

การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล์ภาษาไทย

English-Thai transliterated words used in Thai advertisements

for UNIQLO women's

จอมขวัญ สุทธินนท์¹

Jomkwan Sudhinont

Article History

Received: 2021-01-28

Revised: 2021-03-27

Accepted: 2022-06-21

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องการใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล์ภาษาไทย เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาการใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล์ภาษาไทย โดยเจาะจงเลือกวิเคราะห์เนื้อหาข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล์จากแหล่งข้อมูลจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์จากยี่ห้อยูนิโคล์ประเทศไทย ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2562 - วันที่ 30 กันยายน 2563 และวิเคราะห์ตามแนวคิดการใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ ผลการศึกษาพบว่า (1) การใช้แบบหน่วยคำอิสระ 2 ชนิด ตามการจำแนกชนิดของคำ ได้แก่ คำนาม พบมากที่สุด จำนวน 11 คำ รวม 62 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 98.41 โดยพบคำว่า ดีไซน์ มากที่สุด และคำกริยา พบจำนวน 1 คำ รวม 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.59 คือคำว่า ซัพพอร์ต (2) การประสมคำ 2 ลักษณะ ตามการแทรกแซงหรือการยืมด้านไวยากรณ์ ได้แก่ การแทรกแซงหรือการยืมด้านไวยากรณ์จากภาษาอังกฤษ โดยการลำดับหน่วยคำอิสระแบบส่วนขยายและส่วนหลัก พบจำนวน 2 คำ รวม 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 60 โดยพบคำว่า คัพดีไซน์ และ บราที่อ็อป จำนวนเท่ากัน และการลำดับหน่วยคำอิสระแบบส่วนหลักและส่วนขยายแบบภาษาไทย พบจำนวน 4 คำ รวม 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40 โดยพบคำว่า คัพบรา ลูกแคชวล ผ้าคอตตอน และ สายบรา จำนวนเท่ากัน (3) การใช้หน่วยประสานคำ 1 ลักษณะ ตามการประสานคำนามหน้าหน่วยศัพท์ การ- ในภาษาไทย ประกอบเข้ากับคำกริยาภาษาอังกฤษ พบจำนวน 1 คำ รวม 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 คือ คำว่า การซัพพอร์ต และ (4) การตัดเสียงให้เข้ากับระบบเสียงพยัญชนะไทย โดยใช้เครื่องหมายทัณฑฆาต บนรูปพยัญชนะที่ไม่ออกเสียง 2 ลักษณะ ตามการจำแนกหน่วยเสียงพยัญชนะท้าย ได้แก่ การตัดหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายเดี่ยว พบจำนวน 5 คำ รวม 31 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 91.18 โดยพบคำว่า ดีไซน์ มากที่สุด และการตัดหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายประสม พบจำนวน 2 คำ รวม 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.82 โดยพบคำว่า การซัพพอร์ต มากที่สุด

คำสำคัญ: การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ ข้อความโฆษณา เสื้อชั้นในสตรี ยูนิโคล์

¹ อาจารย์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

Lecturer, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University

E- mail: jomkwan.sud@psu.ac.th *Corresponding author

Abstract

The objective of this research article is to present an analysis of English-Thai transliterated words used in Thai advertisements for UNIQLO women's bras. The contents purposively selected from e-newsletters of UNIQLO Thailand issued from 01 October 2019 to 30 September 2020 are analyzed based on the concept of usage of transliterated words. The study found the following. (1) Free morphemes—Two types of free morpheme classified by part of speech used are noun and verb. Use of nouns is most frequently found: 11 nouns used 62 times or 98.41 percent, and only one verb, support, is used one time or 1.59 percent. (2) Compound words—Two types of compound words are found. One type is words compounded through grammatical interference or borrowing from English by using the order of English free morphemes, the modifier-head principle. Two words of this type, cup design and bra top are used at the same frequency of six times or 60 percent. The other type is words compounded using the order of Thai free morphemes, the head-modifier principle. Four words of this type, cup bra, casual look, cotton, and bra strap, are used four times or 40 percent. (3) Derivational morphemes—One type of derivational morpheme is found which is placement of the Thai prefix Kan before an English verb; one word, support, is used two times or 100 percent. (4) Sound deletion to suit the Thai consonant sound system by placing a Thanthakhat mark on the deleted consonant. Two types of sound deletion of English words are found. One type is deletion of the single final consonant. Five words of this type were used 51 times or 91.18 percent, and the word design was most frequently used. The other type is deletion of the compound final consonant. Two words of this type were used three times or 8.82 percent, and the word supporting was most frequently found.

Keywords: use of English-Thai transliterated words, advertisement, women's bras, UNIQLO

บทนำ

คำภาษาอังกฤษเริ่มเข้ามาในไทยสมัยอยุธยา ในรัชกาลสมเด็จพระเอกาทศรถ เนื่องจากการติดต่อค้าขายอย่างไม่เป็นทางการกับอังกฤษ และเริ่มติดต่อกับอังกฤษอย่างเป็นทางการในสมัยรัชกาลที่ 2 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ จึงเริ่มพบการเขียนคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษโดยเฉพาะอย่างยิ่งในจดหมายเหตุบางกอกรีคอร์เดอร์ ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ฉบับแรกของไทย และพบข้อสังเกตว่าคำยืมในสมัยรัชกาลที่ 3 มักเป็นคำนามวิสามานยนามเรียกชื่อเมือง คน ยศและตำแหน่ง รวมถึงชื่อเฉพาะของธาตุ (วัลยา ช้างขวัญยืน และอนันต์ เหล่าเลิศวรกุล, 2553: 252-253) ซึ่งการทับศัพท์ภาษาอังกฤษเป็นวิธีการนำคำภาษาอังกฤษมาใช้ในภาษาไทยมากที่สุด โดยการออกเสียงให้เหมือนหรือใกล้เคียงกับคำเดิม (จันจิรา จิตตะวิริยะพงษ์, 2546: 130)

ปัจจุบันคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษยังคงปรากฏการใช้ใน

สังคมไทย และมีแนวโน้มการใช้แพร่หลายยิ่งขึ้น ด้วยเหตุผลอันเป็นสาเหตุจากภายนอก กล่าวคือ การติดต่อค้าขาย การสมรส และอิทธิพลของโลกตะวันตกหรือกระแสโลกาภิวัตน์ ส่งผลให้ภาษาไทยสมัยใหม่เปลี่ยนแปลงไปจากภาษาไทยสมัยสุโขทัย (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2555: 133 และ 143) ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ลักษณะหนึ่งของภาษา

ตามที่มีการติดต่อค้าขายส่งผลให้เกิดการยืมภาษาตั้งแต่อดีตดังกล่าวแล้ว จึงไม่น่าแปลกใจที่ข้อความโฆษณาอันเป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการขายในปัจจุบันปรากฏคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษปะปนอยู่เป็นจำนวนมาก เนื่องจากการซื้อสินค้าในไทยไม่มี ทำให้ต้องยืมคำเรียกสินค้ารวมถึงโน้ตศัพท์ของคำเรียกสินค้านั้นมาใช้ด้วย (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2555: 143)

นอกจากข้อความโฆษณาต้องใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษด้วยเหตุผลด้านความจำเป็น เพราะไทยยังไม่มีคำศัพท์ในภาษาไทย

เรียกสินค้าแล้ว ยังมีเหตุผลด้านจิตวิทยาอีกด้วย กล่าวคือ ภาษาไทยเป็นภาษาผู้รับด้วยเหตุที่ไม่มีคำไทยใช้ ผู้พูดภาษาผู้รับจึงรู้สึกว่าภาษาอังกฤษหรือภาษาผู้ให้เป็นภาษาที่แสดงศักดิ์ศรีและฐานะทางสังคมสูงกว่าภาษาผู้รับ จึงก่อให้เกิดการยืมภาษาเกินความจำเป็น (อนันต์ เหล่าเลิศวรกุล, 2553ก: 102) เนื่องจากศักดิ์ศรีมักแสดงออกทางภาษา และภาษาระบุช่วงชั้นทางสังคมของบุคคลได้ การใช้ภาษาในข้อความโฆษณาที่ปรากฏคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษจึงมีผลต่อจิตใจของผู้บริโภค ว่าสินค้านี้เป็นสินค้าของคนชั้นสูงตามรูปภาษาที่มีศักดิ์ศรี (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2556: 57 และ 75) ภาษาโฆษณาซึ่งเป็นทำเนียบภาษากลุ่มหนึ่ง อันเป็นภาษาเฉพาะกิจจึงปรากฏคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษทั้งด้วยเหตุผลความจำเป็น และเกินความจำเป็นตามค่านิยมและทัศนคติของผู้ใช้ภาษา เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคสนใจ คล้อยตาม และตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด

ยูนิโคล่ (UNIQLO) เป็นยี่ห้อเสื้อผ้ายี่ห้อหนึ่งที่สังคมไทยรู้จักในฐานะ LifeWear ด้วยเป็นเสื้อผ้าที่ได้รับแรงบันดาลใจจากความต้องการในชีวิต กล่าวคือ เรียบง่าย เหมาะกับการสวมใส่ตามกิจกรรมประจำวัน รวมถึงชื่อเสียงระดับโลกด้านคุณภาพของสินค้าที่ดีที่สุดสำหรับทุกคน (UNIQLO, ม.ป.ป.า) ในราคาที่เหมาะสมเหตุผลซึ่งสอดคล้องกับคำขวัญโฆษณาของยูนิโคล่ที่ว่า “Clothes for a better life. For everyone, every day.” (UNIQLO, ม.ป.ป.บ) ข้อความโฆษณาแสดงรายละเอียดสินค้าของยูนิโคล่ปรากฏคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษเสมอ ดังข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในยี่ห้อยูนิโคล่ WOMEN WIRELESS BRA (RELAX) ที่ว่า “ดีไซน์ไร้ตะเข็บพร้อมคัพในตัวเพื่อความกระชับเป็นพิเศษ ให้การซัพพอร์ตพร้อมทรงสวยอย่างเป็นธรรมชาติ” (UNIQLO, 2562, 11 ตุลาคม) ปรากฏการใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษจำนวนทั้งสิ้น 3 คำ ได้แก่ การใช้คำว่า “ดีไซน์” “คัพ” และ “การซัพพอร์ต” ทั้งที่คำเหล่านี้มีคำไทยใช้หรืออธิบายได้ด้วยภาษาไทย ต่างไปจากข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในที่ขายตามท้องตลาดทั่วไปที่ไม่ปรากฏการใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ ดังข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรีที่ไม่มียี่ห้อข้อความหนึ่ง ที่ว่า “เสื้อในตะขอน้ำ ไรโครง เสริมฟองน้ำ เนื่อนุ่มสุด ๆ สายถอดได้ณะะสินค้าพร้อมส่ง” (Shopee, 2564)

นอกจากนี้ ข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่สะท้อนให้เห็นว่ายูนิโคล่ผลิตเสื้อชั้นในสตรีขึ้นหลากหลายรูปแบบ หลากหลายวัสดุที่เป็นองค์ประกอบ หลากหลายคุณสมบัติ อันเป็นลักษณะเฉพาะตัว เพื่อให้เหมาะกับรูปแบบการใช้งานหรือ

กิจกรรมของผู้บริโภค ดังข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในยี่ห้อยูนิโคล่ WOMEN AIRism COTTON RIBBED BRA SLEEVELESS ที่ว่า “ด้านนอกเป็นผ้าคอตตอน ด้านในเป็นแอริซึมแบบใหม่ สัมผัสสบายผิวในลุคแคชวล” (UNIQLO, 2563, 3 มิถุนายน) อันมีส่วนดึงดูดความสนใจผู้บริโภคให้คล้อยตาม และตัดสินใจเลือกซื้อชุดชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่

การวิเคราะห์คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ซึ่งเป็นยี่ห้อระดับโลกจะแสดงให้เห็นลักษณะของคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในทำเนียบภาษาโฆษณาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของลักษณะการใช้เป็นปรากฏการณ์การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในภาษาไทยในสภาพปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย

วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาการใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย

นิยามศัพท์

การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ หมายถึง รูปแบบการใช้คำภาษาอังกฤษด้านรูปเขียนแบบทับศัพท์ ทั้งการใช้คำภาษาอังกฤษแบบหน่วยคำอิสระ การใช้คำภาษาอังกฤษแบบประสมคำ การใช้คำภาษาอังกฤษแบบการใช้หน่วยประสานคำ และการใช้คำภาษาอังกฤษแบบตัดเสียงให้เข้ากับระบบเสียงพยัญชนะไทย โดยใช้เครื่องหมายทัณฑฆาต บนรูปพยัญชนะที่ไม่ออกเสียง ในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่

ข้อความโฆษณา หมายถึง คำบรรยายได้ภาพเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ ที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าเพิ่มเติม เช่น กรรมวิธีการผลิต วัสดุที่เป็นองค์ประกอบ คุณสมบัติอันเป็นลักษณะเฉพาะตัว รวมถึงรูปแบบการใช้งาน

เสื้อชั้นในสตรี หมายถึง เครื่องแต่งกายประเภทเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ ที่ใช้สวมใส่แก่ร่างกายส่วนบนสำหรับสตรี มีหน้าที่ช่วยพยุงเต้านมไม่ให้หย่อนคล้อยและช่วยเสริมบุคลิกภาพแก่สตรีผู้สวมใส่

ยูนิโคล่ หมายถึง ยี่ห้อชุดชั้นใน เสื้อผ้า และเครื่องแต่งกายประเภทอื่น ๆ ซึ่งมีคุณภาพดี เป็นที่รู้จักของคนทั่วโลก

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่ ข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย จำนวน 34 ข้อความ จากข้อความโฆษณาทั้งหมด 836 ข้อความ จากจดหมายข่าวที่อยู่ในรูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ [email] UNIQLO Thailand (enews@ml.uniqlo.co.th) เนื่องจากเป็นข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา และเป็นข้อมูลที่ไม่ถูกเปลี่ยนแปลง หรือถูกทำให้หายไป หรือถูกแทนที่ด้วยข้อความโฆษณาสินค้าใหม่ตามการเปลี่ยนแปลงของเวลา

2. ขอบเขตด้านการใช้แนวคิดทฤษฎีประกอบการวิเคราะห์ เป็นการนำคำภาษาอังกฤษด้านรูปเขียนแบบทับศัพท์ 4 รูปแบบ ได้แก่ การใช้คำภาษาอังกฤษแบบหน่วยคำอิสระ การใช้คำภาษาอังกฤษแบบประสมคำ การใช้คำภาษาอังกฤษแบบมีหน่วยประสมคำ และการใช้คำภาษาอังกฤษแบบตัดเสียงให้เข้ากับระบบเสียงพยัญชนะไทย โดยใช้เครื่องหมายทัณฑฆาต บนรูปพยัญชนะที่ไม่ออกเสียง (อนันต์ เหล่าเลิศวรกุล, 2553: 11-12, 20; วัลยา ช่างขวัญยืน และอนันต์ เหล่าเลิศวรกุล, 2553: 259-268)

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาการทำวิจัย ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2562 – 30 กันยายน พ.ศ. 2563

คำถามการวิจัย

การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทยมีรูปแบบ รูปแบบใดบ้าง

แนวคิดและทฤษฎี

การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษเป็นลักษณะเด่นประการหนึ่งของภาษาโฆษณา เนื่องจากภาษาโฆษณามีคำศัพท์ภาษาอังกฤษจำนวนมาก แม้มีคำภาษาไทยใช้อย่างแพร่หลาย ด้วยประสงค์ให้ข้อความสั้น กระชับ และสื่อความได้ตรงตามขอบเขตความหมาย กว่า การใช้คำภาษาไทย (ประคอง นิมมานเหมินท์, 2555: 94) ทั้งภาษาโฆษณาที่ปรากฏในสื่อประเภทต่าง ๆ มีวัตถุประสงค์เพื่อเรียกความสนใจจากผู้บริโภค ให้ผู้บริโภคคล้อยตาม และนำไปสู่การซื้อสินค้าหรือการบริการในที่สุด (ประคอง นิมมานเหมินท์, 2555: 83) การใช้คำภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาภาษาไทย ทำให้ภาษาโฆษณาแปลก และดึงดูดความสนใจได้ (ประคอง นิมมานเหมินท์, 2555: 89)

คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาภาษาไทย ปรากฏการใช้หลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การใช้แบบหน่วยคำอิสระ การประสมคำ การใช้หน่วยประสมคำ และการตัดเสียงให้เข้ากับระบบเสียงพยัญชนะไทย โดยใช้เครื่องหมายทัณฑฆาต บนรูปพยัญชนะที่ไม่ออกเสียง (อนันต์ เหล่าเลิศวรกุล, 2553: 11-12, 20; วัลยา ช่างขวัญยืน และอนันต์ เหล่าเลิศวรกุล, 2553: 261) ดังนี้

1. การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษแบบหน่วยคำอิสระ (free morpheme) หมายถึง การนำคำภาษาอังกฤษมาใช้เป็นหน่วยคำแบบปรากฏลำพังโดยไม่ต้องมีหน่วยคำอื่นมาประกอบ เช่น คำว่า ดีไซน์ และคำว่า คัพ

2. การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษแบบการประสมคำ (compounding) หมายถึง การนำคำภาษาอังกฤษแบบหน่วยคำอิสระมารวมกันหรือรวมกับคำภาษาไทยเป็นคำใหม่ เช่น การนำคำภาษาอังกฤษแบบหน่วยคำอิสระมารวมกัน คำว่า ลูกแลชชวล และการนำคำภาษาอังกฤษแบบหน่วยคำอิสระมารวมกับคำภาษาไทย ในคำว่า ฝาคอตตอน

3. การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษแบบมีหน่วยประสมคำ (derivational morpheme) หมายถึง การนำคำภาษาอังกฤษมาใช้เป็นหน่วยคำที่ต้องใช้ประกอบกับหน่วยคำไม่อิสระ เพื่อเปลี่ยนชนิดหรือความหมายของคำ เช่น การนำคำภาษาอังกฤษมาใช้เป็นหน่วยคำที่ต้องใช้ประกอบกับคำนำหน้าหน่วยศัพท์ การ- ในภาษาไทย ในคำว่า การชัฟพอร์ต

4. การตัดเสียงคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษให้เข้ากับระบบเสียงพยัญชนะไทย โดยใช้เครื่องหมายทัณฑฆาต บนรูปพยัญชนะที่ไม่ออกเสียง ซึ่งมักเป็นพยัญชนะท้ายเดี่ยว เช่น คำว่า ดีไซน์ และพยัญชนะท้ายประสม เช่น คำว่า ชัฟพอร์ต

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่องการใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทยเป็นงานวิจัยเชิงพรรณนา (descriptive research) มีกระบวนการในการค้นหารูปแบบดังนี้

1. กำหนดเกณฑ์การวิเคราะห์การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย จึงเกิดการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับคำยืมภาษาอังกฤษในภาษา

ไทย รวมทั้งวิธีการยืมคำ ลักษณะของการยืม การเปลี่ยนแปลงคำ ยืม และการใช้คำยืม

2. คัดเลือกข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ ภาษาไทยจากจดหมายข่าวที่อยู่ในรูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ [email] UNIQLO Thailand (enews@ml.uniqlo.co.th) ระหว่าง วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2562 – 30 กันยายน พ.ศ. 2563 เพื่อแสดงให้เห็นปรากฏการณ์การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในภาษาไทยในสภาพปัจจุบัน

3. เสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรม การวิจัยในมนุษย์ จากศูนย์จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สาขา สังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และได้ผ่านการพิจารณาเห็นชอบโดยสอดคล้องกับหลักการเบลมอนต์ (Belmont) ลงวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2564

4. สร้างเครื่องมือวิเคราะห์และบันทึกความถี่ในการใช้คำ ทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ ภาษาไทย

5. วิเคราะห์การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความ โฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย ตามแนวคิดการสร้างคำ ประเภทของหน่วยคำ และลักษณะคำยืมภาษาอังกฤษในภาษาไทย

(อนันต์ เหล่าเลิศวรกุล, 2553: 10-12, 20-25; วัลยา ช่างขวัญยืน และอนันต์ เหล่าเลิศวรกุล, 2553: 259-268)

6. นำเสนอผลการศึกษารูปแบบตารางแสดงความถี่ของการปรากฏการใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย แล้วอภิปรายผลรูปแบบพรรณนา วิเคราะห์ถึงปรากฏการณ์การใช้คำภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทยในสภาพปัจจุบัน

ผลการศึกษา

ข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย ปรากฏการใช้คำภาษาอังกฤษ 4 รูปแบบ ได้แก่ การใช้แบบหน่วย คำอิสระ การประสมคำ การใช้หน่วยประสานคำ และการตัดเสียง ให้เข้ากับระบบเสียงพยางค์ไทย โดยใช้เครื่องหมายทศนิยมตาม บัญญัติยี่ห้อที่ไม่ออกเสียง ดังนี้

1. การใช้แบบหน่วยคำอิสระ

ข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย ปรากฏการใช้คำภาษาอังกฤษแบบหน่วยคำอิสระ 2 ชนิด ตามการ จำแนกชนิดของคำ ได้แก่ คำนาม จำนวนทั้งสิ้น 11 คำ และคำกริยา จำนวนทั้งสิ้น 1 คำ ดังนี้

ตารางที่ 1

คำนามและคำกริยาภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย

คำนามภาษาอังกฤษและความหมาย			ความถี่/ค่าเฉลี่ย	
1	ดีไซน์ (design) - การออกแบบ แบบ (วิทย์ เทียงบุญธรรม, 2541: 236)		22	34.92
2	คัพ (cup) กระเปาะ ภาชนะที่คล้ายถ้วย (วิทย์ เทียงบุญธรรม, 2541: 211) ตามบริบทของข้อความโฆษณาชุดชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ หมายถึง ส่วนเว้าของเสื้อชั้นในสตรีอันเป็นพื้นที่สำหรับเต้านมขณะสวมใส่		13	20.63
3	บรา (bra) - เสื้อชั้นในสตรี (วิทย์ เทียงบุญธรรม, 2541: 99)		11	17.46
4	ซีซั่น (season) - ช่วงเวลา เทศกาล ฤดูกาล หน้า (วิทย์ เทียงบุญธรรม, 2541: 766)		3	4.77
5	สไตล์ (style) - รูปแบบ ลักษณะ วิธีการ (วิทย์ เทียงบุญธรรม, 2541: 850)		3	4.77
6	เทคนิค (technique) - กลวิธี ฝีมือ ศิลปะ หลักวิชา (วิทย์ เทียงบุญธรรม, 2541: 877)		2	3.17
7	แบรนด์ (brand) - เครื่องหมายการค้า ตรา ยี่ห้อ (วิทย์ เทียงบุญธรรม, 2541: 100)		2	3.17
8	ลุค (look) - ลักษณะ (วิทย์ เทียงบุญธรรม, 2541: 524)		2	3.17
9	ไอเทม (item) - ชิ้น รายการในบัญชี สิ่งของในรายการ อัน (วิทย์ เทียงบุญธรรม, 2541: 481)		2	3.17
10	เลเยอร์ (layer) - ชั้น ระดับ สิ่งที่เป็นชั้น (วิทย์ เทียงบุญธรรม, 2541: 506)		1	1.59
11	แอริซึม (AIRism) ชื่อเนื้อผ้าซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่หลายประเภท ทำจากเส้นใยไมโครโพลีเอสเตอร์ มีคุณสมบัติระบายความชื้นได้ดี ผู้สวมใส่รู้สึกได้ถึงความเย็นสบายจากการสัมผัส (UNIQLO, 2563, 19 กันยายน)		1	1.59
12	ซัพ-พอร์ต sup-port เป็นตัวรองรับ พุง รับ (วิทย์ เทียงบุญธรรม, 2541: 859)		1	1.59
รวม			63	100

ตารางที่ 2

ตัวอย่างข้อความโฆษณาที่ปรากฏค่านามและคำกริยาภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล์ภาษาไทย

ค่านามภาษาอังกฤษ	
1.	กระชับทรงดีเยี่ยมโดยไม่อึดอัด สวมใส่ได้หลายสไตล์ สวมใส่แบบไขว้หลัง คล้องคอ หรือไร้สายก็ได้ (UNIQLO, 2562, 29 พฤศจิกายน)
คำกริยาภาษาอังกฤษ	
2.	ซัพพอร์ตทรงอกได้ดีในระหว่างออกกำลังกาย ทรงให้ดูสวยงามและลดการกระเพื่อม (UNIQLO, 2562a, 10 ธันวาคม)

2. การประสมคำ

ข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล์ภาษาไทย ปรากฏการใช้คำภาษาอังกฤษแบบประสมคำ 2 ลักษณะตามการ แทรกแซงหรือการยืมด้านไวยากรณ์ ได้แก่ การแทรกแซงหรือ การยืมด้านไวยากรณ์จากภาษาอังกฤษ โดยการลำดับหน่วยคำ

อิสระแบบส่วนขยายและส่วนหลัก จำนวนทั้งสิ้น 2 คำ และการ ลำดับหน่วยคำอิสระแบบส่วนหลักและส่วนขยายแบบภาษาไทย จำนวนทั้งสิ้น 4 คำ ได้แก่ หน่วยคำภาษาอังกฤษประสมกับหน่วย คำภาษาอังกฤษ จำนวน 2 คำ และหน่วยคำภาษาอังกฤษประสม กับหน่วยคำภาษาไทย จำนวน 2 คำ ดังนี้

ตารางที่ 3

คำภาษาอังกฤษที่ประสมกันตามการลำดับหน่วยคำอิสระแบบส่วนขยายและส่วนหลักจากการยืมด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ และการลำดับหน่วยคำอิสระแบบส่วนหลักและส่วนขยายแบบภาษาไทย ในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล์ภาษาไทย

คำประสมภาษาอังกฤษแบบส่วนขยายและส่วนหลักตามไวยากรณ์ภาษาอังกฤษและความหมาย		ความถี่/ค่าเฉลี่ย	
1	คัพดีไซน์ (cup design) - การออกแบบหรือแบบของส่วนเว้าบนของเสื้อชั้นในสตรีอันเป็นพื้นที่สำหรับเต้านมขณะสวมใส่	3	30
2	บราท็อป (bra top) - เสื้อชั้นในสตรีที่เป็นโครงสร้างอยู่ภายในเสื้อกล้ามอีกชั้นหนึ่ง	3	30
คำประสมภาษาอังกฤษแบบส่วนหลักและส่วนขยายตามไวยากรณ์ภาษาไทยและความหมาย		ความถี่/ค่าเฉลี่ย	
3	คัพบรา (bra cup) - ส่วนเว้าบนของเสื้อชั้นในสตรีอันเป็นพื้นที่สำหรับเต้านมขณะสวมใส่	1	10
4	ลุค캐ชวล (casual look) - เสื้อผ้าลักษณะธรรมดา ไม่เป็นทางการ	1	10
คำประสมระหว่างภาษาไทยกับภาษาอังกฤษแบบส่วนหลักและส่วนขยายตามไวยากรณ์ภาษาไทยและความหมาย		ความถี่/ค่าเฉลี่ย	
5	ผ้าคอตตอน (cotton) - ผ้าฝ้าย	1	10
6	สายบรา (bra strap) - สายเสื้อชั้นในสตรี	1	10
รวม		10	100

ตารางที่ 4

ตัวอย่างข้อความโฆษณาที่ปรากฏคำภาษาอังกฤษที่ประสมกันตามการลำดับหน่วยคำอิสระแบบส่วนขยายและส่วนหลักจากการยืมด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ และการลำดับหน่วยคำอิสระแบบส่วนหลักและส่วนขยายแบบภาษาไทยในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย

คำประสมภาษาอังกฤษแบบส่วนขยายและส่วนหลักตามไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ	
1.	ปรับดีไซน์คัพใหม่ให้กระชับสบายยิ่งขึ้น คัพดีไซน์ใหม่ที่สวมกระชับรับขนาดและทรงอกเพื่อความสบายที่สัมผัสได้ (UNIQLO, 2563, 15 กรกฎาคม)
คำประสมภาษาอังกฤษแบบส่วนหลักและส่วนขยายตามไวยากรณ์ภาษาไทย	
2.	สัมผัสสบายและให้ความสดชื่นได้ตลอดวัน พร้อมคัพบราที่ให้สัมผัสเย็นสบาย (UNIQLO, 2563, 27 มิถุนายน)
ประสมระหว่างภาษาไทยกับภาษาอังกฤษแบบส่วนหลักและส่วนขยายตามไวยากรณ์ภาษาไทย	
3.	ด้านนอกเป็นผ้าคอตตอน ด้านในเป็นแอริชีม แบบใหม่ สัมผัสสบายผิวในลุคแคชวล (UNIQLO, 2563, 3 มิถุนายน)

3. การใช้หน่วยประสานคำ

ศัพท์ การ- ในภาษาไทย มาประกอบเข้ากับคำกริยาภาษาอังกฤษ

ข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย

จำนวนทั้งสิ้น 1 คำ ดังนี้

ปรากฏการใช้คำภาษาอังกฤษแบบประสานคำนำหน้าหน่วย

ตารางที่ 5

คำกริยาภาษาอังกฤษที่ประสานคำนำหน้าหน่วยศัพท์ การ- ในภาษาไทย เพื่อสร้างเป็นคำประสานที่ใช้เป็นคำนามในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย

คำกริยาภาษาอังกฤษที่ประสานคำนำหน้าหน่วยศัพท์ การ- ในภาษาไทยและความหมาย		ความถี่/ค่าเฉลี่ย	
1	การซัพพอร์ต (supporting) - การรับ การพยุง ตัวรอง ตัวหนุน (วิทย์ เทียง บูรณธรรม, 2541: 859)	2	100
รวม		2	100

ตารางที่ 6

ตัวอย่างข้อความโฆษณาที่ปรากฏคำกริยาภาษาอังกฤษที่ประสานคำนำหน้าหน่วยศัพท์ การ- ในภาษาไทย เพื่อสร้างเป็นคำประสานที่ใช้เป็นคำนาม ในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย

คำกริยาภาษาอังกฤษที่ประสานคำนำหน้าหน่วยศัพท์ การ- ในภาษาไทย	
1.	ดีไซน์ไร้ตะเข็บพร้อมคัพในตัวเพื่อความกระชับเป็นพิเศษ ให้การซัพพอร์ต พร้อมทรงสวยอย่างเป็นธรรมชาติ (UNIQLO, 2562b, 10 ธันวาคม)

4. การตัดเสียงให้เข้ากับระบบเสียงพยัญชนะไทย โดยใช้เครื่องหมายทัณฑฆาต บทรูปพยัญชนะที่ไม่ออกเสียง

ข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล์ปรากฏการใช้คำภาษาอังกฤษแบบตัดเสียงให้เข้ากับระบบเสียงพยัญชนะ

ไทย โดยใช้เครื่องหมายทัณฑฆาต บทรูปพยัญชนะที่ไม่ออกเสียง 2 ชนิด ตามการจำแนกหน่วยเสียงพยัญชนะท้าย ได้แก่ การตัดหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายเดี่ยว จำนวนทั้งสิ้น 5 คำ และการตัดหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายประสม จำนวนทั้งสิ้น 2 คำ ดังนี้

ตารางที่ 7

คำภาษาอังกฤษแบบตัดหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายเดี่ยวและพยัญชนะท้ายประสมให้เข้ากับระบบเสียงพยัญชนะไทย โดยใช้เครื่องหมายทัณฑฆาต บทรูปพยัญชนะที่ไม่ออกเสียง ในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล์ภาษาไทย

คำภาษาอังกฤษที่ตัดหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายเดี่ยว และความหมาย		ความถี่/ค่าเฉลี่ย	
1	ดีไซน์ (design) - การออกแบบ แบบ (วิทยุ เทียงบูรณธรรม, 2541ข: 236)	22	64.70
2	คัพดีไซน์ (cup design) - การออกแบบหรือแบบของส่วนเว้าของเสื้อชั้นในสตรี อันเป็นพื้นที่สำหรับเต้านมขณะสวมใส่	3	8.83
3	สไตล์ (style) -รูปแบบ ลักษณะ วิธีการ (วิทยุ เทียงบูรณธรรม, 2541ข: 850)	3	8.83
4	แบรนด์ (brand) - เครื่องหมายการค้า ตรา ยี่ห้อ (วิทยุ เทียงบูรณธรรม, 2541ข: 100)	2	5.88
5	เลเยอร์ (layer) - ชั้น ระดับ สิ่งที่เป็นชั้น (วิทยุ เทียงบูรณธรรม, 2541ข: 506)	1	2.94
คำภาษาอังกฤษที่ตัดหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายประสมและความหมาย		ความถี่/ค่าเฉลี่ย	
6	การซัพพอร์ต (supporting) - การรับ การพยุง ตัวรอง ตัวหนุน (วิทยุ เทียงบูรณธรรม, 2541ข: 859)	2	5.88
7	ซัพพอร์ต (support) - เป็นตัวรอง พยุง รับ (วิทยุ เทียงบูรณธรรม, 2541ข: 859)	1	2.94
รวม		34	100

ตารางที่ 8

ตัวอย่างข้อความโฆษณาที่ปรากฏคำภาษาอังกฤษแบบตัดหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายเดี่ยวและพยัญชนะท้ายประสมให้เข้ากับระบบเสียงพยัญชนะไทย โดยใช้เครื่องหมายทัณฑฆาต บทรูปพยัญชนะที่ไม่ออกเสียง ในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล์ภาษาไทย

คำภาษาอังกฤษที่ตัดหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายเดี่ยว	
1.	ไอเทมที่สร้างขึ้นภายใต้ความร่วมมือกับ Princesse tam.tam แบรินด์ชุดชั้นในจากฝรั่งเศส (UNIQLO, 2563, 13 สิงหาคม)
คำภาษาอังกฤษที่ตัดหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายประสม	
2.	ดีไซน์ไร้ตะเข็บพร้อมคัพในตัวเพื่อความกระชับเป็นพิเศษให้การซัพพอร์ตพร้อมทรงสวยอย่างเป็นธรรมชาติ (UNIQLO, 2562, 11 ตุลาคม)

อภิปรายผล

งานวิจัยเรื่องการใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรีที่ห้อยนิโคล์ภาษาไทยสะท้อนปรากฏการณ์การใช้คำภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรีที่ห้อยนิโคล์ภาษาไทยในสภาพปัจจุบันในมุมมองด้านคำ การสร้างคำ และการยืมคำในภาษาโฆษณาอันเป็นภาษาเฉพาะกิจในบริบทสังคมและวัฒนธรรมไทย ดังนี้

1. การใช้แบบหน่วยคำอิสระ

คำว่า ดีไซน์ พบความถี่ในการปรากฏเป็นคำนามภาษาอังกฤษมากที่สุด จำนวน 22 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34.92 เนื่องจากประสงค์เน้นว่าการออกแบบหรือแบบของชุดชั้นในสตรีที่ห้อยนิโคล์มีหลากหลาย ตอบสนองความประสงค์ในการใช้งานตามกิจกรรมประจำวันหรือกิจกรรมที่แตกต่างไปจากกิจวัตรประจำวันของผู้บริโภคได้

ส่วนคำว่า ชัพพอร์ต เป็นการใช้นำคำกริยาภาษาอังกฤษเพียงคำเดียว เนื่องจากวัตถุประสงค์หลักของการสวมใส่เสื้อชั้นในสตรี คือ ช่วยพยุงเต้านมไม่ให้หย่อนคล้อยและลดการแกว่งตัวขณะเคลื่อนไหวร่างกาย ทั้งช่วยเสริมบุคลิกภาพ ช่วยให้บุคคลมั่นใจมากขึ้น (อดุลย์ รัตนวิจิตรศิลป์, 2553)

การใช้นำนามและคำกริยาภาษาอังกฤษแบบหน่วยคำอิสระดังตัวอย่างในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรีที่ห้อยนิโคล์ภาษาไทย สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องงานเขียนเบื้องต้น: โฆษณา (ทรงพรหม มณีวรรณ จุไรรัตน์ ลักษณะศิริ และชุมสาย สุวรรณชมภู, 2561: 29) ที่ว่า โฆษณาเป็นการให้ “ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ผู้ผลิตเสนอผ่านสื่อโฆษณาต่าง ๆ สู่มุขบริโภค เพื่อจูงใจใ้มน้าวให้ซื้อสินค้าหรือบริการนั้น” การใช้นำนามภาษาอังกฤษ คำว่า ดีไซน์ และการใช้คำกริยาภาษาอังกฤษ คำว่า ชัพพอร์ต จึงเป็น กลวิธีสร้างสรรค์โฆษณาและภาษาโฆษณา ที่มีพลังกระตุ้นผู้บริโภคสตรีให้สนใจได้ทันที ด้วยการใชภาษาที่เด่น แปลก และจำง่าย

2. การประสมคำ

การลำดับหน่วยคำอิสระแบบส่วนขยายและส่วนหลักตามการแทรกแซงหรือการยืมด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ พบความถี่ในการปรากฏมากที่สุด จำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 60 เนื่องจากเหตุผลทางจิตวิทยาที่ว่า ภาษาผู้ให้ (ความรู้ ความคิด วิทยาการ ฯลฯ) เป็นภาษาที่แสดงศักดิ์ศรีและฐานะทางสังคมสูงกว่าภาษาผู้รับ (ความรู้ ความคิด วิทยาการ ฯลฯ) (อนันต์ เหล่าเลิศวรกุล, 2553ก: 102) จึงเกิดการแทรกแซงภาษา (language

interference) หรือการยืมด้านไวยากรณ์ โดยเฉพาะจากภาษาอังกฤษ (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2555: 142-143)

การลำดับหน่วยคำอิสระแบบส่วนหลักและส่วนขยายแบบไวยากรณ์ภาษาไทย พบความถี่ในการปรากฏน้อยที่สุดจำนวน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40 ทั้งแบบการนำคำภาษาอังกฤษประสมกัน และแบบการนำหน่วยคำภาษาไทยประสมกับหน่วยคำภาษาอังกฤษ ซึ่งจัดเป็นการใช้คำยืมปนคำไทย (loan blending) เนื่องจากการสัมผัสภาษา ซึ่งหมายถึง “การใช้สองภาษาหรือหลายภาษาสลับกัน ทำให้ภาษาเหล่านั้นมีลักษณะซึ่งกันและกัน” (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2555: 136)

อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นการลำดับหน่วยคำอิสระแบบส่วนขยายและส่วนหลักตามการแทรกแซงหรือการยืมด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ หรือการลำดับหน่วยคำอิสระแบบส่วนหลักและส่วนขยายแบบไวยากรณ์ภาษาไทย ในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรีที่ห้อยนิโคล์ภาษาไทย ก็จัดเป็นการแปรด้านไวยากรณ์ (grammatical variation) “ที่ลักษณะหรือรูปแบบทางไวยากรณ์ต่างกันโดยไม่ทำให้ความหมายแก่นเปลี่ยน” (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2555: 4) และเป็นลักษณะหรือรูปแบบที่ไม่อาจตัดสินความถูกต้อง เนื่องจากการใช้คำภาษาอังกฤษซึ่งหมายรวมถึงคำประสมที่มีการลำดับคำแบบไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ เป็นลักษณะของภาษาโฆษณาอันเป็นภาษาเฉพาะกิจ เพื่อเรียกร่องความสนใจ หรือทำให้ผู้บริโภคจดจำได้ (ประคอง นิมนานเหมินทร์, 2555: 83) เจ้าของภาษาไทยย่อมมีสามัตถิยะสื่อสาร (communicative competence) กล่าวคือ รู้รูปแบบของไวยากรณ์ รู้รูปแบบภาษาที่เป็นที่ยอมรับของสังคม รู้รูปแบบภาษาที่เหมาะสม และรู้รูปแบบภาษาที่เคยมีบุคคลใช้ ซึ่งมีรากฐานอยู่บนความหลากหลายของภาษา (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2555: 7)

3. การใช้หน่วยประสานคำ

ข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรีที่ห้อยนิโคล์ภาษาไทย ปรากฏการใช้คำภาษาอังกฤษแบบประสานคำนำหน้าหน่วยศัพท์การ- ในภาษาไทย มาประกอบเข้ากับคำกริยาภาษาอังกฤษ เพียง 1 คำ ได้แก่ คำว่า การชัพพอร์ต เนื่องจาก หน่วยคำประสานเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างคำโดยประกอบคำกริยาเข้า เพื่อสร้างเป็นคำประสานที่ใช้เป็นคำนาม (อนันต์ เหล่าเลิศวรกุล, 2553ข: 12) ซึ่งในผลงานการวิจัยเรื่องการใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษใน

ข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย พบคำกริยาเพียงคำเดียว คือ คำว่า ซัพพอร์ต จึงเป็นเหตุให้พบการใช้หน่วยคำประธานที่เป็นคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทยเพียง 1 คำ

4. การตัดเสียงให้เข้ากับระบบเสียงพยัญชนะไทย โดยใช้เครื่องหมายทัณฑฆาต บทรูปพยัญชนะที่ไม่ออกเสียง

ข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย พบการตัดหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายเดี่ยว ว่าความถี่ในการปรากฏมากที่สุด จำนวน 31 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 91.18 และการตัดหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายประสม พบความถี่ในการปรากฏน้อยที่สุด จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.82 เนื่องจากหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายในภาษาอังกฤษจำนวนมากไม่มีในระบบเสียงภาษาไทย คำภาษาอังกฤษที่ยืมเข้ามาใช้ในภาษาไทยจึงมักมีการปรับเสียงให้เข้ากับระบบเสียงของภาษาไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตัดหน่วยเสียงพยัญชนะท้าย ด้วยการใส่เครื่องหมายทัณฑฆาตกำกับรูปเขียนบทรูปพยัญชนะที่ไม่ออกเสียงดังกล่าว เพื่อให้ออกเสียงได้สะดวกตามระบบเสียงภาษาไทย ซึ่งไม่ถึงกับทำให้การออกเสียงในแบบคำทับศัพท์เปลี่ยนแปลงไปมากนัก คนไทยส่วนใหญ่ยังเข้าใจตรงกันว่าคำเดิมในภาษาอังกฤษคือคำใด (วัลยา ช่างขวัญยืน และอนันต์ เหล่าเลิศวรกุล, 2553: 260-262)

การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่ปรากฏในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทยในภาพรวมยืนยัน

ให้เห็นคำยืมภาษาอังกฤษที่ปรากฏใช้ในภาษาไทยว่ามักเป็นคำหลายพยางค์ เมื่อไทยยืมคำภาษาอังกฤษมาใช้จึงทำให้ภาษาไทยมีคำหลายพยางค์มากขึ้น ไม่มีการเปลี่ยนแปลงรูปคำไปตามลักษณะยืมเข้ามาใช้ในภาษาไทย มีการปรับเสียงให้เข้ากับระบบเสียงภาษาไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตัดหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายเดี่ยวและหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายประสม นอกจากนี้ มีการใช้เสียงพยัญชนะต้นควบที่ไม่มีในระบบเสียงภาษาไทย เช่น หน่วยเสียง /br/ ในคำว่า แบรินด์ /brɛ:n/ ที่หมายถึง ตรา หรือยี่ห้อ (วิทย์ เทียงบุญธรรม, 2541ข: 100) ซึ่งลักษณะคำยืมภาษาอังกฤษในภาษาไทยในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทยดังกล่าว สะท้อนปรากฏการณ์การใช้คำภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดีในภาษาโฆษณาอันเป็นภาษาเฉพาะกิจในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

ควรศึกษาการใช้ภาษาลักษณะอื่น ๆ นอกเหนือไปจากการใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาเสื้อชั้นในสตรียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย เช่น การใช้หน่วยทางภาษาระดับคำในบริบทที่ต่างไปจากปกติ และการใช้หน่วยทางภาษาระดับประโยคที่ต่างไปจากปกติ อันสะท้อนให้เห็นปรากฏการณ์การใช้ภาษาเฉพาะกิจซึ่งเป็นทำเนียบภาษากลุ่มหนึ่งในสภาพปัจจุบัน

บรรณานุกรม

- จันจิรา จิตตะวิริยะพงษ์. (2546). *อิทธิพลภาษาต่างประเทศในภาษาไทย*. พัฒนาศึกษา.
- ทรงพรพรรณ มณีวรรณ จุไรรัตน์ ลักษณะศิริ และชุมสาย สุวรรณชมภู. (2561). *ประเภท โวหาร และการใช้ภาษาในงานเขียน*. ใน ภาณุจนา นาคสกุล และคณะ (บ.ก.), *บรรทัดฐานภาษาไทย เล่ม 5: กระบวนการคิดและการเขียนร้อยแก้ว*. สถาบันภาษาไทย สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- ประคอง นิมมานเหมินท์. (2555). *ภาษาเฉพาะกิจ*. ใน ประคอง นิมมานเหมินท์ และคณะ (บ.ก.), *บรรทัดฐานภาษาไทย เล่ม 4: วัฒนธรรมการใช้ภาษาไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สถาบันภาษาไทย สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- วัลยา ช่างขวัญยืน และอนันต์ เหล่าเลิศวรกุล. (2553). *คำยืมภาษาอังกฤษ*. ใน วัลยา ช่างขวัญยืน และคณะ (บ.ก.), *บรรทัดฐานภาษาไทย เล่ม 2: คำ การสร้างคำ และการยืมคำ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สถาบันภาษาไทย สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- วิทย์ เทียงบุญธรรม. (2541ก). *พจนานุกรมไทย-อังกฤษ* (ฉบับห้องสมุด). รวมสาส์น.

- _____. (2541ข.) พจนานุกรมอังกฤษ-ไทย (SE-ED'S MODERN ENGLISH-THAI DICTIONARY (COMPLETE & UPDATED) DESK REFERENCE EDITION. ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- อดุลย์ รัตนวิจิตรศิลป์. (2553, 26 มีนาคม). รอบรู้เรื่องใกล้ตัว: เลือู้ขึ้นใน. shorturl.asia/0hXYq
- อนันต์ เหล่าเลิศวรกุล. (2553ก). การยืมภาษา. ใน วัลยา ช่างขวัญยืน และคณะ (บ.ก.), บรรทัดฐานภาษาไทย เล่ม 2: คำ การสร้างคำ และการยืมคำ (พิมพ์ครั้งที่ 2). สถาบันภาษาไทย สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- _____. (2553ข). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคำ. ใน วัลยา ช่างขวัญยืน และคณะ (บ.ก.), บรรทัดฐานภาษาไทย เล่ม 2: คำ การสร้างคำ และการยืมคำ (พิมพ์ครั้งที่ 2). สถาบันภาษาไทย สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2555). การเปลี่ยนแปลงของภาษาไทยในบริบทสังคมและวัฒนธรรม. ใน ประคอง นิมนานเหมินท์ และคณะ (บ.ก.), บรรทัดฐานภาษาไทย เล่ม 4: วัฒนธรรมการใช้ภาษาไทย (พิมพ์ครั้งที่ 2). สถาบันภาษาไทย สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- _____. (2556). ภาษาศาสตร์สังคม (พิมพ์ครั้งที่ 5). โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Shopee. (2564, 25 มีนาคม). เลือู้ในตะขอหน้า ไร่โครง เสริมพองน้ำ เนือ้นิมสุด ๆ สายถอดได้นะคะ ลินค้าพร้อมส่ง B004. shorturl.asia/Ee7i1
- UNIQLO. (ม.ป.ป.า, 21 มกราคม). This is LifeWear. <https://www.uniqlo.com/th/corp/ourstory.html>.
- _____. (ม.ป.ป.บ, 21 มกราคม). OUR STORY. <https://www.uniqlo.com/th/corp/ourstory.html>
- _____. (2562, 11 ตุลาคม). WOMEN WIRELESS BRA (RELAX) [email]. จาก <https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm&ogbl#search/uniqlo/FMfcgxwDrLRLhRVNMcgzGFQBqLPqNWN>
- _____. (2562, 29 พฤศจิกายน). WOMEN WIRELESS BRA (MULTIWAY) [email]. จาก <https://mail.google.com/mail/u/0/#search/uniqlo/FMfcgxwDrvGtsfTdxnWPTsJqNmcGbxWT>
- _____. (2562a, 10 ธันวาคม). WOMEN WIRELESS BRA (ACTIVE) [email]. จาก <https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm&ogbl#search/uniqlo/FMfcgxwGCGzKNndmKpHgftfhZBGQWtMW>
- _____. (2562b, 10 ธันวาคม). WOMEN WIRELESS BRA (RELAX) [email]. จาก <https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm&ogbl#search/uniqlo/FMfcgxwGCGzKNndmKpHgftfhZBGQWtMW>
- _____. (2563, 3 มิถุนายน). WOMEN AIRism COTTON RIBBED BRA SLEEVELESS TOP [email]. จาก <https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=wm&ogbl#search/uniqlo/FMfcgxwHNgdjWStMKFWcKJqsXrmlLHhS>
- _____. (2563, 27 มิถุนายน). GIRLS AIRism BRATOP (CAMISOLE) [email]. จาก <https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=wm&ogbl#search/uniqlo/FMfcgxwJWXXVcpSlZWQXbjkRfLDfLLKq>
- _____. (2563, 15 กรกฎาคม). WOMEN WIRELESS BRA (BEAUTY LIGHT) [email]. จาก <https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=wm&ogbl#search/uniqlo/FMfcgxwJWrXJlGjghGSbhDclKTrtXnK>
- _____. (2563, 13 สิงหาคม). WOMEN PRINCESSE TAMTAM WIRELESS BRA (BEAUTY SOFT) [email]. จาก <https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm&ogbl#search/uniqlo/FMfcgxwJXLnsszDGPmfXxFKscFGdzMT>
- _____. (2563, 19 กันยายน). ALL ABOUT POLO เลือู้ไปโลหลากหลายแบบลีสันสดใส [email]. จาก <https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm&ogbl#search/uniqlo/FMfcgxwJXxpcttSwTsJHGSgzBgqfHvSK>