แก่ ทำนองเสียงขึ้น และทำนองเสียงตก หากพิจารณาอย่างจะเอียด จะพบว่าประโยคในภาษาไทยที่แสดงเจตนาถามมีรูปแปรของทำนองเสียงถึง 7 เสียง ได้แก่ รูปแปรของทำนองเสียงที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รูปแปรของทำนองเสียงที่ตกลงอย่างต่อเนื่อง รูปแปรของทำนองเสียงที่ตกลงอย่างต่อเนื่องแล้วขึ้น รูปแปรของทำนองเสียงที่ตกลง

อย่างต่อเนื่องแล้วตก รูปแปรของทำนองเสียงที่คงระดับ รูปแปรของเสียงที่สูงขึ้นแล้วคงระดับ และรูปแปรของทำนองเสียงที่คงระดับแล้วขึ้น และหากมีหน่วยคำเสริมท้ายที่ใช้แสดงการถาม ยังมีรูปแปรของทำนองเสียงเพิ่มอีก 2 เสียง ได้แก่ รูปแปรของเสียงที่ตกลงแล้วคงระดับ และรูปแปรของเสียงที่คงระดับแล้วตกลง (จอมขวัญ สุทธินนท์ 2563 อ้างจาก ธานินทร์ คงอินทร์, 2551)

ผลการศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงกับเจตนาในการสื่อสารของถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย นอกจากจะทำให้ได้ข้อสังเกตเกี่ยวกับทำนองเสียงในภาษาไทยกับเจตนาหรือทัศนคติในการสื่อสารจากรูปภาษาแล้ว ยังสะท้อนให้เห็นว่ารูปภาษาที่แสดงเสียงสูงทำหน้าที่อื่น ๆ นอกจากการถาม ดังวัจนกรรมอ้อมในมุมมองวัจนปฏิบัติศาสตร์ เช่นเพื่อหลอกล้อคู่สนทนา แสดงความคิดเห็น (นันทนา วงษ์ไทย, 2561) หรือแสดงนัยผกผันเพื่อประชดประชันคู่สนทนาอีกด้วย

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

สามารถนำไปใช้เป็นกรณีศึกษาในการศึกษาภาษาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านวิชาภาษาศาสตร์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นสัทศาสตร์

8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยโดยผนวกแนวคิดทั้งการศึกษาจากรูปภาษาตามมุมมองหลักภาษาไทยกับการศึกษาความหมายที่แฝงในรูปภาษาตามมุมมองวัจนปฏิบัติศาสตร์ เพื่อสะท้อนหน้าที่ทางภาษาของถ้อยคำพร้อมความหมายตามเจตนาที่แท้จริงของผู้ใช้ภาษาอันสัมพันธ์กับวัฒนธรรมของสังคมไทย

9. กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงกับเจตนาในการสื่อสารของถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่องลักษณะเหนือหน่วยเสียงและการเปลี่ยนแปลงของเสียงตัวสะกดตามเสียงพูดในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย ซึ่งได้รับทุนอุดหนุนจากกองทุนวิจัยคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ประจำปี 2563 สัญญารับทุนเลขที่ LIA6304076S

10. เอกสารอ้างอิง

กาญจนา นาคสกุล. (2556). *ระบบเสียงภาษาไทย*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จอมขวัญ สุทธินนท์. (2563). เจตนาในการสื่อสารที่สะท้อนผ่านถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงที่มีลักษณะทำนองเสียงขึ้น. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*. 3(1) : 46-67.

จินต์ชุตา ศาสตร์สมัย. (2558). วรรณยุกต์ภาษาจีนฮากกา (แคะ) ถิ่นเฟิงชุ่นของผู้พูดทวิภาษาจีนฮากกา-ไทยถิ่น. *วารสารอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*. 37(1), 214-238.

นันทนา วงษ์ไทย. (2561). ข้อสังเกตการใช้คำแสดงการถามในภาษาไทยปัจจุบัน. *วารสารอักษรศาสตร์*. 47(1), 1-38.

นิตยา กาญจนะวรรณ. (2561). *ปัญหาการใช้ภาษาไทย*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สถาบันภาษาไทย. (2552). *บรรทัดฐานภาษาไทย เล่ม 3: ชนิดของคำ วลี ประโยค และสัมพันธสาร: วิจินตน์ ภาณุพงศ์ และคณะ*. กรุงเทพฯ: สถาบันภาษาไทย สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.

LINE STORE. (2562). *Alro Boy*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2562. จาก https://store.line.me/stickershop/product/6781747/en

_____. (2562ก). *Antny*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2562. จาก https://store.line.me/stickershop/product/4951078/en

_____. (2562ข). *Auongrom Nong Bina*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2562. จาก https://store.line.me/stickershop/product/3079816/en

_____. (2562ค). *Baby Cat By auongrom*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2562. จาก https://store.line.me/stickershop/product/3227918/en

_____. (2562ฆ). *BearPlease*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2562. จาก https://store.line.me/stickershop/product/1204657/en

_____. (2562ง). *BNK48: Gogo Cherprang's School Life*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2562. จาก https://store.line.me/stickershop/product/4761371/en

_____. (2562จ). *CatsterClub*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2562. จาก https://store.line.me/stickershop/product/6950673/en

_____. (2562ฉ). *Chubby Girl by Ton-Mai*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2562. จาก https://store.line.me/stickershop/product/4232553/en

_____. (2562ช). *Chubby The Wife by Ton-Mai*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2562. จาก https://store.line.me/stickershop/product/6680588/en

_____. (2562ซ). *Chubby X Nang-Rum Collabaration*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2562. จาก https://store.line.me/stickershop/product/6933390/en

_____. (2562ฌ). *Circle Dukdik Pig*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2562. จาก https://store.line.me/stickershop/product/5875230/en

Positioning. (2559). *เผย 10 อันดับ แอปยอดนิยมของคนไทย ไลน์ครองอันดับ 1 ใช้ 60 นาที/วัน*. สืบค้นเมื่อ 17 มีนาคม 2563. จาก https://positioningmag.com/1098920

Tintumrong, S. (2562). *LINE ประเทศไทยเผยความสำเร็จสติ๊กเกอร์เติบโตสูงอันดับ 1 ในภูมิภาค*. สืบค้นเมื่อ 17 มีนาคม 2563. จาก https://www.beartai.com/news/promotion-news/305869