

เจตนาในการสื่อสารที่สะท้อนผ่านถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย
ที่มีลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงที่มีลักษณะทำนองเสียงขึ้น¹
THE PURPOSE OF COMMUNICATION REFLECTING THROUGH WORDS
IN LINE STICKERS IN THAI WITH THE SUPRASEGMENTAL FEATURE OF
RISING INTONATION²

จอมขวัญ สุทธินนท์
Jomkwan Sudhinont

ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

เลขที่ 15 ถนนกาญจนาภิเษก 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 Email: jomkwan.sud@psu.ac.th

(Received: March 14, 2020; Revised: April 2, 2020; Accepted: April 6, 2020)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องเจตนาในการสื่อสารที่สะท้อนผ่านถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงที่มีลักษณะทำนองเสียงขึ้นฉบับนี้มุ่งนำเสนอผลการวิเคราะห์เจตนาในการสื่อสารที่สะท้อนผ่านถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงที่มีลักษณะทำนองเสียงขึ้นโดยรวบรวมชุดสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยย้อนหลังตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2562 ครอบคลุมจำนวน 20 ชุด มีสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยรวม 752 อัน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิด

¹ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ประจำปี 2563 สัญญาเลขที่ LIA6304076S

² Financially supported by Faculty of Liberal Arts Fund, Prince of Songkla University, for the year 2020, Agreement No. LIA6304076S

ลักษณะเหนือหน่วยเสียงว่าด้วยเรื่องทำนองเสียงแบบทำนองเสียงขึ้น ได้สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีลักษณะทำนองเสียงขึ้นจำนวนทั้งสิ้น 189 อัน นำกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมาวิเคราะห์เจตนาในการสื่อสารตามแนวคิดชนิดของประโยคที่แบ่งตามเจตนา พบถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาบอกให้ทราบมากที่สุด เนื่องจากธรรมชาติของภาษาพูดในการบอกเล่าในภาษาไทยมักใช้คำลงท้ายที่มีทำนองเสียงขึ้น ทั้งคำลงท้ายแสดงทัศนภาวะ ได้แก่ ละ นะ ชิ และคำลงท้ายแสดงมารยาท ได้แก่ ครับ ค่ะ อีกทั้ง LINE เป็นช่องทางการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ เหมาะสำหรับการส่งสารที่เป็นการทักทายหรือส่งถ้อยคำเพื่อการปฏิสัมพันธ์ทั่วไป นอกจากนี้ พบถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาถ่อมลงมา เนื่องจากธรรมชาติของภาษาพูดในการถามในภาษาไทยมักใช้คำลงท้ายที่มีทำนองเสียงขึ้น ได้แก่ มั้ย ซึ่งสัมพันธ์กับประโยคคำถามในภาษาอังกฤษที่มักมีทิศทางเสียงลักษณะสูงขึ้นในตอนท้ายของประโยค

คำสำคัญ: เจตนา, การสื่อสาร, สติ๊กเกอร์ไลน์, ลักษณะเหนือหน่วยเสียง, ทำนองเสียง

Abstract

The aim of this research article is to present results of the analysis on the purpose of communication reflecting through words in LINE stickers in Thai with the suprasegmental feature of rising intonation. The population was 752 stickers from 20 sets of stickers in the category Popular creators' stickers backdated from 01 May 2019, and 189 stickers in Thai with rising intonation were selected as sample. They were analyzed based on the concept of purpose of communication. The most frequently found purpose on the stickers with words in the rising intonation was declarative or to make a statement or to inform. The reason is the nature of spoken Thai in making a statement is usually ends with rising intonation with an ending particle as na, la, si and the ending particles showing politeness as khrap and kha. Moreover, LINE is a

channel for informal communication suitable for greetings and other small talk phrases. Another purpose frequently found was interrogative or to ask questions. It is natural for questions in Thai to end with the particle mai in rising intonation which is similar to questions in English.

Keywords: Purpose, Communication, LINE stickers, Suprasegmental, Intonation

ที่มาและความสำคัญ

คำลงท้ายในภาษาไทยไม่ว่าจะเป็นคำลงท้ายแสดงทัศนภาวะหรือคำลงท้ายแสดงมารยาทก็มีทำนองเสียงแบบทำนองเสียงขึ้น เช่น คำว่า “นะ” [náʔ] ที่ใช้ประกอบท้ายคำอื่น บอกความเป็นเชิงอ่อนวอน บังคับ หรือเน้นให้หนักแน่นเพื่อยืนยันให้มีน้ำหนักขึ้น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) ในถ้อยคำ “ฝันดิ้นะ” [fǎn dii náʔ] คำว่า “จิ” [síʔ] ที่ใช้ประกอบท้ายประโยคเพื่อเสริมข้อความให้เด่น ให้ชัด (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) ในถ้อยคำ “ใช่จิ” [châj síʔ] คำว่า “คะ” [kháʔ] ที่เป็นคำลงท้ายแสดงมารยาทหรือแสดงความรู้สึก และแสดงว่าผู้พูดเป็นผู้หญิง (สถาบันภาษาไทย, 2552) ในถ้อยคำ “เหนื่อยมัยคะ” [nùoj mój kháʔ] ฯลฯ และคำว่า “ครับ” [khráp] ที่เป็นคำลงท้ายแสดงมารยาทหรือแสดงความรู้สึก และแสดงว่าผู้พูดเป็นผู้ชาย (สถาบันภาษาไทย, 2552) ในถ้อยคำ “ขอบคุณครับ” [khòp-khun khráp]

อย่างไรก็ตาม ทำนองเสียงขึ้นดังกล่าวไม่ได้ปรากฏท้ายถ้อยคำในฐานะคำลงท้ายแสดงทัศนภาวะหรือคำลงท้ายแสดงมารยาทเท่านั้น ยังปรากฏในคำนาม เช่น คำว่า “นิ้ว” [níw] ที่หมายถึงส่วนของมือหรือเท้าแต่ละข้าง (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) ในถ้อยคำ “เจ็บนิ้ว” [cép níw] ปรากฏในคำวิเศษณ์ เช่น คำว่า “นี้” [níi] ที่เป็นคำสำหรับใช้ประกอบคำนามหรือข้อความที่อยู่ใกล้หรือชี้เฉพาะ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) ในถ้อยคำ “จะเอาแบบนี้” [ca ʔaw bɛ̀ɛp níi] ปรากฏในคำวิเศษณ์สามัญ เช่น คำว่า “แล้ว” [léew] ที่

ใช้ขยายคำกริยาโดยทั่วไป (สถาบันภาษาไทย, 2552) ในถ้อยคำ “จนแล้ว” [จนแล้ว] เป็นต้น

ถ้อยคำตัวอย่างที่แสดงให้เห็นข้างต้นล้วนเป็นถ้อยคำที่ต้นถ้อยคำมีระดับเสียงต่ำ และท้ายถ้อยคำมีระดับเสียงสูง ซึ่งเรียกว่าทำนองเสียงขึ้น ทั้งแสดงให้เห็นว่าแม้ทำนองเสียงขึ้นจะเป็นทำนองเสียงทั่วไปของประโยคถาม และประโยคสั่ง (กาญจนา นาคสกุล, 2556) แต่ทำนองเสียงขึ้นยังเป็นทำนองเสียงของถ้อยคำที่สามารถแสดงเจตนาลักษณะอื่น ๆ ได้อีกด้วย แม้ภาษาไทยเป็นภาษามีสวรรณยุกต์ (Tone language) แต่การใช้เปล่งเสียงอย่างเป็นธรรมชาติย่อมทำให้เกิดทำนองเสียงอันแฝงนัยด้านอารมณ์ สีสัน เพื่อยั่วเย้า แสดงความสงสัย หรือหลอกล่อคู่สนทนาได้ (กาญจนา นาคสกุล, 2556)

เจตนาในการสื่อสารของผู้ใช้ภาษาอาจเป็นไปตามรูปภาษา สังเกตได้จากมาลา ซึ่งเป็นประเภททางไวยากรณ์ที่บ่งบอกว่าคำกริยาที่ใช้ภาษาใช้อยู่ในรูปของเจตคติใด เช่น มั่นใจ คาดคะเน สมมติ สั่ง ปฏิเสธ ถาม (สถาบันภาษาไทย, 2552) และหลายโอกาสที่คู่สนทนาจำเป็นต้องใช้บริบทในการสนทนาเพื่อตีความความหมายหรือเจตนาของผู้ส่งสารร่วมด้วย

ด้วยเหตุที่ LINE เป็นโปรแกรมประยุกต์อันดับหนึ่งของผู้ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในประเทศไทย กล่าวคือ ประชากรไทยใช้โปรแกรมประยุกต์ LINE มากถึงร้อยละ 92 (Gigolo, 2559) และสติ๊กเกอร์ไลน์ (LINE STICKERS) จัดอยู่ในอันดับบัญชีทางการของ LINE STORE (2020) เป็นอันดับที่ 3 รองจาก KBank Live และ Oriental Princess ทั้ง LINE เป็นช่องทางการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ และสติ๊กเกอร์ไลน์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ กล่าวคือ ผู้ใช้บริการ LINE มุ่งพิมพ์ถ้อยคำและเลือกใช้สติ๊กเกอร์ไลน์ที่ปรากฏถ้อยคำที่กระทบความรู้สึก ไม่ว่าจะเป็นเพื่ออ้อนคนรัก เสียดสีหรือประชดประชันในกลุ่มเพื่อนหรือแสดงอารมณ์ขัน กระทั่งธุรกิจสติ๊กเกอร์ไลน์ของไทยประสบความสำเร็จสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งในภูมิภาค (saline tintumrong, 2562)

ด้วยความเป็นมาและความสำคัญของทำนองเสียงขึ้นซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของลักษณะเหนือหน่วยเสียงในภาษาหรือถ้อยคำที่สามารถสื่อเจตนาในการสื่อสารของผู้ใช้ภาษา และ

ความเป็นมาและความสำคัญของสติกเกอร์ไลน์ที่เป็นเครื่องมือที่ผู้ใช้บริการนิยมใช้เพื่อสื่ออารมณ์ความรู้สึกไปยังคู่สนทนา ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเจตนาในการสื่อสารที่สะท้อนผ่านถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงที่มีลักษณะทำนองเสียงขึ้นอันสะท้อนให้เห็นปรากฏการณ์การใช้ภาษาของผู้ใช้บริการ LINE ซึ่งเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สังคมไทยใช้มากที่สุด

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาเจตนาในการสื่อสารที่สะท้อนผ่านถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงที่มีลักษณะทำนองเสียงขึ้น

นิยามศัพท์

เจตนาในการสื่อสาร หมายถึง การใช้ภาษาสื่อความคิดให้คู่สนทนาทราบความคิด ความรู้สึก หรือความต้องการของผู้พูด จำแนกเจตนาตามแนวคิดเรื่องชนิดของประโยคที่แบ่งตามเจตนา (สถาบันภาษาไทย, 2552) ซึ่งจำแนกชนิดของประโยคที่แบ่งตามเจตนา 9 ชนิด ได้แก่ บอกให้ทราบ เสนอแนะ สั่ง ห้าม ชักชวน ขู่ ขอร้อง คัดค้านและถาม

ทำนองเสียง หมายถึง ระดับความสูงต่ำของถ้อยคำที่ปรากฏในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทย ที่มีอิทธิพลต่อเจตนาในการสื่อสาร แต่ไม่ได้ทำให้ความหมายตามรูปภาษาของคำที่ปรากฏในถ้อยคำเปลี่ยนแปลงไป

ทำนองเสียงขึ้น หมายถึง ทำนองเสียงในถ้อยคำที่ต้นถ้อยคำมีเสียงวรรณยุกต์ระดับเสียงต่ำ และท้ายถ้อยคำมีเสียงวรรณยุกต์ระดับเสียงสูง กล่าวคือ มีคำลงท้ายที่มีเสียงวรรณยุกต์ตรี ซึ่งมักเป็นทำนองเสียงทั่วไปของประโยคคำถาม และประโยคคำสั่งบางชนิด

ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาวิเคราะห์จากสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยหมวด Popular ที่สร้างสรรค์ขึ้นโดยนักวาด (Creator stickers) จำนวน 20 ชุด โดยรวบรวมตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2562 ย้อนหลัง มีจำนวนสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยจำนวนทั้งสิ้น 752 อัน มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยจำนวนทั้งสิ้น 189 อัน ซึ่งคัดเลือกตามแนวคิดลักษณะเหนือหน่วยเสียงว่าด้วยเรื่องทำนองเสียงแบบทำนองเสียงขึ้น

แนวคิดและทฤษฎี

เจตนาในการสื่อสารเป็นสิ่งที่อาจปรากฏเป็นรูปคำหรือถูกแฝงนัยโดยผู้ใช้ภาษา หากพิจารณาเจตนาในการสื่อสารจากรูปภาษาตามชนิดของคำต่าง ๆ ได้แก่ คำกริยานำ คำกริยาตาม คำช่วยกริยา คำลงท้ายบอกมาลา คำลงท้าย คำวิเศษณ์ คำเชื่อม และคำแสดงคำถาม สามารถจำแนกเจตนาในการสื่อสารได้ 9 ลักษณะ (สถาบันภาษาไทย, 2552) ได้แก่ บอกให้ทราบ เสนอแนะ สั่ง ห้าม ชักชวน ชู ขอร้อง คัดคะเน และถาม

นอกจากจะสังเกตเจตนาได้จากรูปภาษาดังกล่าวแล้ว ลักษณะเหนือหน่วยเสียง ทั้งการลงน้ำหนัก ช่วงต่อของเสียง และทำนองเสียง ยังมีอิทธิพลต่อการตีความหมายในภาษาพูดภาษาไทยอีกด้วย

แม้ภาษาไทยเป็นภาษามีวรรณยุกต์ แต่เสียงวรรณยุกต์นี้เองไม่อาจแยกเป็นอิสระออกจากเสียงสระได้ ภาษาไทยจึงมีทำนองเสียงของวลีหรือประโยค กล่าวคือ ทำนองเสียงนี้ไม่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความหมายในระดับคำ แต่อาจเกิดการเปลี่ยนแปลงความหมายในระดับถ้อยคำอันแฝงนัยในการสนทนาเอาไว้ ช่วยเพิ่มอารมณ์และความรู้สึกระหว่างคู่สนทนาในการสื่อสาร (กาญจนา นาคสกุล, 2556)

ทำนองเสียงในภาษาจำแนกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ ทำนองเสียงตก คือ ทำนองเสียงที่ต้นถ้อยคำมีระดับเสียงสูงและท้ายถ้อยคำมีระดับเสียงต่ำ ซึ่งเป็นทำนองเสียง

โดยทั่วไปของประโยคบอกเล่า และทำนองเสียงขึ้น คือ ทำนองเสียงที่ต้นถ้อยคำมีระดับเสียงต่ำและท้ายถ้อยคำมีระดับเสียงสูงซึ่งเป็นทำนองเสียงทั่วไปของประโยคคำถามและประโยคคำสั่งบางชนิด (กาญจนา นาคสกุล, 2556)

เมื่อพิจารณาถ้อยคำที่ปรากฏในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยตามแนวคิดทำนองเสียงอันเป็นส่วนหนึ่งของลักษณะเหนือหน่วยเสียงแล้ว สะท้อนให้เห็นว่าทำนองเสียงขึ้นมีสัมพันธ์กับเจตนาในการสื่อสาร และไม่ได้เป็นเพียงทำนองเสียงสำคัญของประโยคคำถามและประโยคคำสั่งบางชนิดเท่านั้น แต่กลับเป็นทำนองเสียงสำคัญของถ้อยคำที่แสดงเจตนาบอกให้ทราบในภาษาพูดภาษาไทยอีกด้วย

วิธีการศึกษา

ผู้วิจัยศึกษาเรื่องเจตนาในการสื่อสารที่สะท้อนผ่านถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงที่มีลักษณะทำนองเสียงขึ้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ศึกษาเรื่องลักษณะเหนือหน่วยเสียง (Suprasegmental) ในประเด็นทำนองเสียง (Intonation) และศึกษาเรื่องเจตนาในการสื่อสารในประเด็นชนิดของประโยคที่แบ่งตามเจตนา 9 ชนิด ได้แก่ บอกให้ทราบ เสนอแนะ สั่ง ห้าม ชักชวน ชู ขอร้อง คาคะเนและถาม

2. รวบรวมและคัดเลือกสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยตามแนวคิดเรื่องทำนองเสียงขึ้น (กาญจนา นาคสกุล, 2556) ซึ่งมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยจำนวนทั้งสิ้น 189 อัน จากสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยหมวด Popular ที่สร้างสรรค์ขึ้นโดยนักวาด (Creator stickers) จำนวน 20 ชุด ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2562 ย้อนหลัง ซึ่งมีจำนวนสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยจำนวนทั้งสิ้น 752 อัน

3. วิเคราะห์เจตนาในการสื่อสารที่สะท้อนผ่านถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยตามแนวคิดเรื่องชนิดของประโยคที่แบ่งตามเจตนา (สถาบันภาษาไทย, 2552)

4. นำเสนอผลการศึกษาเชิงคุณภาพรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ และนำเสนอผลการศึกษาเชิงปริมาณรูปแบบตารางสถิติร้อยละ

ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์พบสติ๊กเกอร์ไลน์ที่ปรากฏทำนองเสียงขึ้นจำนวนทั้งสิ้น 189 อัน คิดเป็นร้อยละ 62.58 ของสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงตกและทำนองเสียงขึ้นตามแนวคิดทำนองเสียง (กาญจนา นาคสกุล, 2556) ทั้งหมด 302 อัน แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทำนองเสียงของถ้อยคำกับเจตนาในการสื่อสารด้วยสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยตามแนวคิดเรื่องเจตนาในการสื่อสาร (สถาบันภาษาไทย, 2552) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาบอกให้ทราบ

การบอกให้ทราบ คือ การที่ผู้ส่งสารประสงค์บอกกล่าวหรืออธิบายเรื่องต่าง ๆ ให้คู่สนทนาทราบ ซึ่งอาจมีถ้อยคำตรงตามเจตนาในการสื่อสารหรือไม่ก็ได้

ผลการวิเคราะห์สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นพบว่าอยู่ในรูปถ้อยคำแสดงเจตนาบอกให้ทราบ จำนวน 115 อัน คิดเป็นร้อยละ 60.84 ของสติ๊กเกอร์ที่มีทำนองเสียงขึ้นทั้งหมด 189 อัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ตัวอย่างที่ 1 (LINE STORE, 2562ก)

ตัวอย่างที่ 1 เป็นสติ๊กเกอร์ไลน์ลำดับที่ 20 จากสติ๊กเกอร์ทั้งหมด 24 อัน ในสติ๊กเกอร์ไลน์ชุด Alro Boy ของนักวาด Agricultural Land Reform Office

ถ้อยคำที่ปรากฏในสติกเกอร์นี้คือ “โกรธแล้วนะ” [kròot léew náʔ] มีทำนองเสียงขึ้นหรือเสียงวรรณยุกต์ตรีที่ท้ายถ้อยคำ กล่าวคือ มีคำลงท้ายคำว่า “นะ” [náʔ] ซึ่งเป็นคำลงท้ายแสดงทัศนภาวะ (สถาบันภาษาไทย, 2552) หรือคำวิเศษณ์ประกอบท้ายคำอื่น เป็นเชิงเน้นความให้หนักแน่น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) มีคำกริยาคำว่า “โกรธ” [kròot] ซึ่งหมายถึง ขุ่นเคืองใจอย่างแรง ไม่พอใจอย่างรุนแรง (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) และคำวิเศษณ์คำว่า “แล้ว” [léew] ที่หมายถึงลักษณะอาการโกรธ เสร็จ สิ้น จบ ล่วงไป หรือสิ้นสุดลง หรือต่อแต่นั้นเริ่มใหม่อีกระยะหนึ่ง (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) เป็นคำบ่งชี้เจตนาบอกให้ทราบ

2. ถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาเสนอแนะ

การเสนอแนะ คือ การที่ผู้ส่งสารประสงค์เสนอแนะความคิดเห็นให้คู่สนทนาปฏิบัติ ผลการวิเคราะห์สติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นพบว่าอยู่ในรูปถ้อยคำแสดงเจตนาเสนอแนะ จำนวน 1 อัน คิดเป็นร้อยละ 0.53 ของสติกเกอร์ที่มีทำนองเสียงขึ้นทั้งหมด 189 อัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ตัวอย่างที่ 2 (LINE STORE, 2562ข)

ตัวอย่างที่ 2 เป็นสติกเกอร์ไลน์ลำดับที่ 23 จากสติกเกอร์ทั้งหมด 24 อัน ในสติกเกอร์ไลน์ชุด Circle Dukdik Pig ของนักวาด Dukdik

ถ้อยคำที่ปรากฏในสติกเกอร์นี้คือ “อธิษฐานเอานะ” [ʔa-thít-thāan ʔaw náʔ] มีทำนองเสียงขึ้นหรือเสียงวรรณยุกต์ตรีที่ท้ายถ้อยคำ กล่าวคือ มีคำลงท้ายคำว่า “นะ” [náʔ] ซึ่งเป็นคำลงท้ายแสดงทัศนภาวะ (สถาบันภาษาไทย, 2552) หรือคำวิเศษณ์ประกอบ

ท้ายคำอื่น เป็นเชิงเน้นความให้หนักแน่น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) มีคำกริยาคำว่า “อธิฐาน” [ʔa-thít-thǎan] ซึ่งหมายถึง ตั้งใจมุ่งผลอย่างใดอย่างหนึ่ง ตั้งจิตปรารถนา ตั้งจิตขอร้องต่อสิ่งที่ตนถือว่าศักดิ์สิทธิ์เพื่อผลอย่างใดอย่างหนึ่ง (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) และคำวิเศษณ์ “เอา” [ʔaw] ใช้ลงท้ายคำกริยา คำว่า “อธิฐาน” [ʔa-thít-thǎan] เพื่อเน้นแสดงถึงการตั้งหน้าตั้งตาทำต่อเนื่องกัน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) เป็นคำบ่งชี้เจตนาเสนอแนะหรือแสดงความคิดเห็นให้คู่สนทนาปฏิบัติตาม

3. ถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาสั่ง

การสั่ง คือ การที่ผู้ส่งสารประสงค์บังคับให้คู่สนทนาปฏิบัติตาม

ผลการวิเคราะห์สติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นพบว่าอยู่ในรูปถ้อยคำแสดงเจตนาสั่ง จำนวน 6 อัน คิดเป็นร้อยละ 3.17 ของสติกเกอร์ที่มีทำนองเสียงขึ้นทั้งหมด 189 อัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ตัวอย่างที่ 3 (LINE STORE, 2562จ)

ตัวอย่างที่ 3 เป็นสติกเกอร์ไลน์ลำดับที่ 17 จากสติกเกอร์ทั้งหมด 40 อัน ในสติกเกอร์ไลน์ชุด Baozi Sung & Baozi Sung Couple ของนักวาด Cha-ya-nit

ถ้อยคำที่ปรากฏในสติกเกอร์นี้คือ “ตื้น ตื้น ตื้นได้แล้ว” [tùnwn tùwn tùwn dǎaj léaw] มีทำนองเสียงขึ้นหรือเสียงวรรณยุกต์ตรีที่ท้ายถ้อยคำ กล่าวคือ มีคำลงท้ายคำว่า “แล้ว” [léaw] ซึ่งเป็นคำวิเศษณ์ หมายถึง ลักษณะอาการโกรธ เสริจ สิ้นจบ ล่วงไป หรือสิ้นสุดลง หรือต่อแต่นั้นเริ่มใหม่อีกระยะหนึ่ง (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556)

มีคำกริยาคำว่า “ตื่น” [tùwn] ซึ่งหมายถึง พ้นจากหลับ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) เป็นคำบ่งชี้เจตนาสั่งหรือบังคับให้คุณสนทนาปฏิบัติตาม

4. ถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาห้าม

การห้าม คือ การที่ผู้ส่งสารประสงค์สั่งคุณสนทนาไม่ให้กระทำ

ผลการวิเคราะห์สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นพบว่าอยู่ในรูปถ้อยคำแสดงเจตนาห้าม จำนวน 5 อัน คิดเป็นร้อยละ 2.65 ของสติ๊กเกอร์ที่มีทำนองเสียงขึ้นทั้งหมด 189 อัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ตัวอย่างที่ 4 (LINE STORE, 2562ง)

ตัวอย่างที่ 4 เป็นสติ๊กเกอร์ไลน์ลำดับที่ 38 จากสติ๊กเกอร์ทั้งหมด 40 อัน ในสติ๊กเกอร์ไลน์ชุด Auongrom Nong Bina ของนักร้อง Nungning

ถ้อยคำที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์นี้คือ “ไม่ให้ไปเลย” [mâj hâj paj wój] มีทำนองเสียงขึ้นหรือเสียงวรรณยุกต์ตรีที่ท้ายถ้อยคำ กล่าวคือ มีคำลงท้ายคำว่า “เลย” [wój] ซึ่งเป็นคำวิเศษณ์ ใช้เป็นคำลงท้ายในลักษณะที่ไม่สุภาพหรือเป็นกันเอง (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) มีคำวิเศษณ์คำว่า “ไม่” [mâj] ซึ่งเป็นคำประกอบคำกริยาคำว่า “ให้” [hâj] บอกความห้ามหรือไม่อนุญาตให้ทำการ “ไป” [paj] (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) เป็นคำบ่งชี้เจตนาห้ามหรือสั่งคุณสนทนาไม่ให้กระทำ

5. ถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาชักชวน

การชักชวน คือ การที่ผู้ส่งสารประสงค์ชักชวนให้คู่สนทนาทำตามความคิดเห็น

ผลการวิเคราะห์สติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นพบว่าอยู่ในรูปถ้อยคำแสดงเจตนาชักชวน จำนวน 18 อัน คิดเป็นร้อยละ 9.52 ของสติกเกอร์ที่มีทำนองเสียงขึ้นทั้งหมด 189 อัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ตัวอย่างที่ 5 (LINE STORE, 2562ข)

ตัวอย่างที่ 5 เป็นสติกเกอร์ไลน์ลำดับที่ 20 จากสติกเกอร์ทั้งหมด 40 อัน ในสติกเกอร์ไลน์ชุด Antny. ของนักวาด LineGangZaa

ถ้อยคำที่ปรากฏในสติกเกอร์นี้คือ “สู้ ๆ นะ” [sûu sûu náʔ] มีทำนองเสียงขึ้นหรือเสียงวรรณยุกต์ตรีที่ท้ายถ้อยคำ กล่าวคือ มีคำลงท้ายคำว่า “นะ” [náʔ] ซึ่งเป็นคำลงท้ายแสดงทัศนภาวะ (สถาบันภาษาไทย, 2552) หรือคำวิเศษณ์ประกอบท้ายคำอื่นเป็นเชิงเน้นความให้หนักแน่น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) และคำวิเศษณ์คำว่า “นะ” [náʔ] นี้เองเป็นคำบ่งชี้เจตนาชักชวนให้คู่สนทนาทำตามความคิดของผู้ส่งสาร ร่วมกับคำกริยาคำว่า “สู้ ๆ” [sûu sûu]

6. ถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาขู่

การขู่ คือ การที่ผู้ส่งสารประสงค์ขู่ให้คู่สนทนากระทำตาม โดยอาจบอกผลของการไม่กระทำตาม

ผลการวิเคราะห์สติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นพบว่าอยู่ในรูปถ้อยคำแสดงเจตนาขู่ จำนวน 5 อัน คิดเป็นร้อยละ 2.65 ของสติกเกอร์ที่มีทำนองเสียงขึ้นทั้งหมด 189 อัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ตัวอย่างที่ 6 (LINE STORE, 2562ด)

ตัวอย่างที่ 6 เป็นสติกเกอร์ไลน์ลำดับที่ 4 จากสติกเกอร์ทั้งหมด 40 อัน ในสติกเกอร์ไลน์ชุด BNK48: Gogo Cherprang's School Life ของนักวาด BNK48 Official

ถ้อยคำที่ปรากฏในสติกเกอร์นี้คือ “เดี๋ยวโดนนะ” [dǎaw doon dù ná?] มีทำนองเสียงขึ้นหรือเสียงวรรณยุกต์ตรีที่ท้ายถ้อยคำ กล่าวคือ มีคำลงท้ายคำว่า “นะ” [ná?] ซึ่งเป็นคำลงท้ายแสดงทัศนภาวะ ที่หากออกเสียงสระสั้นและลงน้ำหนักเสียง มักเป็นคำสั่งหรือแสดงอารมณ์โกรธ (สถาบันภาษาไทย, 2552) หรือคำวิเศษณ์ประกอบท้ายคำอื่น เป็นเชิงเน้นความให้หนักแน่น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) และคำนามคำว่า “เดี๋ยว” [dǎaw] ที่หมายถึงช่วงเวลาหนึ่งที่จะมีเหตุการณ์ตามมา (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) และคำกริยาคำว่า “โดน” [doon] ที่หมายถึง ถูก (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) นี่เองเป็นคำบ่งชี้ผลของการไม่กระทำตาม ร่วมกับคำกริยาคำว่า “ดู” [dù] ที่หมายถึงว่ากล่าวหรือทักท้วงด้วยความโกรธหรือไม่พอใจเพราะมีความผิดหรือไม่อยู่ในโอวาท (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556)

7. ถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาขอร้อง

การขอร้อง คือ การที่ผู้ส่งสารประสงค์ให้คู่สนทนากะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้

ผลการวิเคราะห์สติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นพบว่าอยู่ในรูปถ้อยคำแสดงเจตนาขอร้อง จำนวน 13 อัน คิดเป็นร้อยละ 6.88 ของสติกเกอร์ที่มีทำนองเสียงขึ้นทั้งหมด 189 อัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ตัวอย่างที่ 7 (LINE STORE, 2562ค)

ตัวอย่างที่ 7 เป็นสติกเกอร์ไลน์ลำดับที่ 29 จากสติกเกอร์ทั้งหมด 40 อัน ในสติกเกอร์ไลน์ชุด Auongrom baby pig ของนักวาด Nungning

ถ้อยคำที่ปรากฏในสติกเกอร์นี้คือ “น้ำ” [ná] มีทำนองเสียงขึ้นหรือเสียงวรรณยุกต์ตรีที่ท้ายถ้อยคำ กล่าวคือ มีคำลงท้ายคำว่า “น้ำ” [ná] มาจากคำว่า “นะ” [náʔ] ซึ่งเป็นคำลงท้ายแสดงทัศนภาวะ ที่หากออกเสียงสระยาวหรือไม่ลงน้ำหนัก มักแสดงเจตนาขอร้อง (สถาบันภาษาไทย, 2552) หรือคำวิเศษณ์ประกอบท้ายคำอื่น เป็นเชิงเน้นความให้หนักแน่น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) และคำวิเศษณ์คำว่า “น้ำ” [ná] นี้เองเป็นคำบ่งชี้เจตนาชักชวนให้คู่สนทนาทำตามความคิดของผู้ส่งสาร

8. ถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาคาดคะเน

การคาดคะเน คือ การที่ผู้ส่งสารประสงค์แสดงความคาดหวังเหตุการณ์หรือสถานการณ์

ผลการวิเคราะห์สติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นพบว่าอยู่ในรูปถ้อยคำแสดงเจตนาคาดคะเน จำนวน 1 อัน คิดเป็นร้อยละ 0.53 ของสติกเกอร์ที่มีทำนองเสียงขึ้นทั้งหมด 189 อัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ตัวอย่างที่ 8 (LINE STORE, 2562ข)

ตัวอย่างที่ 8 เป็นสติ๊กเกอร์ไลน์ลำดับที่ 8 จากสติ๊กเกอร์ทั้งหมด 24 อัน ในสติ๊กเกอร์ไลน์ชุด Circle Dukdik Pig ของนักวาด Dukdik

ถ้อยคำที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์นี้คือ “สำคัญมากเลยมั้ง” [sǎm khan mâak loej máng] มีทำนองเสียงขึ้นหรือเสียงวรรณยุกต์ตรีที่ท้ายถ้อยคำ กล่าวคือ มีคำลงท้ายคำว่า “มั้ง” [máng] มาจากคำว่า “กระมัง” [kra-man] ซึ่งเป็นคำวิเศษณ์สำหรับแสดงความไม่แน่ใจ หรือแสดงความคาดคะเน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) และคำวิเศษณ์คำว่า “มั้ง” [máng] นี้เองเป็นคำบ่งชี้เจตนาแสดงความคาดคะเนหรือความคาดหมาย

9. ถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาถาม

การถาม คือ การที่ผู้ส่งสารประสงค์ถามคู่สนทนา อาจอยู่ในรูปประโยคบอกให้ทราบ

ผลการวิเคราะห์สติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นพบว่าอยู่ในรูปถ้อยคำแสดงเจตนาถาม จำนวน 25 อัน คิดเป็นร้อยละ 13.23 ของสติ๊กเกอร์ที่มีทำนองเสียงขึ้นทั้งหมด 189 อัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ตัวอย่างที่ 9 (LINE STORE, 2562ง)

ตัวอย่างที่ 9 เป็นสติ๊กเกอร์ไลน์ลำดับที่ 25 จากสติ๊กเกอร์ทั้งหมด 40 อัน ในสติ๊กเกอร์ไลน์ชุด Auongrom Nong Bina ของนักวาด Nungning

ถ้อยคำที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์นี้คือ “คอลกันมัย” [khool kan máj] มีทำนองเสียงขึ้นหรือเสียงวรรณยุกต์ตรีที่ท้ายถ้อยคำ กล่าวคือ มีคำลงท้ายคำว่า “มัย” [máj] ซึ่งในบริบทนี้มาจากคำว่า “ไหม” [mǎj] เป็นคำวิเศษณ์แสดงคำถาม มาจากคำว่า “หรือไม่” [rǔw mǎj] (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) และคำวิเศษณ์คำว่า “มัย” [máj] นี้เองเป็นคำบ่งชี้เจตนาถามคู่สนทนา

สรุปผลการศึกษา

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทำนองเสียงของถ้อยคำกับเจตนาในการสื่อสารด้วยสติ๊กเกอร์ไลน์ที่ปรากฏทำนองเสียงขึ้น สรุปจำนวนสติ๊กเกอร์ที่นักวาดใช้คำหรือถ้อยคำแสดงเจตนาในการสื่อสารด้วยการใช้รูปถ้อยคำที่แสดงเจตนาต่าง ๆ ได้ดังตารางแสดงผลต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างทำนองเสียงของถ้อยคำกับเจตนาในการสื่อสารด้วยสติ๊กเกอร์ไลน์ที่ปรากฏทำนองเสียงขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่างทำนองเสียงของถ้อยคำ กับเจตนาในการสื่อสารด้วยสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย ที่ปรากฏทำนองเสียงขึ้น	จำนวน สติ๊กเกอร์	ร้อยละ
1. ถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้น ที่แสดงเจตนาบอกให้ทราบ	115	60.84
2. ถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้น ที่แสดงเจตนาเสนอแนะ	1	0.53

ความสัมพันธ์ระหว่างทำนองเสียงของถ้อยคำ กับเจตนาในการสื่อสารด้วยสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทย ที่ปรากฏทำนองเสียงขึ้น	จำนวน สติกเกอร์	ร้อยละ
3. ถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้น ที่แสดงเจตนาสั่ง	6	3.17
4. ถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้น ที่แสดงเจตนาห้าม	5	2.65
5. ถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้น ที่แสดงเจตนาชักชวน	18	9.52
6. ถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้น ที่แสดงเจตนาขู่	5	2.65
7. ถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้น ที่แสดงเจตนาขอร้อง	13	6.88
8. ถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้น ที่แสดงเจตนาคาดคะเน	1	0.53
9. ถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้น ที่แสดงเจตนาถาม	25	13.23
รวม	189	100

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทำนองเสียงของถ้อยคำกับเจตนาในการสื่อสารด้วยสติกเกอร์ไลน์ที่ปรากฏทำนองเสียงขึ้น จำนวน 189 อัน พบถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาบอกให้ทราบ จำนวน 115 อัน คิดเป็นร้อยละ 60.84 พบถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาเสนอแนะ

จำนวน 1 อัน คิดเป็นร้อยละ 0.53 ถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาสั่ง จำนวน 6 อัน คิดเป็นร้อยละ 3.17 พบถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาห้าม จำนวน 5 อัน คิดเป็นร้อยละ 2.65 พบถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาชักชวน จำนวน 18 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 9.52 พบถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาขู่ จำนวน 5 อัน คิดเป็นร้อยละ 2.65 ถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาขอร้อง จำนวน 13 อัน คิดเป็นร้อยละ 6.88 พบถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาคาดคะเน จำนวน 1 อัน คิดเป็นร้อยละ 0.53 และพบถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาถาม จำนวน 25 อัน คิดเป็นร้อยละ 13.23

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาบอกให้ทราบมากที่สุด เนื่องจากผู้ใช้บริการ LINE มักใช้แสดงอารมณ์ความรู้สึกผ่านอักษรโดยการบอกกล่าว เช่น “เป็นห่วงนะ” [pen hùan náʔ] “เจ็บนี้ว” [cèp níw] “หัวร้อน” [hũa-róon] “หิวแย้ว” [hĩw jéew] “ตายแป๊ป” [taaj péep] ฯลฯ ผู้ใช้บริการ LINE สามารถใช้สติกเกอร์ไลน์ดังกล่าวสื่อสารได้อย่างตรงไปตรงมา ในขณะที่ผลการวิจัยพบถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาเสนอแนะ และถ้อยคำในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาคาดคะเนน้อยที่สุด เนื่องจากถ้อยคำที่ปรากฏมักใช้ในการสื่อสารรูปแบบวัจนกรรมอ้อม (Indirect speech acts) กล่าวคือ มีรูปถ้อยคำไม่ตรงกับเจตนาการสื่อสารที่แท้จริง ผู้ใช้บริการ LINE จะใช้สติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยดังกล่าวได้ก็ต่อเมื่อที่ภูมิหลังเกี่ยวกับถ้อยคำที่สื่อสารร่วมกันจึงจะสื่อสารได้เข้าใจตรงกัน ดังถ้อยคำที่ปรากฏในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่ว่า “อธิษฐานเอานะ” [ʔa-thít-thaan ʔaw náʔ] อาจตีความหมายได้ว่าผู้ใช้สติกเกอร์ภาษาไทยอันนี้มีเจตนาหยอกล้อหรือเสียดสีคู่สนทนา

โดยตรงหรืออาจกระทบกระเทียบบุคคลอื่นที่ไม่ได้ร่วมกลุ่มการสนทนาใน LINE ขณะนั้น ขึ้นกับประสบการณ์ที่ผู้ส่งสารกับคู่สนทนามีร่วมกัน

นอกจากนี้ LINE ยังเป็นโปรแกรมประยุกต์สำหรับการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ สติ๊กเกอร์ไลน์จึงทำหน้าที่ในการสื่อสารแบบไม่เป็นกิจจะลักษณะ เป็นการบอกข้อมูลคู่สนทนาแบบผิวเผิน เหตุผลหนึ่งที่พบว่าทำนองเสียงขึ้นแสดงเจตนาบอกให้ทราบมากที่สุดในถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทย เพราะในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยมักใช้คำแสดงทัศนภาวะ “นะ” [náʔ] “น้ำ” [náa] คำลงท้ายแสดงมารยาท “ครับ” [khráp] “ฮับ” [háp] คำวิเศษณ์ “แล้ว” [léew] “แ้วย” [jéew] และคำอื่น ๆ ซึ่งเป็นการบอกกล่าวข้อมูลหรือความรู้สึกทั่วไปจากผู้ส่งสารไปยังคู่สนทนา เช่น “ฝันดีนะ” [fǎn dii náʔ] “ขอบคุณน้ำ” [khòɔp-khun náa] “สวัสดีครับ” [sa-wàt-dii khráp] “รักนะฮับ” [rák ná háp] “จนแล้ว” [ɲɔɔn láaw] “หิวแ้วย” [hǐw jéew] ฯลฯ

นอกจากการพบทำนองเสียงขึ้นที่แสดงเจตนาบอกให้ทราบมากที่สุดในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยแล้ว ทำนองเสียงขึ้นมักปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยเพื่อแสดงเจตนาถามมารองลงมาซึ่งสัมพันธ์กับประโยคคำถามในภาษาอังกฤษที่มีกมิติศทางเสียงลักษณะสูงขึ้นในตอนท้ายของประโยค (Catford, 1988 อ้างถึงใน ธาณินทร์ คงอินทร์, 2551) การถามที่มีทำนองเสียงขึ้นในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยมักเป็นการไต่ถามข้อมูล เช่น “ทำไรอยู่แะ” [tham raj jùu ɲéʔ] การถามเพื่อการตรวจสอบข้อมูลในลักษณะที่ต้องการคำตอบรับหรือคำปฏิเสธ เช่น “คอลกันมัย” [khɔɔl kan máj]

ผลการวิจัยเรื่องเจตนาในการสื่อสารที่สะท้อนผ่านถ้อยคำในสติ๊กเกอร์ไลน์ภาษาไทยที่มีลักษณะเหนือหน่วยเสียงด้านทำนองเสียงที่มีลักษณะทำนองเสียงขึ้นแสดงให้เห็นว่า ทำนองเสียงขึ้นสัมพันธ์กับเจตนาในการสื่อสาร แตกต่างจากงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับทำนองเสียงในภาษาไทย ที่อยู่ในรูปแบบบทความวิจัย เช่น การแปลของทำนองเสียงในประโยคคำถามภาษาไทย (ธาณินทร์ คงอินทร์, 2551) ที่มุ่งศึกษารูปแปรทิศทางระดับเสียง การเน้นพยางค์กับทำนองเสียงภาษาไทย (อภิลักษณ์ ธรรมทวีจิตกุล และกัลยารัตน์ ฐิติกานต์

นารา, 2549) ที่มุ่งศึกษาทำนองเสียงเพื่อการประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีทางเสียง นอกจากนี้พบเพียงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทำนองเสียงในภาษาอื่น ๆ

หากพิจารณาถ้อยคำที่ปรากฏในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยตามมุมมองภาษาศาสตร์ สังคม ตามแนวคิดเรื่องวิธภาษาประเภทที่ 1 คือ วิธภาษาที่จำแนกตามลักษณะทางสังคมของผู้พูด เช่น เพศ อายุ ถิ่นที่อยู่ หรือชนชั้นทางสังคม และแนวคิดเรื่องวิธภาษาประเภทที่ 2 คือ วิธภาษาที่แปรไปตามสถานการณ์การใช้หรือหน้าที่ของภาษา เช่น วิธภาษาข่าวมีหน้าที่เสนอข่าว หรือวิธภาษาโฆษณา มีหน้าที่เฉพาะคือใช้ในการโฆษณา (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2548) สะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้ภาษาซึ่งหมายถึงรวมถึงผู้ใช้บริการ LINE ซึ่งเป็นสมาชิกทั่วไปในสังคมมักใช้สติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยในการสื่อสารไปยังคู่สนทนาตามแนวคิดเรื่องวิธภาษาประเภทที่ 1 รวมถึงผู้ใช้บริการไลน์ในฐานะองค์กรมักผลิตสติกเกอร์ไลน์เพื่อให้สมาชิกทั่วไปในสังคมได้ใช้สื่อสารไปยังคู่สนทนาตามแนวคิดเรื่องวิธภาษาประเภทที่ 1 เช่นกัน และผู้ใช้บริการไลน์ในฐานะองค์กรมักใช้วิธภาษาประเภทที่ 2 สำหรับส่งข้อความเชิงโฆษณาและประชาสัมพันธ์ไปยังลูกค้าหรือผู้ใช้บริการองค์กรดังกล่าวเพื่อประโยชน์ของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการองค์กร รวมถึงประโยชน์แก่องค์การนั้น ๆ เช่นกัน แสดงให้เห็นว่าวิธภาษาไม่เพียงอยู่ในสังคมที่จำแนกตามพื้นที่ วัย หรือหน้าที่ของภาษาเช่นในอดีต แต่วิธภาษายังปรากฏในสังคมเสมือนในปัจจุบันซึ่งก็คือเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งรวมถึงโปรแกรมประยุกต์ LINE อีกด้วย

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยเรื่องการเปลี่ยนแปลงของเสียงที่สะกดตามเสียงพูดแบบมีข้อจำกัดในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทย เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่องลักษณะเหนือหน่วยเสียงและการเปลี่ยนแปลงของเสียงตัวสะกดตามเสียงพูดในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทย ซึ่งได้รับทุนอุดหนุนจากกองทุนวิจัยคณะกรรมการวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ประจำปี 2563 สัญญารับทุนเลขที่ LIA6304076S

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

เนื่องจากผลการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะเหนือหน่วยเสียง ผลการวิจัยจึงเหมาะสมแก่นักศึกษาที่ศึกษาเกี่ยวกับภาษาไทย และภาษาต่าง ๆ รวมถึงองค์การต่าง ๆ อาจสังเกตผลจากการวิจัยเพื่อนำไปผลิตสติกเกอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาองค์การได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเจตนาของการสื่อสารโดยใช้ถ้อยคำผ่านสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทยตามแนวคิดสัทสัมพันธ์ (Prosody) อันสะท้อนให้เห็นนัยความสุภาพและความไม่สุภาพในการสื่อสารร่วมด้วย

บรรณานุกรม

- กาญจนา นาคสกุล. (2556). *ระบบเสียงภาษาไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธานินทร์ คงอินทร์. (2551). การแปลของทำนองเสียงในประโยคคำถามภาษาไทย. *วารสารศิลปศาสตร์*, 8(1), 57-78.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 7 รอบ 5 ธันวาคม 2554*. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- สถาบันภาษาไทย. (2552). *บรรทัดฐานภาษาไทย เล่ม 3: ชนิดของคำ วลี ประโยค และสัมพันธ์สาร: วิจันตร์ ภาณุพงศ์ และคณะ*. กรุงเทพฯ: สถาบันภาษาไทย สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2548). *ภาษาในสังคมไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- อภิลักษณ์ ธรรมทวีธิกุล และกัลยารัตน์ ฐิติกานต์นารา. (2549). การเน้นพยางค์กับทำนองเสียงภาษาไทย. *วารสารภาษาและภาษาศาสตร์*, 24(2), 59-76.
- Gigolo. (2559). *ชัดเจน!!! LINE ขึ้นอันดับหนึ่งช่องทางสื่อสารผู้บริโภค*. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/reports/m-data/line-leader-channel-communication-online/>
- LINE STORE. (2562ก). *Alro boy*. สืบค้นจาก <https://store.line.me/stickershop/product/6781747/en>
- LINE STORE. (2562ข). *Antny*. สืบค้นจาก <https://store.line.me/stickershop/product/4951078/en>
- LINE STORE. (2562ค). *Auongrom baby pig*. สืบค้นจาก <https://store.line.me/stickershop/product/3111559/en>
- LINE STORE. (2562ง). *Auongrom nong bina*. สืบค้นจาก <https://store.line.me/stickershop/product/3079816/en>
- LINE STORE. (2562จ). *Baozi sung & Baozi sung couple*. สืบค้นจาก <https://store.line.me/stickershop/product/1397527/en>
- LINE STORE. (2562ฉ). *BNK48 gogo Cherprang's school life*. สืบค้นจาก <https://store.line.me/stickershop/product/4761371/en>
- LINE STORE. (2562ช). *Circle dukdik pig*. สืบค้นจาก <https://store.line.me/stickershop/product/5875230/en>
- LINE STORE. (2563). *บัญชีทางการ: หมวดหมู๋*. สืบค้นจาก <https://store.line.me/officialaccount/list/top/th?from=eventlist>
- saline tintumrong. (2562). *LINE ประเทศไทยเผยความสำเร็จธุรกิจสติกเกอร์เติบโตสูงอันดับ 1 ในภูมิภาค*. สืบค้นจาก <https://www.beartai.com/news/promotion-news/305869>