

การปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์

English Code–Mixing in Thai Appeared in Line Stickers

นิลบล ศรีเทพ^{1*} และ พนินทรา ธีรานนท์¹

Nilubon Srithep^{1*} and Phanintra Teeranont¹

¹ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา จังหวัดพะเยา 56000

¹ Faculty of Liberal Arts, University of Phayao, Phayao 56000

*Corresponding author: nilubon.wor@gmail.com

Received: March 1, 2025; Revised: May 19, 2025; Accepted: July 1, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์ รวมทั้งวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงชนิดของคำและความหมายของคำปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์ เก็บข้อมูลจากข้อความสติ๊กเกอร์ไลน์หมวดทางการและหมวดครีเอเตอร์ที่สร้างสรรค์โดยนักวาด ที่ได้รับความนิยม 30 อันดับแรก จำนวน 83 ข้อความ วิเคราะห์รูปแบบการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยในระดับคำและสำนวน โดยประยุกต์แนวทางของ อนุชิต ตูมณีจินดา และคณะ (2565) ประรณนา กาลนวกุล (2544) วิไลศักดิ์ กิ่งคำ (2550) และ Ho (2007) วิเคราะห์ชนิดของคำปนโดยเทียบความหมายตามพจนานุกรมไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 และ Cambridge English–Thai Online Dictionary ผลการศึกษาพบการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยในรูปแบบการทับศัพท์มากที่สุด รองลงมาคือ การใช้คำภาษาอังกฤษ การตัดคำ การซ้ำคำ การใช้คำย่อ และการใช้กลวิธีผสมผสาน ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ชนิดของคำและความหมายพบว่า คำปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยเป็นคำนามมากที่สุด รองลงมาคือ คำกริยา คำคุณศัพท์ คำอุทาน คำวิเศษณ์ คำบุพบท คำสรรพนาม และคำนำหน้านาม ด้านผลการวิเคราะห์หน้าที่ทางไวยากรณ์และความหมาย พบว่า คำปนภาษาอังกฤษมีการเปลี่ยนแปลงหน้าที่ทางไวยากรณ์รวมถึงมีการเปลี่ยนแปลงความหมายของคำเมื่อนำมาใช้ในบริบทของภาษาไทย

คำสำคัญ: การปนภาษา การปนภาษาอังกฤษในภาษาไทย สติ๊กเกอร์ไลน์

Abstract

This research aims to study the patterns of English–Thai code–mixing appearing in LINE stickers and analyze the changes in word types and meanings of English–mixed words in LINE stickers. Data were collected from messages in the official and creator categories of LINE stickers created by illustrators, selecting the top 30 most popular sets, totaling 83 messages. The study analyzed the characteristics of English–Thai code–mixing at the word and phrase levels by applying the frameworks of Anuchit Toomanijinda et al. (2022), Prathana Kalanuwakul (2001), Wilaisak Kingkham (2007), and Ho (2007). Analyze the types of mixed words by comparing their meanings according to the Royal Institute Dictionary 2011 and the Cambridge English–Thai Online Dictionary. The findings revealed that the most common form of English–Thai code–mixing was transliteration, followed by using English words, clipping,

reduplication, abbreviations, and hybridization strategies, respectively. The analysis of word types and meanings showed that English–mixed words in Thai were mostly nouns, followed by verbs and adjectives, while interjections, adverbs, prepositions, pronouns, and determiners were less frequent. Regarding the grammatical functions and semantic changes of English–mixed words in LINE stickers, the study found that these words underwent grammatical function shifts and semantic changes when used in the Thai language context.

Keywords: Code-mixing, English–Thai code-mixing, LINE stickers

บทนำ

การปนภาษา (code-mixing) เป็นปรากฏการณ์ทางภาษาที่เกิดขึ้นในสังคมที่มีการใช้ภาษามากกว่าหนึ่งภาษา โดยเฉพาะในบริบทที่มีการติดต่อทางวัฒนธรรมและการสื่อสารระหว่างกัน การปนภาษาเกิดขึ้นภายในประโยคโดยมีข้อจำกัดคือหลักเกณฑ์ทางไวยากรณ์และปัจจัยทางจิตวิทยาเชิงสังคมเป็นตัวขับเคลื่อนอันเนื่องมาจากการสัมผัสภาษาที่เกิดขึ้นในสังคมที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมโลกาภิวัตน์ Muysken (2000) กล่าวว่า การปนภาษา คือ การผสมผสานระหว่างสองภาษาหรือมากกว่านั้นในประโยคหรือบทสนทนาเดียวกัน มีการใช้คำศัพท์จากสองภาษาหรือหลายภาษาผสมกันในโครงสร้างที่เป็นธรรมชาติ โดยแบ่งประเภทของการปนภาษาออกเป็น 3 ลักษณะ คือ การแทรกคำ (Insertion) การสลับคำ (Alternation) และการเปลี่ยนแปลงคำ (Congruent Lexicalization – CL) ส่วน อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2548) อธิบายเกี่ยวกับการปนภาษา (code-mixing) ว่าเป็นการใช้คำของภาษาหนึ่งในบริบทของอีกภาษาหนึ่ง โดยแบ่งความหมายไว้ 2 รูปแบบ คือ ในความหมายกว้าง การปนภาษา หมายถึง การใช้ภาษาหนึ่งในทุกระดับหรือทุกรูปแบบปนกับอีกภาษาหนึ่งของผู้พูด และในความหมายแคบ หมายถึง การปนเฉพาะในระดับคำ หรือสำนวนเท่านั้นไม่รวมการพูดภาษาอื่นยาว ๆ สลับกับพูดภาษาของตน จึงเรียกคำที่ปนมาในภาษาว่า “คำปน” เช่น คอนเซ็ปต์ (concept) ไอเดีย (idea) ซึ่งการปนภาษาอยู่ในระดับคำ วลี หรือสำนวนเท่านั้น หากอยู่ในระดับประโยคจะถือว่าเป็นการสลับภาษา (code-switching) ส่วนการยืมภาษา (linguistic borrowing) นั้นเป็นกระบวนการที่คำอยู่ในระดับที่กลืนเข้ากับภาษาแม่มากกว่าคำปน โดยส่วนใหญ่คำยืมจะมีลักษณะของการปรับตัวเข้ากับระบบเสียงของภาษาแม่ และได้รับการยอมรับจนน่าบรรจุไว้ในพจนานุกรม เช่น เบรค คลัช อ็อกซิเจน เป็นต้น นอกจากนี้ งานของ รุ่งวิมล รุ่งโรจน์สุวรรณ (2566) ได้กล่าวถึงความแตกต่างระหว่างคำปนกับคำยืม ว่าคำปนจะพบลักษณะการเขียนหลายรูปแบบ มีการใช้รูปเขียนภาษาอังกฤษและในบางคำอาจมีการเปลี่ยนแปลงทางเสียงหรือมีคำเทียบเท่าภาษาไทยซึ่งเป็นลักษณะของคำยืมอยู่ด้วย ส่วนคำยืมจะมีการสร้างคำ มีการเปลี่ยนแปลงไวยากรณ์ มีปริมาณการปรากฏมากและมีการปรากฏในพจนานุกรม

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการปนภาษาข้างต้นทำให้เห็นว่าการปนภาษามีลักษณะการปนที่หลากหลายขึ้นอยู่กับโครงสร้างภาษา บริบทสังคมและวัฒนธรรมของผู้ใช้ภาษา มีการปนทั้งในระดับคำ วลี และประโยค ดังคำอธิบายของ Muysken (2000) ซึ่งแตกต่างจากการให้คำจำกัดความของ อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2548) ที่กล่าวว่าการปนภาษาจะอยู่ในระดับคำและวลีเท่านั้น หากเป็นการใช้ในประโยคจะนับว่าเป็นการสลับภาษา ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยพิจารณาเห็นว่าจากคำนิยามและคำอธิบายเกี่ยวกับลักษณะของการปนภาษาข้างต้นนั้น ในบริบทของภาษาไทยจะเกิดขึ้นในระดับคำ และวลี ส่วนการปรากฏในประโยคจะพิจารณาเป็นการสลับภาษา ดังที่ ประภัสสร สระโพธิทอง (2554) กล่าวถึงความแตกต่างระหว่างการปนภาษาและการสลับภาษาว่า การปนภาษาเป็นการนำคำภาษาอื่นเข้ามาปนเป็นครั้งคราวในการพูดกับอีกภาษาหนึ่ง ในการปนภาษานี้ผู้พูดอาจเริ่มต้นด้วยภาษาหนึ่งและสลับไปใช้อีกภาษาหนึ่งเป็นบางช่วงบางตอน ในขณะที่การสลับภาษาเป็นการสื่อสารที่ผู้พูดได้สองภาษาหรือมากกว่าสองภาษาขึ้นไป มีการใช้ภาษาต่าง ๆ เหล่านั้นสลับกันไปมา อาจมีการสลับกันในระดับสูงกว่าคำก็ได้ ส่วน นันทนา รณเกียรติ (2564) ศึกษาเรื่องอนาคตของการปน

ภาษาอังกฤษในภาษาไทย กล่าวถึงการปนภาษาว่าเป็นการนำเอาคำภาษาอังกฤษมาปนใช้ในภาษาไทยของผู้พูดคนไทย ส่วนการสลับภาษา หมายถึง การนำเอาภาษาอังกฤษในระดับประโยคหรือยาวกว่าประโยคมาใช้ในภาษาไทยของผู้พูดคนไทย

อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และคณะ (2563) กล่าวถึงการปนภาษาว่ามีการพบอย่างแพร่หลายในสังคมไทย โดยเฉพาะการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่พบได้ทั่วไปในสื่อต่าง ๆ รวมทั้งการสื่อสารในชีวิตประจำวัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของภาษาอังกฤษในบริบทสังคมไทยที่มีความเป็นสากลมากขึ้น แม้ว่าภาษาอังกฤษจะไม่ใช่วิชาการของประเทศไทยแต่ก็มีการใช้ภาษาอังกฤษมากทั้งในแวดวงการศึกษา ธุรกิจ การเมือง และการติดต่อสัมพันธ์กับต่างประเทศ อีกทั้งรัฐบาลไทยยังตระหนักถึงความสำคัญของภาษาอังกฤษซึ่งมีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารในระดับนานาชาติ ดังจะเห็นได้จากการที่ระบบการศึกษาของไทยปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการภาษาอังกฤษหลายด้าน ทั้งโรงเรียนรัฐและเอกชนต่างก็เปิดสอนชั้นเรียนพิเศษที่ใช้ภาษาอังกฤษในการเรียนการสอน (English program) มากขึ้น ในระดับอุดมศึกษามีการเปิดสอนหลักสูตรนานาชาติเพื่อเพิ่มโอกาสในการประกอบอาชีพและการศึกษาต่อแก่บัณฑิตในอนาคต ดังนั้นคนไทยจึงคุ้นเคยกับภาษาอังกฤษทั้งในด้านการสื่อสารอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ จะเห็นได้ว่าการนำคำภาษาอังกฤษมาใช้ปนในภาษาไทยทั้งภาษาพูดและภาษาเขียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการใช้ภาษาอังกฤษปนกับภาษาไทยในบทสนทนาในชีวิตประจำวันอย่างแพร่หลายดังที่เห็นได้จากสื่อออนไลน์ รายการโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ หลากหลายรูปแบบ การปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยไม่ได้เกิดขึ้นเพียงเพื่อการใช้คำศัพท์ที่ไม่มีในภาษาไทยเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของผู้ใช้ภาษา การศึกษาปรากฏการณ์นี้จึงมีความสำคัญทั้งในด้านภาษาศาสตร์เชิงโครงสร้างและการใช้ภาษาในสังคม เพื่อทำความเข้าใจรูปแบบ ลักษณะ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการปนภาษา ซึ่งจะช่วยให้เห็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของภาษาไทยในสังคมพหุภาษา

ในประเทศไทยมีผู้ศึกษาเกี่ยวกับการปนภาษา ดังเช่น นันทนา รณเกียรติ (2564) ศึกษาอนาคตของการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทย โดยการสำรวจทัศนคติของคนไทยที่มีต่อการใช้ภาษาอังกฤษปนกับภาษาไทยโดยแยกตามปัจจัยทางสังคมด้านเพศและอาชีพ พบว่าผู้ใช้นักศึกษามีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้ภาษาอังกฤษปนกับภาษาไทย โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอาชีพนักเรียนนักศึกษามีความชอบต่อการปนภาษาและการสลับภาษามากกว่ากลุ่มคนอาชีพอื่น เพศชาย เพศหญิงและเพศทางเลื่อมมีความชอบต่อการใช้การปนภาษาที่แตกต่างกัน ส่วนทัศนคติที่มีต่อการสลับภาษานั้นไม่แตกต่างกัน นอกจากการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยจะพบในภาษาพูดที่มักใช้ในชีวิตประจำวันแล้ว ยังสามารถพบได้ในภาษาเขียนอีกด้วย ดังเช่นในการศึกษาของ อนุชิต ตุ่มณีจินดา และคณะ (2565) เรื่องลักษณะการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่ใช้ในการสื่อสารของศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) พบการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยในหนังสือสั่งการของศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทั้งช่วงแรกของการระบาดในลักษณะของการอธิบายโรค กลไกการทำงานของภาครัฐ และช่วงหลังการระบาดจะมีการปนภาษาในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับมาตรการการรักษาและป้องกันโรคและยังคงใช้การปนภาษาในบริบทดังกล่าวมาจนถึงปัจจุบัน ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นพลวัตของภาษาที่มีการเปลี่ยนแปลงตามสภาพสังคมและมีการใช้ภาษาที่มีความซับซ้อนมากขึ้นโดยเป็นผลจากการพัฒนาเทคโนโลยีทางการสื่อสาร สังคมโลกที่มีความเป็นสังคมพหุภาษาและด้วยสถานการณ์จากภาวะวิกฤตของโรคอุบัติใหม่ที่ยังไม่มีรูปแบบมารองรับ ทำให้ภาษาอังกฤษมีบทบาทสำคัญที่ช่วยในการสื่อสารของคนที่ใช้ภาษาต่างกันได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ในต่างประเทศ Fanani and Ma'u (2018) ศึกษาการสลับภาษาและการปนภาษาอังกฤษกับภาษาอินโดนีเซียในชั้นเรียนภาษาอังกฤษ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายประเภทและปัจจัยที่ทำให้เกิดการสลับภาษาและการปนภาษา กลุ่มตัวอย่างคือครูที่สอนนักเรียนในระดับประถมศึกษาในประเทศอินโดนีเซีย ผลการศึกษาพบว่าการสลับภาษาระหว่างประโยค การสลับภาษาภายในประโยค และการสลับภาษาแบบตัววลี ส่วนการปนภาษานั้นพบการแทรกคำ การสลับคำ

และการสร้างคำศัพท์ที่สอดคล้องกัน ส่วนปัจจัยที่ทำให้เกิดการสลับภาษาและการปนภาษานั้นเกิดจากอุปนิสัยในการพูด การใช้คำปนแทนคำเฉพาะที่ยังไม่มีคำใดใช้แทนได้ และการต้องการสร้างความประทับใจว่าผู้พูดเป็นคนทันสมัย จะเห็นว่าการปนภาษาและการสลับภาษาอังกฤษในภาษาอื่นนั้นเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาแต่อาจจะมีแตกต่างกันในลักษณะและเหตุผลของการปนภาษา

แอปพลิเคชันไลน์ (Line) เป็นแอปพลิเคชันสื่อสารและส่งข้อความที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยเพราะมีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลายทั้งการพิมพ์ข้อความ การส่งรูปภาพ การโทรแบบปกติและการโทรแบบวิดีโอคอล โดยที่ทุกอย่างสามารถกระทำได้อย่างรวดเร็ว สติกเกอร์ไลน์เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่คนไทยนิยมใช้ในการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันไลน์ เนื่องจากเป็นการสื่อสารแทนคำพูดโดยไม่ต้องพิมพ์ข้อความขนาดยาว ภาพสติกเกอร์และข้อความสามารถสื่อถึงอารมณ์ได้แทบทุกกิจกรรมในชีวิตประจำวัน ทำให้การสื่อสารมีสีสันและมีชีวิตชีวามากขึ้น ณัชชนนท์ ทองแพง (2560) ศึกษาภาพตัวแทนความเป็นไทยผ่านสติกเกอร์ไลน์ พบว่าความเป็นไทยถูกนำเสนอในรูปแบบของภาษา โดยวัจนภาษามักนำเสนอภาษาวัยรุ่น มีการใช้ภาษาทับศัพท์ภาษาอื่น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการยอมรับภาษาอื่นมาใช้ร่วมกับภาษาไทย ด้านอวัจนภาษามักนำเสนอการแสดงอารมณ์ความรู้สึกด้วยการแสดงสีหน้าผ่านตัวละครเพศหญิง ทำสีผสมสวมชุดกระโปรงสั้นซึ่งแสดงให้เห็นวิถีชีวิตสมัยใหม่ นอกจากนี้ยังมีงานของ มนธิชา ก้องวุฒิเวช และปณิธาน บรรณาธรรม (2562) พบลักษณะที่น่าสนใจของสติกเกอร์ไลน์ว่ามีลักษณะการใช้ภาษาที่หลากหลาย เช่น การใช้เครื่องหมาย การเปลี่ยนแปลงรูปเขียน การใช้ภาษาพูด การแสดงความสุภาพ และการใช้คำทับศัพท์ อีกทั้งมีลักษณะการใช้งานที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้จนทำให้สติกเกอร์ไลน์เป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการแสดงอารมณ์ความรู้สึก การบอกรัก คำถาม การตอบรับ คำชมเชย การแหย่ความนัย การขอร้องและเชิญชวน นอกจากนี้ยังพบการใช้คำภาษาต่างประเทศในรูปแบบของคำภาษาต่างประเทศและคำทับศัพท์เป็นจำนวนมากโดยเฉพาะคำภาษาอังกฤษ รองลงมาคือภาษาจีน ญี่ปุ่น และภาษาเกาหลี การใช้สติกเกอร์อย่างแพร่หลายดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่าคนในสังคมให้ความสนใจในการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารมากขึ้น

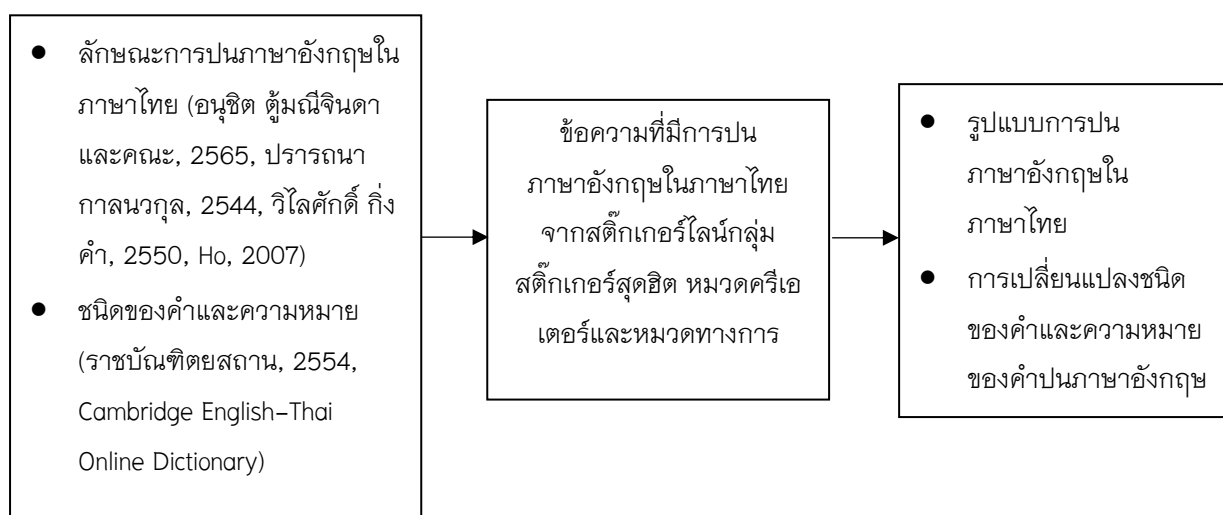
จากการสำรวจของผู้วิจัยพบว่าสติกเกอร์ที่ปรากฏในแอปพลิเคชันไลน์ มีการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทย เช่น จะเกรซี่, พร่อมเปย์, เปย์รัว ๆ, ไหว้มายก๊อด, have แต่แนวมาให้ think, ปวด head กลุ้ม heart, แต่ละมือแต่ละ day, OK ค่ะ, มอร์นิงค่ะ, เทคแคร์นะคะ ฯลฯ ซึ่งการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสติกเกอร์ไลน์ในปัจจุบันมักเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการตลาด การออกแบบ หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เช่น การออกแบบสติกเกอร์ไลน์บนแอปพลิเคชันไลน์ “ฟาร์มเจ้าคุณ By KMUTL” (ฉัตรแก้ว มาสุโมโตะ และ รัตตมา รัตนวงศา, 2564) การพัฒนาสติกเกอร์ไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ของชุมชนเมืองมะดัน จังหวัดนครนายก (ปรีชญา ทองชุม และปรีญา สมพีช, 2566) การศึกษาเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสติกเกอร์ไลน์ผ่านไลน์สโตร์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ปดินท์ รัตนจาริต และ สมชาย เล็กเจริญ, 2567) ด้านการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษามีการศึกษาเรื่อง ภาพตัวแทนความเป็นไทยผ่านสติกเกอร์ไลน์ (ณัชชนนท์ ทองแพง, 2560) การสื่อสารความหมายของสติกเกอร์ไลน์บนไลน์แอปพลิเคชันและมุมมองของผู้ใช้บริการเพื่อนำไปสู่การจัดตั้งธุรกิจสติกเกอร์ไลน์ (ภาวิณ เฝ้าจินดา, 2561) การเปลี่ยนแปลงของเสียงที่สะท้อนตามเสียงพูดแบบมีข้อจำกัด ในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทย (จอมขวัญ สุทธิพนธ์, 2563) การวิเคราะห์วัตถุดิบประสงคของการสื่อสารและลักษณะภาษาที่ใช้ในสติกเกอร์ของแอปพลิเคชันไลน์ (สรศักดิ์ เชี่ยวชาญ, 2565) เป็นต้น ส่วนการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการปนภาษาในสติกเกอร์ไลน์ในประเทศยังไม่พบทั้งที่มี การปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยปรากฏในสติกเกอร์ไลน์ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน

ด้วยเหตุดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาว่าการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่ปรากฏในสติกเกอร์ไลน์มีรูปแบบโดยรวมถึงการเปลี่ยนแปลงชนิดของคำและความหมายของคำภาษาอังกฤษที่ปนในภาษาไทยในสติกเกอร์ไลน์ เพื่อนำข้อค้นพบมาวิเคราะห์ความหมายของคำในบริบทต่าง ๆ ที่อาจจะสะท้อนให้เห็นความคิดของผู้ใช้ภาษาที่เลือกใช้วิธีการสื่อสารผ่านสติกเกอร์ด้วยถ้อยคำเหล่านี้แทนการพิมพ์ข้อความแบบปกติหรือการเลือกใช้เพียงภาษาใดภาษาหนึ่ง

วัตถุประสงค์

1. ศึกษารูปแบบการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่ปรากฏในสติกเกอร์ไลน์
2. วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงชนิดของคำและความหมายของคำปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่ปรากฏในสติกเกอร์ไลน์

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นกรอบแนวคิดในการศึกษาการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยในสติกเกอร์ไลน์ การศึกษานี้ใช้แนวคิดการวิเคราะห์ลักษณะการปนภาษาโดยสังเคราะห์จากแนวคิดของอนุชิต ตุ่มณีจินดา และคณะ (2565) ปรารธนา กาลนวนกุล (2544) วิไลศักดิ์ กิ่งคำ (2550) และ Ho (2007) ได้รูปแบบการสังเคราะห์ลักษณะการปนภาษา 6 ลักษณะ ได้แก่ 1) การใช้คำภาษาอังกฤษ 2) การทับศัพท์ภาษาไทย 3) การตัดคำ 4) การใช้คำย่อ 5) การซ้ำคำ และ 6) การใช้กลวิธีผสมผสาน ผู้วิจัยนำคำปนมาตรวจสอบชนิดของคำและวิเคราะห์ความหมายตามที่ปรากฏในบริบท โดยยึดความหมายตามพจนานุกรมไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 และ Cambridge English–Thai Online Dictionary การศึกษานี้เก็บข้อมูลสติกเกอร์ไลน์จากกลุ่มสติกเกอร์สุดฮิต หมวดครีเอเตอร์และหมวดทางการ ที่อยู่ในเว็บไซต์ Line Store โดยคัดเลือกข้อความที่มีการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทย มาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์ผลเมื่อสิ้นสุดการศึกษาวิจัย ผลการศึกษาจะพบ 1) รูปแบบการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทย และ 2) การเปลี่ยนแปลงชนิดของคำและความหมายของคำปนภาษาอังกฤษ

วิธีการศึกษา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ สติกเกอร์ในเว็บไซต์ Line Store เป็นสติกเกอร์ที่จัดอันดับความนิยม 30 อันดับแรก แบ่งเป็น สติกเกอร์ไลน์หมวดทางการ จำนวน 30 ชุด ๆ ละ 24 ข้อความ รวมเป็น 720 ข้อความ และสติกเกอร์หมวดครีเอเตอร์ที่สร้างสรรค์โดยนักวาด จำนวน 30 ชุด ๆ ละ 40 ข้อความ รวมเป็น 1,200 ข้อความ รวมจำนวนสติกเกอร์ไลน์ทั้งสิ้น 1,920 ข้อความ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สติกเกอร์ในแอปพลิเคชันไลน์ที่มีการป้อนภาษาอังกฤษในภาษาไทย ที่จัดอันดับความนิยม 30 อันดับแรก จากหมวดทางการและหมวดครีเอเตอร์ที่สร้างสรรค์โดยนักวาด รวมจำนวนทั้งสิ้น 83 ข้อความ ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยเก็บข้อมูลสติกเกอร์ทุกวัน ตั้งแต่วันที่ 29 ธันวาคม 2567 ถึง 25 มกราคม 2568 รวม 4 สัปดาห์ จากเว็บไซต์ Line Store ที่ผู้ใช้ทุกคนสามารถเข้าไปดูข้อความได้โดยไม่เสียค่าบริการ ผู้วิจัยเลือกข้อความที่มีการป้อนภาษาอังกฤษในภาษาไทย ทั้งในลักษณะที่เป็นคำที่เขียนเป็นภาษาอังกฤษ อักษรย่อ และคำที่เขียนทับศัพท์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสติกเกอร์ไลน์เพื่อนำข้อความมาคัดเลือกและวิเคราะห์ข้อมูล มีการดำเนินการดังต่อไปนี้

1. เก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ Line Store โดยเลือกข้อความสติกเกอร์ไลน์ที่มีการป้อนของภาษาอังกฤษในภาษาไทย เช่น แต่ละมือแต่ละ Day, Have แต่แนวมาให้ Think โอ้ย, ภูละปวต Head กลุ่ม Heart, ภูจะเครซี่, มาตี๋ม มาตริ๊งค์ เป็นต้น โดยไม่นับข้อความที่มีเฉพาะภาษาอังกฤษทั้งที่เป็นอักษรภาษาอังกฤษและคำภาษาไทยที่ทับศัพท์ เช่น Good morning, Hello, เอนอร์จี้ ๆ เนื่องจากไม่มีการใช้ปนกับภาษาไทยในบริบทนั้น
2. ตรวจสอบคำภาษาอังกฤษที่เขียนเป็นภาษาไทยหรืออยู่ในลักษณะคำทับศัพท์ในพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 หากพบคำใดที่ได้บัญญัติเขียนเป็นคำไทยไว้เรียบร้อยแล้ว เช่น คำว่า “แฮม” “แอลกอฮอล์” “คิว” จะไม่นับว่าเป็นการป้อนภาษาอังกฤษและจะไม่นำคำเหล่านั้นมาวิเคราะห์เพราะถือว่าเป็นคำยืม
3. บันทึกข้อความในตาราง หากข้อความใดซ้ำกันจะไม่นับซ้ำ ไม่ว่าจะเป็นการสะกดที่ตรงกันหรือไม่ตรงกันก็ตาม เช่น มอนิ่ง มอร์นิ่ง นอยด์อ่า นอยอ่า จากนั้นนำข้อความทั้งหมดไปวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. การวิเคราะห์รูปแบบการป้อนภาษาอังกฤษกับภาษาไทย ผู้วิจัยนำข้อความมาวิเคราะห์รูปแบบการป้อนภาษา โดยการประยุกต์แนวคิดของของอนุชิต ตุ่มณีจินดา และคณะ (2022) ประรณนา กาลนวกุล (2544) วิไลศักดิ์ กิ่งคำ (2550) และ Ho (2007) ประกอบด้วย 1) การใช้คำภาษาอังกฤษ 2) การทับศัพท์ 3) การตัดคำ 4) การใช้คำย่อ 5) การซ้ำคำ และ 6) การใช้กลวิธีผสมผสาน บันทึกข้อมูลลงในตารางพร้อมระบุลักษณะการป้อนของภาษา
2. การวิเคราะห์ชนิดของคำและความหมายของคำป้อนภาษาอังกฤษในภาษาไทยในสติกเกอร์ไลน์
 - 2.1 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงชนิดของคำ ผู้วิจัยนำข้อมูลมาจำแนกชนิดของคำภาษาอังกฤษและภาษาไทยเพื่อวิเคราะห์การป้อนภาษาอังกฤษในภาษาไทย และเปรียบเทียบชนิดของคำระหว่างหน้าที่ของหมวดคำภาษาอังกฤษและหน้าที่ของคำภาษาไทย โดยการจำแนกชนิดของคำภาษาไทย ยึดตามหลักสูตรแกนกลางศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 สำนักพิมพ์กระทรวงศึกษาธิการ ที่ใช้การจำแนกชนิดของคำของพระยาอุปกิตศิลปสาร มีชนิดของคำ 7 ชนิด ได้แก่ คำนาม คำสรรพนาม คำกริยา คำวิเศษณ์ คำบุพบท คำสันธาน และคำอุทาน ด้านการจำแนก

ชนิดของคำภาษาอังกฤษ มีการตรวจสอบชนิดของคำภาษาอังกฤษจาก Cambridge English–Thai Online Dictionary ประกอบด้วยคำ 8 ชนิด ได้แก่ คำนาม คำสรรพนาม คำกริยา คำคุณศัพท์ คำวิเศษณ์ คำบุพบท คำสันธาน และคำอุทาน

2.2 การวิเคราะห์ความหมายของคำภาษาอังกฤษที่ปนกับภาษาไทย โดยเทียบกับพจนานุกรม ดังนั้นหากพจนานุกรมระบุชนิดของคำได้ไว้มากกว่า 1 ชนิด ผู้วิจัยจะพิจารณาบริบทของข้อความและพาสติกเกอร์ที่คำนั้นปรากฏว่าเป็นคำชนิดใด จากนั้นจึงบันทึกข้อมูลลงในตารางเพื่อแจกแจงชนิดของคำที่ใช้ในการปนภาษาอังกฤษเมื่อใช้ในภาษาไทย เช่น “เอ็นจอยครับ” คำว่า “เอ็นจอย” หรือ “enjoy” เป็นคำกริยา ดังนั้นเมื่อปรากฏในข้อความสติกเกอร์ “เอ็นจอยครับ” จึงมีหน้าที่เป็นกริยาเช่นเดียวกัน

การนำเสนอผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีการนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ ประกอบด้วยตารางแสดงข้อมูลและการอธิบายตาราง ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ ผลการวิเคราะห์รูปแบบการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยในสติกเกอร์ไลน์ ผลการวิเคราะห์ชนิดของคำปนภาษาอังกฤษในสติกเกอร์ไลน์ และผลการวิเคราะห์ความหมายและหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำปนภาษาอังกฤษในสติกเกอร์ไลน์ พรรณนาวิเคราะห์ได้ตาราง แสดงตัวอย่างคำ วลี และข้อความที่มีการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยอย่างละเอียด รวมทั้งเขียนอภิปรายผลโดยยกตัวอย่าง ให้เหตุผลประกอบ และการอ้างอิงถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยในสติกเกอร์ไลน์ จากการวิเคราะห์ข้อความสติกเกอร์ที่ได้รับความนิยม 30 อันดับแรกในเว็บไซต์ Line Store หมวดทางการและหมวดครีเอเตอร์ที่สร้างสรรค์โดยนักวาด จำนวน 83 ข้อความ โดยการวิเคราะห์รูปแบบการปนภาษา ชนิดของคำและความหมาย พบผลการศึกษา ดังนี้

1. รูปแบบการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่ปรากฏในสติกเกอร์ไลน์

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยในสติกเกอร์ไลน์

ที่	รูปแบบการปนภาษา	จำนวน (ข้อความ)	ร้อยละ
1.	การทับศัพท์ภาษาไทย	46	55.42
2.	การใช้คำภาษาอังกฤษ	18	21.69
3.	การตัดคำ	10	12.05
4.	การซ้ำคำ	4	4.82
5.	การใช้คำย่อ	3	3.61
6.	การใช้กลวิธีผสมผสาน	2	2.41
รวม		83	100

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์รูปแบบการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยในสติกเกอร์ไลน์ ซึ่งพบการทับศัพท์ภาษาไทยมากที่สุด รองลงมาคือการใช้คำภาษาอังกฤษ การตัดคำ การซ้ำคำ การใช้คำย่อ และการใช้กลวิธีผสมผสานตามลำดับ ตัวอย่างรูปแบบการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่พบในสติกเกอร์ไลน์ ทั้ง 6 รูปแบบ มีรายละเอียดดังนี้

1. การทับศัพท์ภาษาไทย เป็นการเขียนคำภาษาอังกฤษนั้นด้วยอักษรภาษาไทย ถึงแม้ว่าคำภาษาอังกฤษจะมีระบบเสียงแตกต่างจากระบบเสียงภาษาไทย ผู้ใช้ได้ปรับคำให้เข้ากับเสียงของภาษาไทยด้วย เช่น กู๊ดบายค่ะ, กัดไลค์, ซอร์รี่จ้า, ไม่ให้ฮือฮาดูได้ใจ นรกลงเข้าประกวด, มาตี๋มมาตริ๊งค์, แต่งค์ก๊วค่ะ, เม้าท์ฉ่ำ, ขอให้ได้โบนัสนักก่อนโตค่ะ, ตรูจะเครซี่!, คอนเฟิร์มค่ะ, ร่างกายต้องการคาเฟอีน, บริพอย่างเอาอิกอย่าง, แต่ละมือแต่ละเคย์ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าลักษณะการเขียนทับศัพท์นั้นมีการถ่ายเสียงและถ่ายอักษรไทยให้ผู้สามารถใช้สามารถออกเสียงได้ใกล้เคียงกับภาษาอังกฤษมากที่สุด ด้านการสะกดคำนั้นมีความแตกต่างกันออกไปโดยที่การสะกดของคำบางคำไม่ได้สะกดตามหลักเกณฑ์การทับศัพท์ของราชบัณฑิตยสถาน เช่น คำว่า morning พบการเขียนทับศัพท์ เป็น มอริ่ง และ มอนิ่ง เป็นต้น

2. การใช้คำภาษาอังกฤษ เป็นการใช้อักษรภาษาอังกฤษปนกับภาษาไทย เช่น Like เลย, Hello สวัสดีค่ะ, Take care นะ, พร้อม Pay, ปวด Head กลุ้ม Heart, แต่ละมือแต่ละ Day, รัก You ค่ะ, Bye! ไว้คุยกันใหม่นะ เป็นต้น โดยแต่ละข้อความจะมีทั้งภาษาอังกฤษก่อนภาษาไทย เช่น “Like เลย” หมายถึง “ชอบเลย” “Take care นะ” หมายถึง “ดูแลตัวเองนะ” และภาษาไทยตามด้วยภาษาอังกฤษ เช่น “พร้อม Pay” หมายถึง “พร้อมจ่าย” “ปวด Head กลุ้ม Heart” หมายถึง “ปวดหัวกลุ้มใจ” ซึ่งการใช้อักษรภาษาอังกฤษที่พบในสติกเกอร์ไลน์นั้นมีทั้งแบบตัวพิมพ์ใหญ่ทั้งหมด ตัวพิมพ์เล็กทั้งหมด และการขึ้นต้นด้วยตัวอักษรแรกด้วยตัวพิมพ์ใหญ่

3. การตัดคำ เป็นการตัดคำปนภาษาอังกฤษให้สั้นลง เช่น “เปลืองเน็ต” คำว่า “เน็ต” ตัดมาจากคำว่า internet “น้อยดีแล้ว” คำว่า “น้อยดี” ตัดมาจากคำว่า “paranoid” “โลกสวยเวอร์” คำว่า “เวอร์” ตัดมาจากคำว่า “over” “ติดแกลม” ตัดมาจากคำว่า “glamorous” “Congrats ยินดีด้วยนะค่ะ” ตัดมาจากคำว่า “congratulations” เป็นต้น โดยการตัดคำพบทั้งการตัดคำส่วนหน้า เช่น internet-net (เน็ต), paranoid – noid (น้อยดี), over – ver (เวอร์) และการตัดคำส่วนหลังแล้วใช้คำพยางค์แรก เช่น glamorous – glam (แกลม), congratulations – congrats เป็นต้น

4. การใช้คำย่อ ดังเช่นข้อความ “OK ค่ะ” คำว่า “OK” มาจากคำว่า “Oll Korrekt” ที่เป็นคำแสลงในทศวรรษที่ 1800 ที่สะกดคำว่า “All Correct” เป็น “Oll Korrekt” หมายถึง “ได้ค่ะ” ข้อความ “HNY ย้อนหลังนะ” คำย่อ “HNY” มาจากคำว่า “Happy New Year” หมายถึง สุขสันต์วันปีใหม่ และข้อความ “ทำโอทีค่ะ” คำย่อ “โอที หรือ OT” ย่อมาจากคำว่า Over Time หมายถึง ทำงานล่วงเวลา การใช้คำย่อในสติกเกอร์ไลน์พบทั้งคำย่อที่เป็นไปตามหลักการย่อคำและเป็นคำที่ยอมรับและใช้ทั่วไปเช่น OK กับ OT และพบทั้งคำย่อที่ใช้เพื่อความกระชับ ประหยัดพื้นที่หรืออาจด้วยเหตุผลของความสะดวก เช่น HNY

5. การซ้ำคำ เป็นการใช้คำภาษาอังกฤษทั้งในรูปของการทับศัพท์โดยใช้อักษรภาษาไทยหรือการใช้อักษรภาษาอังกฤษ หรือทั้งสองรูปแบบ ตัวอย่างการใช้ซ้ำกันในข้อความ เช่น “ไป...go go!” “โนสนโนแคร์” “จอยจอยค่า” “Bye Bye เดินทางปลอดภัยน้า” เป็นต้น

6. การใช้กลวิธีผสมผสาน เป็นการใช้การปนภาษาหลายลักษณะร่วมกัน เช่น “ช็อตฟิลมาก” เป็นการผสมผสานลักษณะ ตัดคำและทับศัพท์ + ทับศัพท์ ซึ่งคำว่า ช็อต ตัดคำจากกริยา short-circuit (ไฟฟ้าลัดวงจร) ทั้งยังเขียนทับศัพท์ภาษาไทย มาใช้ร่วมกับคำว่า ฟิล เป็นคำทับศัพท์จากคำว่า feel (ความรู้สึก) อีกตัวอย่างหนึ่งคือ “แชร์โลให้แล้วนะ” เป็นการผสมผสานลักษณะ ทับศัพท์ + ตัดคำ โดย แชร์ ทับศัพท์จากคำว่า share (แบ่งปัน) ส่วน โล ตัดมาจากคำว่า location (ตำแหน่ง, ที่ตั้ง)

2. ผลการวิเคราะห์คำและความหมายของคำปณภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่ปรากฏในสติกเกอร์ไลน์

2.1 ชนิดของคำปณภาษาอังกฤษในภาษาไทยในสติกเกอร์ไลน์

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ชนิดของคำปณภาษาอังกฤษในภาษาไทยในสติกเกอร์ไลน์

ที่	ชนิดของคำปณภาษาอังกฤษ	จำนวน (คำ)	ร้อยละ
1.	คำนาม	38	45.79
2.	คำกริยา	26	31.32
3.	คำคุณศัพท์	7	8.43
4.	คำอุทาน	5	6.02
5.	คำวิเศษณ์	3	3.61
6.	คำบุพบท	2	2.41
7.	คำสรรพนาม	1	1.21
8.	คำนำหน้านาม	1	1.21
	รวม	83	100

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ชนิดของคำปณภาษาอังกฤษในสติกเกอร์ไลน์ พบคำนามมากที่สุด รองลงมาคือ คำกริยา คำคุณศัพท์ คำอุทาน คำวิเศษณ์ คำบุพบท คำสรรพนามและคำนำหน้านาม ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ชนิดของคำปณภาษาอังกฤษพบชนิดของคำหลายชนิด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. **คำนาม** คือ คำที่ใช้เรียกรวมสิ่งทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม พบจำนวนมากที่สุด พบทั้งคำที่ใช้ภาษาอังกฤษ คำทับศัพท์ และคำย่อ เช่นคำว่า “จ๊อบ” (job) – งาน, “มาร์ท” (mouth) – ปาก, “จอย” (joy) – ความสุขสันต์, “เลิฟ” (love) – ความรัก, “รีวิว” (review) – บทวิจารณ์, และ “โอที” (OT – Over Time) – ล่วงเวลา เป็นต้น

2. **คำกริยา** คือ คำที่ใช้แสดงอาการหรือการกระทำ พบจำนวน 25 คำ โดยพบทั้งคำที่ใช้ภาษาอังกฤษ และทับศัพท์ เช่น “ไลค์” (like) – ชอบ, “ดริงค์” (drink) – ดื่ม, “แคร์” (care) – ดูแล ห่วงใย เอาใจใส่, “ฮีล” (heal) – รักษา เยียวยา, “เอ็นจอย” (enjoy) – สนุก, “เก็ต” (get) – ได้รับ เข้าใจ, “pay” – จ่าย, “have” – มี, “update” – ทำให้ทันสมัย, และ “go go” – ไปไป เป็นต้น

3. **คำคุณศัพท์** คือ คำที่ใช้ขยายคำนามเพื่อบอกคุณภาพ คุณสมบัติ และคุณลักษณะของคำนาม พบจำนวน 6 คำ เป็นคำปณลักษณะคำทับศัพท์และตัดคำ ได้แก่ “เครซี่” (crazy) – บ้า, “เบสิค” (basic) – พื้นฐาน ธรรมดา, “ชัวร์” (sure) – เชื่อมั่น แน่ชัวร์ มั่นใจ, “ฮอต” (hot) – ร้อน, “นอยด์” (ตัดคำมาจาก paranoid) – หวาดระแวง, และ “แกลม” (ตัดคำมาจาก glamorous) – มีเสน่ห์ น่ามอง เป็นต้น

4. **คำอุทาน** คือ คำที่ใช้เพื่อแสดงอารมณ์หรือความรู้สึกต่าง ๆ เช่นการใช้คำอุทานแสดงความดีใจ ตกใจ ตื่นเต้น ประหลาดใจ ความเจ็บปวด เสียใจ แม้กระทั่งการใช้คำอุทานเพื่อเรียกหรือทักทาย ได้แก่ “Hello!”, “Bye!”, “Wow”, “Ok!”, “Yay yay!” ดังปรากฏในสติกเกอร์ “Hello! สวัสดีค่ะ”, “Bye! ไว้คุยกันใหม่นะ”, “มัน Wow มาก” “Ok ค่ะ”, “Yay yay ดีใจจัง”

5. **คำวิเศษณ์** คือ คำที่ใช้ประกอบหรือขยายคำนาม สรรพนาม คำกริยา หรือคำวิเศษณ์ พบคำปณที่เป็นการใช้คำทับศัพท์และการตัดคำ ได้แก่ “ออลเดอะไทม์” (all the time) – ตลอดเวลา, “โน” (no) – ไม่, “เวอร์” (ตัดคำมาจาก over) – มากเกินไป

6. **คำบุพบท** คือ คำที่ใช้แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคำหรือประโยคเพื่อให้รู้ว่าคำหรือประโยคที่อยู่หลังบุพบทนั้นมีหน้าที่เกี่ยวข้องกับคำที่อยู่ข้างหน้าอย่างไร เช่น แก่ แต่ ต่อ ด้วย จาก ใน บน ได้ เป็นต้น ซึ่งในงานวิจัยนี้พบเพียงการใช้แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคำ ได้แก่ อิน (in) – ใน และ ดาวน์ (down) – ลง

7. **คำสรรพนาม** คือ คำที่ใช้เรียกแทนคำนาม ซึ่งในงานวิจัยนี้พบเพียงบุรุษสรรพนาม เป็นสรรพนามใช้แทนผู้พูด ผู้ฟัง และผู้ที่กล่าวถึง ได้แก่ you – คุณ ในข้อความ “รัก You ค่ะ”

8. **คำนำหน้านาม** คือ คำที่ใช้ก่อนคำนาม เพื่อบ่งบอกชี้เฉพาะ แสดงจำนวน แสดงปริมาณ แสดงความเป็นเจ้าของ เป็นต้น คือคำว่า เดอะ (the) ในสติกเกอร์ “คือเดอะแบก”

2.2 หน้าที่ทางไวยากรณ์และความหมายของคำปณภาษาอังกฤษในสติกเกอร์ไลน์

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์หน้าที่ทางไวยากรณ์และความหมายของคำปณภาษาอังกฤษในสติกเกอร์ไลน์

ที่	หัวข้อ	เปลี่ยนแปลง		ไม่เปลี่ยนแปลง	
		จำนวน (คำ)	ร้อยละ	จำนวน (คำ)	ร้อยละ
1.	การเปลี่ยนแปลงหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำปณภาษาอังกฤษ	3	3.61	80	96.38
2.	การเปลี่ยนแปลงความหมายของคำปณภาษาอังกฤษ	12	14.46	71	85.54

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงหน้าที่ทางไวยากรณ์และความหมายของคำปณภาษาอังกฤษในสติกเกอร์ไลน์ พบว่าคำปณภาษาอังกฤษมีการเปลี่ยนแปลงหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำปณภาษาอังกฤษ จำนวน 3 คำ คิดเป็นร้อยละ 3.61 ส่วนการเปลี่ยนแปลงความหมายของคำปณภาษาอังกฤษ พบจำนวน 12 คำ คิดเป็นร้อยละ 14.46

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำที่พบในการปณภาษาอังกฤษในภาษาไทยในสติกเกอร์ไลน์นั้นพบว่า ชนิดของคำปณภาษาอังกฤษที่ใช้ในสติกเกอร์ไลน์ไม่สอดคล้องกับหน้าที่และชนิดของคำในโครงสร้างไวยากรณ์ภาษาไทยเสมอไป เช่น บางคำในภาษาอังกฤษเป็นคำนาม เมื่อนำมาใช้ในบริบทภาษาไทยกลับเป็นคำกริยา หรือคำชนิดอื่น และความหมายในบริบทจะเปลี่ยนแปลงไป ดังตัวอย่างต่อไปนี้

– “อย่าดราม่า” คำว่า “ดราม่า” หรือ drama ในภาษาอังกฤษเป็นคำนาม หมายถึง ละคร, สถานการณ์ที่ตื่นเต้น เมื่อนำมาใช้ปนกับคำภาษาไทยในบริบทนี้ “ดราม่า” ถูกใช้เป็นคำกริยา หมายถึง ทำให้เกิดความน่าเป็นจริง หรือ dramatize ในภาษาอังกฤษ เมื่อนำมาใช้คู่กับคำว่า “อย่า” ซึ่งเป็นคำวิเศษณ์ใช้ประกอบกริยา แปลว่า ห้าม ดังนั้น “อย่าดราม่า” จึงหมายถึง ห้ามทำให้ (บางสิ่งบางอย่าง) น่าเป็นจริง

– “เพื่อความชัวร์ลองอ่านอีกครั้งดีกว่า” คำว่า “ชัวร์” หรือ sure ในภาษาอังกฤษเป็นคำคุณศัพท์หรือคำวิเศษณ์ หมายถึง มั่นใจ แน่นอน เชื่อมั่น เมื่อนำมาใช้ปนกับคำภาษาไทยในบริบทนี้ “ชัวร์” มีการเปลี่ยนแปลงเป็นคำนาม เพราะมีการใช้คู่กับคำว่า “ความ” ซึ่งตามความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 คำว่า “ความ” เป็นคำนำหน้ากริยาหรือวิเศษณ์เพื่อแสดงสภาพ เช่น ความตาย ความดี ความชั่ว ดังนั้น “ความชัวร์” ในที่นี้จึงเป็นคำนาม หมายถึง ความมั่นใจ ความเชื่อมั่น

- “วิ่งไปรับ assign” คำว่า “assign” ในภาษาอังกฤษเป็นกริยา หมายถึง มอบหมาย, กำหนด, ระบุ เมื่อนำมาใช้ปนกับคำภาษาไทยในบริบทนี้ “assign” ถูกใช้เป็นคำนาม หมายถึง งานที่ได้รับมอบหมาย หรือ assignment ในภาษาอังกฤษ หมายถึง งานที่มอบหมาย ดังนั้น ข้อความ “วิ่งไปรับ assign” จึงอาจหมายถึง วิ่งไปรับงานที่ได้รับมอบหมายนั่นเอง

จึงสรุปได้ว่าการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่ปรากฏในสติกเกอร์ไลน์มีหลายรูปแบบ มีชนิดของคำหลายชนิดที่นำมาใช้ และมีการเปลี่ยนแปลงหน้าที่ทางไวยากรณ์เมื่อนำไปใช้ในบริบทที่แตกต่างกัน ส่วนด้านความหมายมีการเปลี่ยนแปลงความหมายเมื่อนำมาใช้ปนกับคำภาษาไทยที่มีลักษณะทางไวยากรณ์ที่แตกต่างกัน

อภิปรายและสรุปผล

อภิปรายผล

1. รูปแบบการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่ปรากฏในสติกเกอร์ไลน์

การศึกษาการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่ปรากฏในสติกเกอร์ไลน์ พบการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยหลายรูปแบบ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้ภาษามีแนวโน้มการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยในบริบทของการใช้ภาษาทางสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ภาษาในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการดังที่ปรากฏในข้อความสติกเกอร์ไลน์และอาจส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางภาษาในสังคมไทย งานวิจัยนี้พบรูปแบบการปนภาษาแบบการทับศัพท์ภาษาไทยจากคำภาษาอังกฤษ เช่น “ก๊วยบายคะ” “กตโลด” “แตงค้กั้วคะ” และ “ร่างกายต้องการคาเฟอีน” ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้ภาษาพยายามนำคำศัพท์ภาษาอังกฤษมาเขียนด้วยอักษรไทยโดยคงโครงสร้างของเสียงไว้ให้ใกล้เคียงกับต้นฉบับมากที่สุด แม้ว่าภาษาอังกฤษและภาษาไทยจะมีระบบเสียงที่แตกต่างกัน อีกทั้งการสะกดคำไม่ได้เป็นไปตามหลักเกณฑ์การสะกดคำทับศัพท์โดยมีการสะกดคำที่แตกต่างกันไปเพื่อให้สอดคล้องกับการสื่อสารด้านอารมณ์ เช่น “นอยด์อะ” “นอยด์ะ” “แฮปปี้” “แฮปปี้” เป็นต้น ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ พรพนทิศา อินต๊ะ (2555) ที่กล่าวถึงการใช้คำศัพท์ภาษาอังกฤษด้วยการทับศัพท์ภาษาไทย ว่าผู้ใช้เลือกใช้การทับศัพท์เพราะสามารถสื่อความหมายได้เร็ว กระชับ ซึ่งคำภาษาอังกฤษที่นำมาใช้ทับศัพท์มักเป็นคำที่นิยมและผู้ใช้ภาษาส่วนใหญ่ทราบความหมายและมีความรู้ภาษาอังกฤษ ดังนั้นการใช้คำภาษาอังกฤษจึงสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนกว่า เช่น การใช้คำว่า “เซียร์” แทนการใช้คำว่า “ให้กำลังใจ” ที่อาจจะยาวกว่าและสื่อถึงอารมณ์ได้น้อยกว่า ส่วนการสะกดคำโดยเปลี่ยนเสียงวรรณยุกต์มีวัตถุประสงค์เพื่อนำความหมายและสะท้อนอารมณ์ในระดับต่าง ๆ ลักษณะการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่พบรองลงมาได้แก่การใช้คำภาษาอังกฤษที่เขียนด้วยอักษรโรมันปนกับภาษาไทย เช่น “Hello สวัสดีคะ” “พร้อม Pay” “รัก You คะ” และ “ปวด Head กลุ้ม Heart” การปนภาษารูปแบบนี้ แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้ภาษาไทยสามารถผสมผสานภาษาอังกฤษเข้ากับภาษาไทยโดยรักษาความหมายและการสื่อสารให้ยังคงชัดเจน การเลือกใช้ภาษาอังกฤษในบางคำอาจเกิดจากแนวโน้มของการรับอิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์และความคุ้นเคยกับภาษาอังกฤษของผู้ใช้ สอดคล้องกับการศึกษาของ อนุชิต ตุ่มณีจินดา และคณะ (2565) เกี่ยวกับลักษณะการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่ใช้ในการสื่อสารของศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) พบการปนคำภาษาอังกฤษที่เขียนด้วยอักษรโรมันปนกับภาษาไทย โดยแสดงเหตุผลว่าการใช้คำภาษาอังกฤษช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ต้องการความรวดเร็ว ชัดเจน และเข้าใจได้ง่าย ทำให้การสื่อสารตรงประเด็นมากขึ้น

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบรูปแบบการปนภาษาด้วยการตัดคำ เช่น “เปลืองเน็ต” (จาก internet) “นอยด์แล้ว” (จาก paranoid) และ “ติดแกลม” (จาก glamorous) การตัดคำนี้เป็นกลวิธีที่ช่วยให้การใช้ภาษากระชับขึ้นและสอดคล้องกับโครงสร้างของภาษาไทย การตัดคำจากภาษาอังกฤษเพื่อใช้ในภาษาไทยเป็นวิธีการที่ช่วยให้การสื่อสารมีความสะดวกและกระชับขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสื่อดิจิทัลที่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ข้อความ ส่วนการใช้คำย่อ เช่น “HNY” (Happy New Year) และ “โอที” (Over Time) พบในสัดส่วนที่น้อยกว่า เช่นเดียวกับการซ้ำคำ เช่น “โนสนโนแคร์” และ

“Bye Bye เดินทางปลอดภัยน้ำ” ปรากฏการณ์นี้มักพบในภาษาพูดที่ไม่เป็นทางการและช่วยเพิ่มอารมณ์ให้กับข้อความ สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริพร ปัญญาเมธิกุล (2558) ที่อธิบายว่า การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์แตกต่างจากการสื่อสารจากการพูดและการเขียน การพูดนั้นผู้รับสารสามารถรับรู้ได้ขณะเกิดขึ้นในเวลานั้นจริง แต่การสื่อสารทางคอมพิวเตอร์นั้น การพิมพ์ข้อความจะถูกจำกัดด้วยขนาดและความยาวของข้อความ ด้านความเร็วของการสื่อสารจะขึ้นอยู่กับประเภทของการสื่อสาร เช่น การใช้ห้องสนทนา (chatroom) การใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ดังนั้นการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์จึงต้องเข้าใจเวลาของการสื่อสารของแต่ละช่องทาง การส่งข้อมูล ความคงทนของข้อความ ความมีตัวตน และความเป็นส่วนตัว

เช่นเดียวกันกับผลการศึกษาของ อุไรวรรณ คำพิลา และ ทวีหิรัธดา นาคเสน (2565) ที่ศึกษาการใช้ภาษาไทยในการสื่อสารระหว่างอาจารย์กับนักศึกษาผ่านแอปพลิเคชันไลน์ และพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของภาษา ได้แก่ ขนาดพื้นที่แสดงผลเล็กทำให้ข้อความสั้นและส่งบ่อยขึ้น แป้นพิมพ์ขนาดเล็กส่งผลให้เกิดการพิมพ์ผิดและการแปรด้านการสะกดคำและการใช้สัญลักษณ์ เช่น อิโมจิและสติ๊กเกอร์เพื่อสื่อความหมายแทนข้อความและพบลักษณะการใช้ภาษา 6 รูปแบบหลัก ได้แก่ การแปรด้านการสะกดคำ การใช้คำสร้างใหม่ การพิมพ์แบบพิเศษ การใช้คำย่อที่ไม่เป็นทางการ การสร้างคำแทนเสียง และการใช้คำภาษาถิ่น ซึ่งสะท้อนพฤติกรรมการสื่อสารของผู้พูดต่างวัยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น

ผู้วิจัยพิจารณาเห็นว่า การใช้คำย่อ การตัดคำ และการใช้คำซ้ำ เกิดจากข้อจำกัดของการสื่อสารทางคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้ภาษาจึงต้องคำนึงถึงพื้นที่ความประหยัดและความกระชับของข้อความ แต่ในขณะเดียวกันยังคงสามารถสื่ออารมณ์ตามเจตนาของการสื่อสารได้ ดังที่ปรากฏในการใช้คำซ้ำ เช่น “โนสนโนแคร์” “go go ไปไป” เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบรูปแบบการปนภาษาแบบกลวิธีผสมผสาน เช่น “ซัดตฟิลามาก” (ตัดคำ + ทับศัพท์) และ “แซร์โลให้แล้วนะ” (ทับศัพท์ + ตัดคำ) สะท้อนถึงการปรับเปลี่ยนภาษาที่ซับซ้อนมากขึ้น ซึ่งอาจจะสะท้อนถึงความคุ้นเคยของผู้ใช้ภาษาไทยกับภาษาอังกฤษและแนวโน้มของภาษาที่พัฒนาไปตามการใช้งานในชีวิตประจำวัน จะเห็นได้ว่าการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยจึงไม่ใช่เพียงแค่ปรากฏการณ์ทางภาษา แต่ยังเป็นกลยุทธ์ที่สะท้อนถึงการปรับตัวของภาษาไทยให้สอดคล้องกับบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพในการสื่อสารให้ดียิ่งขึ้น

2. ชนิดของคำปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่ปรากฏในสติ๊กเกอร์ไลน์

ด้านผลการวิเคราะห์ชนิดของคำปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยในงานวิจัยนี้ พบค่านามมากที่สุด รองลงมาคือ คำกริยา และคำคุณศัพท์ ส่วนคำอุทาน คำวิเศษณ์ คำบุพบท คำสรรพนาม และคำนำหน้านาม พบไม่มากนัก จะเห็นว่าภาษาอังกฤษมีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของผู้ใช้ภาษาไทย โดยเฉพาะการใช้คำที่เกี่ยวข้องกับการกระทำ การแสดงอารมณ์ เพื่อสื่อความหมายที่กระชับรวดเร็ว โครงสร้างของข้อความในสติ๊กเกอร์ไลน์จึงมักเป็นวลีสั้น ๆ หรือคำเดียวที่สามารถสื่อความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ การปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยบนสื่อสังคมออนไลน์มักเกิดขึ้นในกลุ่มคำที่ใช้บ่อยและมีความหมายที่เข้าใจง่าย เช่น การใช้คำกริยากับคำนาม และคำคุณศัพท์กับคำนาม ซึ่งช่วยให้การสื่อสารรวดเร็วขึ้น เช่น “ฮิลใจ” “ส่งเมลให้แล้ว” “ปวด head กลุ้ม heart” “ก๊ึดจ๊อบ” และ การใช้คำอุทานเพื่อแสดงอารมณ์ เช่น “Hello สวัสดีค่า” “Wow! ปังมาก” และ “Yay yay! เย้” เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของ วัฒนาภรณ์ อินธิมาศ และคณะ (2564) ซึ่งศึกษาการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่ปรากฏในรายการ วาไรตี้ทอล์ก เกษะช่วงเดือนเมษายน-มิถุนายน พ.ศ. 2563 พบว่าพิธีกรและแขกรับเชิญในรายการใช้คำปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยจำนวน 4 ชนิด คือ คำนาม คำกริยา คำคุณศัพท์ และคำวิเศษณ์ แต่ไม่พบการใช้คำสรรพนาม คำสันธาน และ คำอุทาน

3. หน้าที่ทางไวยากรณ์และความหมายของคำปณภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่ปรากฏในสติกเกอร์ไลน์

จากผลการศึกษาพบว่าคำปณภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่ปรากฏในสติกเกอร์ไลน์มีการเปลี่ยนแปลงหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำที่นำมาใช้ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับหน้าที่และชนิดของคำในโครงสร้างไวยากรณ์ของภาษาไทยเสมอไป เช่น คำที่เป็นคำนามในภาษาอังกฤษอาจถูกใช้เป็นคำกริยาในภาษาไทย หรือคำคุณศัพท์อาจมีการเปลี่ยนแปลงหน้าที่เมื่อใช้ในบริบทภาษาไทย ดังตัวอย่างข้อความ “อย่าดราม่า” ซึ่งคำว่า “ดราม่า” หรือ “drama” ในภาษาอังกฤษเป็นคำนาม หมายถึง ละคร, สถานการณ์ที่ตึงเครียด แต่เมื่อใช้ในภาษาไทยกลับทำหน้าที่เป็นคำกริยา หมายถึง “ทำให้เกิดจริง” หรือ “แสดงอารมณ์อย่างเวอร์เกินไป” ซึ่งในภาษาอังกฤษคือคำว่า “dramatize” การเปลี่ยนแปลงหน้าที่ของคำนี้เกิดขึ้นจากการใช้ร่วมกับ “อย่า” ซึ่งเป็นคำวิเศษณ์ที่ใช้ประกอบกริยา ทำให้ “ดราม่า” มีหน้าที่เป็นคำกริยาในภาษาไทย และในข้อความ “วิ่งไปรับ assign” คำว่า “assign” ในภาษาอังกฤษเป็นกริยา หมายถึง มอบหมาย, กำหนด, ระบุ เมื่อนำมาใช้ปนกับคำภาษาไทยในบริบทนี้ “assign” ถูกใช้เป็นคำนาม หมายถึง งานที่ได้รับมอบหมาย หรือ assignment ในภาษาอังกฤษ หมายถึง งานที่มอบหมาย ดังนั้น ข้อความ “วิ่งไปรับ assign” จึงอาจหมายถึง วิ่งไปรับงานที่ได้รับมอบหมายนั่นเอง การเปลี่ยนแปลงความหมายนี้เกิดจากการใช้คำร่วมกับภาษาไทยซึ่งทำให้เกิดการตีความที่แตกต่างออกไปจากความหมายดั้งเดิมในภาษาอังกฤษ อีกข้อความหนึ่งคือ “ติดแกลม” ซึ่ง “แกลม” มาจาก “glamorous” ในภาษาอังกฤษที่เป็นคำคุณศัพท์ หมายถึง “มีเสน่ห์ น่ามอง” แต่เมื่อถูกใช้ในภาษาไทยร่วมกับคำว่า “ติด” ที่สื่อถึง “การชอบหรือยึดติด” ทำให้ “ติดแกลม” มีความหมายใหม่ว่า “ชอบความหรูหรา ชอบของที่มีราคาแพง” แสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของความหมายของคำที่ยืมมาจากภาษาอังกฤษ สอดคล้องกับการศึกษาของ กิตติพงษ์ ทองสมบัติ และคณะ (2564) ที่ศึกษาการสลับภาษาและการปนภาษาอังกฤษและภาษาไทยในบทความแนะนำการเล่นกอล์ฟ จากนิตยสาร GOLFDigest ที่พบการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยมากกว่าการสลับภาษา และพบว่าการเปลี่ยนแปลงประเภทของคำและการเปลี่ยนความหมายเช่นกัน เช่น “นักกอล์ฟบางคนจะซีเรียสตลอด...” จะเห็นว่า คำว่า “ซีเรียส” ถูกใช้แทนคำว่า “เครียด” หรือ “stressful” ในภาษาอังกฤษ และ “ซัพตาร์กับการเล่นกอล์ฟชิวิจ...” ซึ่งคำว่า “ชิวิจ” หรือ “chill” ที่เป็นคำนามหรือคำคุณศัพท์ ในที่นี้เปลี่ยนชนิดของคำเป็นคำวิเศษณ์ขยายกริยาเล่นกอล์ฟ เป็นต้น

สรุปผล

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยในสติกเกอร์ไลน์เกิดขึ้นในหลายรูปแบบ โดยรูปแบบที่เด่นคือการทับศัพท์ภาษาไทย รองลงมาคือการใช้ภาษาอังกฤษควบคู่กับภาษาไทย และการตัดคำเพื่อนำมาใช้ในภาษาไทย ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าภาษาไทยในบริบทออนไลน์กำลังเปลี่ยนแปลงไปโดยได้รับอิทธิพลจากภาษาอังกฤษมากขึ้นซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวอาจมีสาเหตุมาจากการติดต่อสื่อสารข้ามวัฒนธรรมผ่านอินเทอร์เน็ต การใช้โซเชียลมีเดีย และการได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมสากล การเปลี่ยนแปลงนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิวัฒนาการทางภาษา จากผลการวิเคราะห์ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่ปรากฏในสติกเกอร์ไลน์มีการเปลี่ยนแปลงทั้งในแง่ของหน้าที่ทางไวยากรณ์และความหมายของคำเมื่อนำมาใช้ร่วมกับคำในบริบทภาษาไทย ปรากฏการณ์เหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงพลวัตของภาษาและการปรับตัวของผู้ใช้ภาษาไทยในยุคดิจิทัล ที่นำคำจากภาษาอังกฤษมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทและวัฒนธรรมของการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ การปนภาษาอาจยังคงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาภาษาไทยในอนาคต โดยเฉพาะในสื่อออนไลน์ที่มีการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ และเน้นความรวดเร็ว การศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมของผู้ใช้การปนภาษา สาเหตุหรือหน้าที่ของการปนภาษา ผลกระทบของการปนภาษาในแง่ของการรับรู้และการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างภาษาไทยจะช่วยให้เข้าใจแนวโน้มของผู้ใช้ภาษาในยุคดิจิทัลได้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กิตติพงษ์ ทองสมบัติ, ชูขวัญ แสงสุวรรณ และ ลิขสิทธิ์ สุวรรณไตรย์. (2564). A study of Thai-English code-mixing and code-switching in GolfDigest magazine. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 15(39), 1-14.
- จอมขวัญ สุทนิพนธ์. (2563). การเปลี่ยนแปลงของเสียงที่สะกดตามเสียงพูดแบบมีข้อจำกัดในสติกเกอร์ไลน์ภาษาไทย. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 3(2), 7-22.
- ฉัตรแก้ว มาสุโมตะ และ รัตตมา รัตนวงศา. (2564). การออกแบบสติกเกอร์ไลน์บนแอปพลิเคชันไลน์ “ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL”. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์*, 20(2), 63-73.
- ณัฏชนันท์ ทองแพง. (2560). *ภาพตัวแทนความเป็นไทยผ่านสติกเกอร์ไลน์*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นันทนา รณเกียรติ. (2564). การทำนายอนาคตของการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทย. *วารสารวชนะ*, 9(2), 111-129.
- บดินทร์ รัตนจาริต และ สมชายเล็กเจริญ. (2567). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสติกเกอร์ไลน์ผ่านไลน์สโตร์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(4), 2135-2150.
- ประภัสสร สระโพธิทอง. (2554). *พฤติกรรมการใช้ภาษาในระหว่างปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินคาเธ่ย์แปซิฟิก (CPA)*. (สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปรัชญา ทองชุม และ ปรียา สมพีช. (2566). การพัฒนาสติกเกอร์ไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ของชุมชนเมืองมะดัน จังหวัดนครนายก. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 11(1), 21 – 33.
- ปรารธนา กาลนวกุล. (2544). *การปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยของรายการโทรทัศน์: ลักษณะ ทศนคติ การรับรู้ และแรงจูงใจ*. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พรณทิวา อินตะ. (2555). การปนภาษาอังกฤษในนิตยสารภาษาไทย. *พินเศวรัส*, 8(1), 33-42.
- ภาวิน เป่าจินดา. (2561). *การสื่อสารความหมายของสติกเกอร์ไลน์บนแอปพลิเคชันและมุมมองของผู้ใช้บริการเพื่อนำไปสู่การจัดตั้งธุรกิจสติกเกอร์ไลน์*. (สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มนธิชา ก้องวุฒิเวช และ ปณิธาน บรรณาธรรม. (2562). การใช้ภาษาในสติกเกอร์ไลน์. ใน *การประชุมวิชาการนำเสนอ ผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาวิชาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2* (71-82). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. จาก <https://dictionary.orst.go.th/>.
- รุ่งวิมล รุ่งโรจน์สุวรรณ. (2566). การปนภาษากับการยืมภาษาอังกฤษในภาษาไทย. *วารสารภาษาและภาษาศาสตร์*, 41(2), 114-138.
- วัฒนาภรณ์ อินธิมาศ, อัญชิษฐา บุญเย็น และ จิรัฐไท ไทยงูเหลือม. (2564). การศึกษาการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่ปรากฏในรายการวไรตี้ทอล์กกะเทยช่วงเดือนเมษายน-มิถุนายน พ.ศ. 2563. *วารสารวิชาการมนุษย์และ สังคม มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*, 5(1), 79-95.

- วิไลศักดิ์ กิ่งคำ. (2550). **ภาษาต่างประเทศในภาษาไทย** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริพร ปัญญาเมธิกุล. (2558). ถ้อยคำตอบกลับในการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันไลน์. **วรรณวิทัศน์**, 19(2), 208–226.
- สรศักดิ์ เชี่ยวชาญ. (2565). การวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการสื่อสารและลักษณะภาษาที่ใช้ในสติกเกอร์ของแอปพลิเคชันไลน์. **วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี**, 5(2), 43–58.
- อนุชิต ตุ่มณีจินดา, อำนาจ ปักขาสุข และ พรทิพย์ เจริญนิพนธ์. (2565). ลักษณะการปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยที่ใช้ในการสื่อสารของศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.). **วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**, 22(3), 492–510.
- อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2548). **ภาษาในสังคมไทย ความหลากหลาย การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนา** (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, กิตตินาถ เรขาลิลิต, กุสุมา ทองเนียม, จรัลวิไล จรูญโรจน์, นัทรชนก จันทน์แย้ม, ชุตินธ เหมศิษฐ์, ทอม ฮิบเนอร์, พรพิมล ศิรินา, พิมพ์ภัทร ชุมแก้วพีระ ผิวนิม, ภาวดี สายสุวรรณ, ภิมพลีษฐ์ เตชะราชันย์, มนสิการ เฮงสุวรรณ, รัชณี เคอร์ชิงห์ และ วริสรา จันทรัฐ. (2563). **บทบาทที่แข่งขันกันระหว่างภาษาประจำชาติกับภาษาอังกฤษในประเทศกลุ่มอาเซียน: การศึกษาการเลือกภาษาในแวดวงกฎหมาย สื่อ การศึกษาวรรณกรรม และการเมือง** (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อุไรวรรณ คำพิลา และ ทวีธีรดา นาคเสน. (2565). การใช้ภาษาในการสนทนาของผู้พูดที่ต่างวัยกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์. **Journal of Engineering Technology Access (JETA) (Online)**, 2(1), 56–70.
- Cambridge University Press & Assessment. **Cambridge English–Thai Dictionary**. Form <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-thai/>.
- Fanani, A., & Ma'u, J. A. R. Z. (2018). Code switching and code mixing in English learning process. **Ling Tera**, 5(1), 68–77.
- Ho, J. W. Y. (2007). Code-mixing: Linguistic form and socio-cultural meaning. **The International Journal of Language Society and Culture**, 21, 23–30.
- Muysken, P. (2000). **Bilingual speech: A typology of code-mixing**. Cambridge: Cambridge University Press.