

โครงสร้างพยางค์หน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์
ในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล์ภาษาไทย
Syllable Structures of Two-syllable English-Thai Transliterated Words
in Advertisements for Products of UNIQLO Thailand

จอมขวัญ สุทธินนท์

Jomkwan Sudhinont

สาขาวิชาสังคม วัฒนธรรม และการพัฒนามนุษย์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

Department of Society, Culture, and Human Development

Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University

E-mail: jomkwan.sud@psu.ac.th โทรศัพท์มือถือ: 082-4292244

Received: 09 May 2021

Revised: 29 September 2021

Accepted: 12 October 2021

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอผลการศึกษาในประเด็นโครงสร้างพยางค์หน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล์ภาษาไทย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นหน่วยคำในคำยืมภาษาอังกฤษสองพยางค์ในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล์ประเทศไทย ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2562 ถึง 30 กันยายน พ.ศ. 2563 จำนวน 82 หน่วยคำ ซึ่งมีความถี่ที่พบ 1,054 ครั้ง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสังเกต ได้แก่ แบบตรวจสอบรายการและแบบบันทึก วิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดโครงสร้างคำสองพยางค์ในภาษาไทย

ผลการวิจัยพบว่า โครงสร้างหน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) โครงสร้างพยางค์แท้ จำนวน 12 หน่วยคำ มีความถี่ในการพบ 260 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.67 พบโครงสร้างพยางค์แท้ 5 โครงสร้าง และ 2) โครงสร้างพยางค์เทียม จำนวน 70 หน่วยคำ มีความถี่ในการพบ 794 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 75.33 พบโครงสร้างพยางค์เทียม 27 โครงสร้าง

คำสำคัญ: โครงสร้างพยางค์ / คำยืมภาษาอังกฤษ / การทับศัพท์ / ข้อความโฆษณา / ยูนิโคล์

Abstract

The purpose of this study was to present an analysis of morphemes in two-syllable English-Thai transliterated words used in commercials for UNIQLO Thailand. The samples were two-syllable English-Thai transliterated words containing 82 morphemes discovered 1,054 times discovered 1,054 times in issued between 1 October 2019 and 30 September 2020. Two observation forms were used: a word list and a record form. The data were analyzed according to the concept of syllable structures of two-syllable Thai words.

The analysis revealed the two types of syllable structures: 1) In 12 morphemes, 5 true syllable structures were identified 260 times, representing 24.67%, and 2) in 70 morphemes, 27 pseudo-syllable structures were found 794 times, accounting for 75.33%.

Keywords: Syllable structure / English loaned words in Thai / Transliteration / Advertisement / UNIQLO

บทนำ

คำมีองค์ประกอบ 2 ประการ คือ รูป ซึ่งหมายถึงทั้งรูปเขียนและรูปเสียง กับ ความหมาย พยางค์เป็นข้อมูลด้านเสียง (phonological information) และหน่วยคำเป็นข้อมูลด้านโครงสร้างของคำ (morphological information) (อนันต์ เหล่าเลิศวรกุล. 2553ข, หน้า 1, 4-5)

คำไทยแท้เป็นคำเดี่ยวหรือคำมูลซึ่งเป็นคำ 1 พยางค์ ดังนั้นคำที่มีมากกว่า 1 พยางค์ ในภาษาไทยจึงเกิดจากการสร้างคำซึ่งล้วนเกิดจากการรวมกันของหน่วยคำอย่างน้อย 2 หน่วย ได้แก่ การประสมคำ การประสานคำ หรือเกิดจากการซ้อนคำ ดังนั้น พยางค์หนึ่ง ๆ ของคำสองพยางค์ จึงนับเป็นหน่วยคำได้เนื่องจากเป็นหน่วยที่มีความหมาย อย่างไรก็ตาม คำที่มีใช้ในภาษาไทยไม่ได้มีเพียงคำไทยแท้เท่านั้น แต่ยังมีคำยืมภาษาโปรตุเกส เช่น สบู่ คำยืมภาษาบาลีและสันสกฤต เช่น นรค คำยืมภาษาจีน เช่น ดิมช้ำ คำยืมภาษาอังกฤษ เช่น พลาสติก ฯลฯ (อนันต์ เหล่าเลิศวรกุล. 2553ก, หน้า 101-102)

ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่มีวิวัฒนาการ นอกจากจะมีการเติมหน่วยผันคำแล้ว ยังมีการเติมหน่วยคำเติมหน้า (prefix) และหน่วยคำเติมท้าย (suffix) (อนันต์ เหล่าเลิศวรกุล. 2553ค, หน้า 256-257) ทำให้คำในภาษาอังกฤษเป็นคำหลายพยางค์ เมื่อไทยยืมคำภาษาอังกฤษมาใช้จึงทำให้ภาษาไทยมีคำหลายพยางค์มากขึ้น เช่น แคปซูล คอมพิวเตอร์ เทคโนโลยี อิเล็กทรอนิกส์ ฯลฯ

(อนันต์ เหล่าเลิศวรกุล. 2553ข, หน้า 259) และก่อให้เกิดโครงสร้างพยางค์ต่างไปจากโครงสร้างพยางค์แบบเดิมในภาษาไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงสร้างของพยางค์หนักแบบ C(C)VVS^{1,2} หรือพยางค์ที่ประกอบด้วยพยัญชนะต้นเดี่ยว ใช้สัญลักษณ์แทนด้วย C หรือพยัญชนะต้นควบ ใช้สัญลักษณ์แทนด้วย CC สระเดี่ยวยาวหรือสระประสม ใช้สัญลักษณ์แทนด้วย VV พยัญชนะท้ายกัก ใช้สัญลักษณ์แทนด้วย S และวรรณยุกต์เอก ใช้สัญลักษณ์แทนด้วย¹ วรรณยุกต์โท ใช้สัญลักษณ์แทนด้วย² เปลี่ยนแปลงเป็น โครงสร้างพยางค์หลักแบบ C(C)VVS³ คือ มีเสียงวรรณยุกต์ตรี ใช้สัญลักษณ์แทนด้วย³ เมื่อเป็นคำยืมมาจากภาษาอังกฤษ (กาญจนา นาคสกุล. 2556, หน้า 176-182)

ผู้วิจัยรวบรวมคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษจากข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ (Uniqlo) ภาษาไทยในจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2562 - 30 กันยายน พ.ศ. 2563 ได้ข้อความโฆษณา 836 ข้อความ พบคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษจำนวนทั้งสิ้น 153 หน่วยคำ ซึ่งมีความถี่ที่พบทั้งหมด 1,742 ครั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์พบมากที่สุดถึง 82 หน่วยคำ ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏถึง 1,054 ครั้ง สอดคล้องกับคำสองพยางค์ที่ใช้ในภาษาไทยที่ เหมย หาน และชลมาณ ดาราฉาย (2564, หน้า 67) พบว่า เป็นโครงสร้างคำที่ปรากฏมากที่สุดในพจนานุกรมคำใหม่ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน สะท้อนให้เห็นปรากฏการณ์คำสองพยางค์ที่ใช้ในภาษาไทยว่าเป็นโครงสร้างคำที่ใช้มากที่สุดทั้งคำไทยและคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษ

เหตุที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษจากข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ ภาษาไทย เนื่องจากยูนิโคล่เป็นยี่ห้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายที่คนไทยรู้จัก เนื่องจากโดดเด่นในด้านความทันสมัยของแบบเสื้อผ้า มีการหมุนเวียนเปลี่ยนแบบซึ่งเป็นของสะสมของผู้บริโภครวดเร็ว ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และขายความเป็นญี่ปุ่นในมุมของความเรียบง่าย ดูดี คุณภาพเชื่อถือได้ (วิมาลี วิวัฒนกุลพาณิชย์. 2561) และสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคชาวไทย เนื่องมาจากการส่งเสริมการขายด้วยการลดราคาสินค้ากว่าร้อยละการประจำสัปดาห์ (weekend sale) ในขณะที่มีการบริหารต้นทุน และวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสัมพันธ์กับเศรษฐกิจของไทยที่อยู่ในภาวะชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง (matemate. 2559) นอกจากนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทแฟชั่นแฟชั่น (fast fashion) ณ ปี พ.ศ. 2564 ปรากฏว่ายูนิโคล่เป็นบริษัทค้าปลีกเครื่องแต่งกายที่ใหญ่ที่สุดในโลกอีกด้วย (TopTen. 2564) แสดงให้เห็นว่ายูนิโคล่เป็นยี่ห้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายที่เป็นที่ยอมรับและนิยมทั้งในประเทศไทยและประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ด้วยความเป็นสากลของยี่ห้อยูนิโคล่จึงปรากฏคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษจำนวนมากในข้อความโฆษณาสินค้าภาษาไทย และเมื่อเปรียบเทียบข้อความโฆษณาสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายประเภทแฟชั่นแฟชั่นต่าง ๆ ในประเทศไทยพบว่า ข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้ออื่น ๆ ปรากฏเพียงคำเรียกประเภทสินค้าและใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก ขณะที่ข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ใช้ถ้อยคำซึ่งเป็นหน่วยทางภาษาระดับวลีและประโยค

และใช้คำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษจำนวนมาก

ความเป็นมาและความสำคัญของคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์และความเป็นสากลของสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายยี่ห้อยูนิโคล่ดังกล่าว เป็นเหตุผลที่ผู้วิจัยมุ่งศึกษาโครงสร้างหน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย อันแสดงให้เห็นปรากฏการณ์ของหน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษในภาษาไทยด้านโครงสร้างพยางค์ในสภาพปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาโครงสร้างพยางค์หน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย

ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ หน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ประเทศไทย เนื่องจากความเป็นสากลของยี่ห้อยูนิโคล่จึงปรากฏคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษจำนวนมากในข้อความโฆษณาสินค้า และรวบรวมข้อมูลจากจดหมายข่าวรูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (email) UNIQLO Thailand (enews@ml.uniqlo.co.th) เนื่องจากเป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา และเป็นข้อมูลที่ไม่ถูกเปลี่ยนแปลง หรือถูกทำให้หายไป หรือถูกแทนที่ด้วยข้อความโฆษณาสินค้าใหม่ตามการเปลี่ยนแปลงของเวลา ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2562 - 30 กันยายน พ.ศ. 2563 รวมข้อความโฆษณา 836 ข้อความ

กลุ่มตัวอย่าง คือ หน่วยคำในคำยืมภาษาอังกฤษสองพยางค์ เนื่องจากพบว่า เป็นโครงสร้างคำที่ปรากฏมากที่สุด จำนวน 82 หน่วยคำ ซึ่งมีความถี่ที่พบ 1,054 ครั้ง จากคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษจำนวนทั้งสิ้น 153 หน่วยคำ ซึ่งมีความถี่ที่พบทั้งหมด 1,742 ครั้ง วิธีการได้มาของกลุ่มตัวอย่างจึงเป็นแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non-probability sampling) กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (purposive selection) (อดุลย์ ไทรเล็กทิม. 2561, หน้า 8-10)

2. ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ (independent variable) ของงานวิจัยนี้ คือ หน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย

ตัวแปรตาม (dependent variable) ของงานวิจัยนี้ คือ โครงสร้างพยางค์หน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงบรรยาย (descriptive research) ซึ่งศึกษาเรื่องราวในปัจจุบัน โดยนำข้อมูลที่เกิดขึ้นในสภาพปัจจุบันมาบรรยายเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ (มาลินี บุญยรัตพันธุ์. 2559, หน้า 9)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสังเกต ได้แก่ แบบตรวจสอบรายการ และแบบบันทึก (record schedule) (มาลินี บุญยรัตพันธุ์. 2559, หน้า 48-49, 52) รูปแบบตารางการรวบรวม วิเคราะห์ และบันทึกผลการวิเคราะห์ตามแนวคิดโครงสร้างคำสองพยางค์ในภาษาไทย (กาญจนา นาคสกุล. 2556, หน้า 187-195)

ก่อนดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยได้เสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากศูนย์จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สาขาสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และได้ผ่านการพิจารณาเห็นชอบโดยสอดคล้องกับหลักการเบลมอนต์ (Belmont) ลงวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2564

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทยจากจดหมายข่าวที่อยู่ในรูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (email) UNIQLO Thailand (enews@ml.uniqlo.co.th) ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2562 – 30 กันยายน พ.ศ. 2563 เพื่อแสดงให้เห็นปรากฏการณ์การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในภาษาไทยในสภาพปัจจุบัน ซึ่งมีข้อความโฆษณาสินค้า จำนวน 836 ข้อความ และมีหน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ จำนวน 82 หน่วยคำ ซึ่งมีความถี่ในการปรากฏ จำนวน 1,054 ครั้ง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์โครงสร้างพยางค์หน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย ตามแนวคิดพยางค์และคำในภาษาไทย (กาญจนา นาคสกุล. 2556, หน้า 170-172 และ 187-195) ดังนี้

1. พยางค์ในภาษาไทยมี 2 ประเภท คือ พยางค์หนัก ได้แก่ พยางค์ที่มีส่วนประกอบสมบูรณ์ออกเสียงได้โดยลำพัง และพยางค์เบา ได้แก่ พยางค์ที่ไม่ลงน้ำหนักในการพูดปกติ ซึ่งมี 2 แบบ คือ พยางค์เบาปกติ ซึ่งเป็นพยางค์แรกที่ประกอบด้วย สระเสียงสั้นและไม่มีพยัญชนะท้ายของคำสองพยางค์ และพยางค์ลดน้ำหนัก เช่น สบาย กะทิ ซึ่งเป็นพยางค์แรกที่มีส่วนประกอบเหมือนกับพยางค์หนัก เช่น หนังสือ ออกเสียงเป็น นังสือ ช่วงไฟ ออกเสียงเป็น ชังไฟ

2. ส่วนประกอบของพยางค์ ซึ่งมีสัญลักษณ์ต่าง ๆ แทนหน่วยเสียงอันเป็นส่วนประกอบของพยางค์ (กาญจนา นาคสกุล. 2556, หน้า 170-172) ดังนี้

- C แทน หน่วยเสียงพยัญชนะต้น 1 หน่วย
- CC แทน หน่วยเสียงพยัญชนะต้น 2 หน่วย (หน่วยเสียงพยัญชนะต้นควบกล้ำ)
- V แทน หน่วยเสียงสระเสียงสั้น
- VV แทน หน่วยเสียงสระเสียงยาวและหน่วยเสียงสระประสม
- N แทน หน่วยเสียงพยัญชนะท้ายนาสิกและหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายครึ่งสระ
- S แทน หน่วยเสียงพยัญชนะท้ายกัก
- 0-4 แทน หน่วยเสียงวรรณยุกต์
- 0 แทน หน่วยเสียงวรรณยุกต์สามัญ
- 1 แทน หน่วยเสียงวรรณยุกต์เอก
- 2 แทน หน่วยเสียงวรรณยุกต์โท
- 3 แทน หน่วยเสียงวรรณยุกต์ตรี
- 4 แทน หน่วยเสียงวรรณยุกต์จัตวา

3. คำสองพยางค์ในภาษาไทยมี 2 ประเภท คือ คำสองพยางค์แท้และคำสองพยางค์เทียม ดังนี้

3.1 คำสองพยางค์แท้มีส่วนประกอบของพยางค์ไม่เท่ากัน พยางค์แรกเป็นพยางค์เบา ปรกติ $C(C)V^0$ ส่วนพยางค์หลังเป็นพยางค์หนักแบบใดแบบหนึ่ง จึงมีโครงสร้างคำสองพยางค์แท้ ดังนี้ $C(C)V^0 C(C)V(V)(C)^{0-4}$

3.2 คำสองพยางค์เทียมมีส่วนประกอบเช่นเดียวกับคำที่เป็นพยางค์หนักเรียงกัน 2 คำ จึงมีโครงสร้างพยางค์เทียม ดังนี้ $C(C)V(V)(C)^{0-4} C(C)V(V)(C)^{0-4}$

ผู้วิจัยวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือรูปแบบตารางการวิเคราะห์ที่มีช่องแสดงสัญลักษณ์ต่าง ๆ แทนหน่วยเสียงอันเป็นส่วนประกอบของพยางค์ นำมาสู่ผลการวิเคราะห์คือรูปแบบย่อยของคำสองพยางค์ในภาษาไทยทั้งคำสองพยางค์แท้และคำสองพยางค์เทียม ซึ่งตรวจสอบเทียบกับแนวคิดเรื่องการประกอบเสียงเป็นพยางค์และคำในภาษาไทย (กาญจนา นาคสกุล. 2554, หน้า 36-44) แล้วพบว่าผลที่ได้สอดคล้องกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นจำนวนหรือความถี่ของโครงสร้างพยางค์หน่วยคำในคำยืมภาษาอังกฤษสองพยางค์ที่สังเกตหรือวัดได้เทียบกับจำนวนทั้งหมด (มาลินี บุญยรัตพันธุ์. 2559, หน้า 63) ดังนี้

$$\text{ร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนที่สังเกตได้}}{\text{จำนวนทั้งหมด}} \times 100$$

แล้วอภิปรายผลรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ถึงปรากฏการณ์ของโครงสร้างพยางค์หน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทยในสภาพปัจจุบัน

ผลการวิจัย

หน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย 82 หน่วยคำ มีความถี่ที่พบ 1,054 ครั้ง การศึกษาเรื่องโครงสร้างพยางค์หน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย พบโครงสร้างพยางค์ 2 ลักษณะ ได้แก่ โครงสร้างพยางค์แท้ และโครงสร้างพยางค์เทียม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. โครงสร้างพยางค์แท้ของหน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์

หน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทยที่มีโครงสร้างพยางค์แท้ มีจำนวน 12 หน่วยคำ พบ 5 โครงสร้าง ได้แก่ $C(C)V^0CW^{0-4}$ $C(C)V^0CVN^{0-4}$ $C(C)V^0CVS^{1,3}$ $C(C)V^0CWN^{0-4}$ และ $C(C)V^0CWS^{1,2}$ ดังรายละเอียดในตารางที่ 1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 1 โครงสร้างพยางค์แท้ของหน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์

โครงสร้างพยางค์แท้ ของหน่วยคำสองพยางค์			หน่วยคำในคำยืม ภาษาอังกฤษสองพยางค์	ความถี่ที่ปรากฏ	คิดเป็นร้อยละ
1.	$C(C)V^0CW^{0-4}$				
	1.1	CV^0CW^0	สโตร์	1	0.09
	1.2	CV^0CW^2	ซิโน้ ปีกั๊	3	0.29
2.	$C(C)V^0CVN^{0-4}$				
	2.1	CV^0CVN^0	ทวิลล์	4	0.38
	2.2	CV^3CVN^0	ลินิน	20	1.90
3.	$C(C)V^0CVS^{1,3}$				
	3.1	CV^0CVS^3	สต็อก สมีอค	3	0.29
4.	$C(C)V^0CWN^{0-4}$				
	4.1	CV^0CWN^0	สไตล์	209	19.83
5.	$C(C)V^0CWS^{1,2}$				
	5.1	CV^0CWS^1	สปอร์ต สเวด	18	1.71
	5.2	CV^0CWS^3	สลาฟ	1	0.09
	5.3	CV^3CWS^1	ยูโรป	1	0.09
		รวม	12	260	24.67

2. โครงสร้างพยางค์เทียมของหน่วยคำในคำยืมภาษาอังกฤษสองพยางค์

หน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทยที่มีโครงสร้างพยางค์เทียม มี 70 หน่วยคำ พบ 27 โครงสร้าง ได้แก่ $CW^0CW^{0.2}$ $CW^{0.2}CVN^{0.3}$ CW^0CVS^1 $CW^0CWN^{0.2}$ CCW^0CVN^2 CCW^0CWN^2 $CVN^{0.3}CW^{0.2}$ CVN^0CCW^2 CVN^0CVN^2 CVN^0CWN^0 CVN^0CVS^1 CVN^0CWS^1 $CVN^0CCVN^{0.2}$ CVN^0CCVS^1 CVN^0CCWS^3 CVS^3CW^2 CVS^3CVN^2 $CVS^3CVS^{1.3}$ CVS^3CCW^2 CVS^3CCVN^2 CVS^3CWS^1 $CCVN^0CVN^0$ CVN^0CWN^0 $CCWN^0CVS^3$ CWS^3CVN^2 CWS^3CVS^1 และ $CCWS^3CVS^1$ ดังรายละเอียดในตารางที่ 2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2 โครงสร้างพยางค์เทียมของหน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์

โครงสร้างพยางค์เทียม ของหน่วยคำสองพยางค์		หน่วยคำในคำยืมภาษาอังกฤษสองพยางค์	ความถี่ ที่ปรากฏ	คิดเป็น ร้อยละ
1.	$CW^0CW^{0.2}$			
	1.1 CW^0CW^0	เซอร์ปา โบอา โปโล ยูรี	47	4.46
	1.2 CW^0CW^2	เจอร์ซี่ ซีรีส์ เปเปอร์ พาร์กา เลเซอร์ เลเยอร์ อีซี่	38	3.61
2.	$CW^{0.2}CVN^{0.3}$			
	2.1 CW^0CVN^0	ดีเทล โมเดล เดนิม เรยอน	41	3.89
	2.2 CW^0CVN^2	ซีชั่น แฟชั่น โมเดิร์น	19	1.8
	2.3 CW^0CVN^3	วูล์ฟ	2	0.19
	2.4 CW^2CVN^1	ญี่ปุ่น	2	0.19
3.	CW^0CVS^1			
	3.1 CW^0CVS^1	ทูนิก/ทูนิก เพอร์เฟค รีแล็กซ์/รีแล็กซ์	10	0.95
4.	$CW^0CWN^{0.2}$			
	4.1 CW^0CWN^0	การ์ตูน ดีไซน์ ฮาวาย	257	24.38
	4.2 CW^0CWN^2	อาเซียน	1	0.09
5.	CCW^0CVN^2			
	5.1 CCW^0CVN^2	ดราagoon	4	0.38
6.	CCW^0CWN^2			
	6.1 CCW^0CWN^2	ฟรีเมียม	6	0.57
7.	$CVN^{0.3}CW^{0.2}$			
	7.1 CVN^0CW^2	ซัมเมอร์ มินนี่	2	0.19
	7.2 CVN^3CW^0	เอทเตอร์	2	0.19
8.	CVN^0CCW^2			
	8.1 CVN^0CCW^2	อัลตรา/อัลตรา	7	0.66
9.	CVN^0CVN^2			
	9.1 CVN^0CVN^2	ไนลอน ฟังก์ชัน/ฟังก์ชัน ไอคอน ไอเทม	37	3.51
10.	CVN^0CWN^0			
	10.1 CVN^0CWN^0	บอลลูน ฟินแลนด์	5	0.47

ตารางที่ 2 โครงสร้างพยางค์เทียมของหน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ (ต่อ)

โครงสร้างพยางค์เทียม ของหน่วยคำสองพยางค์		หน่วยคำในคำยืมภาษาอังกฤษสองพยางค์	ความถี่ ที่ปรากฏ	คิดเป็น ร้อยละ
11.	CVN ⁰ CVS ¹ 11.1 CVN ⁰ CVS ¹	คอมแพค เซลเวดจ์ ไฮเทค	6	0.57
12.	CVN ⁰ CVS ¹ 12.1 CVN ⁰ CVS ¹	วินเทจ	7	0.66
13.	CVN ⁰ CCVN ^{0.2} 13.1 CVN ⁰ CCVN ⁰ 13.2 CVN ⁰ CCVN ²	อินเทอร์เน็ต เซ็นทรัล	54 1	5.12 0.09
14.	CVN ⁰ CCVS ¹ 14.1 CVN ⁰ CCVS ¹	อังกฤษ	3	0.29
15.	CVN ⁰ CCVS ³ 15.1 CVN ⁰ CCVS ³	คอมพลิท	1	0.09
16.	CVS ³ CW ² 16.1 CVS ³ CW ²	จ็อกเกอร์ ดิสนีย์ มิกกี้	20	1.9
17.	CVS ³ CVN ² 17.1 CVS ³ CVN ²	คอตตอน แคชวล ชิฟฟอน บอสตัน	85	8.06
18.	CVS ³ CVS ^{1.3} 18.1 CVS ³ CVS ¹ 18.2 CVS ³ CVS ³	เทคนิค แจ๊คเก็ต	3 20	0.29 1.9
19.	CVS ³ CCW ² 19.1 CVS ³ CCW ²	เอ็กซ์ตรา	2	0.19
20.	CVS ³ CCVN ² 20.1 CVS ³ CCVN ²	ป๊อปปลิ้น	3	0.29
21.	CVS ³ CVS ^{1.3} 21.1 CVS ³ CVS ¹ 21.2 CVS ³ CVS ³	ซัพพอร์ต อัปเดต/อัปเดต แอ็คทีฟ วิสคอส	18 4	1.71 0.38
22.	CCVN ⁰ CVN ⁰ 22.1 CCVN ⁰ CVN ⁰	แฟลนเนล/แฟลนแนล	10	0.95
23.	CVN ⁰ CVN ⁰ 23.1 CVN ⁰ CVN ⁰	ออนไลน์	1	0.09
24.	CCVN ⁰ CVS ³ 24.1 CCVN ⁰ CVS ³	ตรายเอ็กซ์	14	1.33
25.	CWS ³ CVN ² 25.1 CWS ³ CVN ²	เลกกิ้ง	8	0.76
26.	CWS ³ CVS ¹ 26.1 CWS ³ CVS ¹	ฮีเทค	34	3.23
27.	CCVS ³ CVS ¹ 27.1 CCVS ³ CVS ¹	กราฟิก คลาสสิก/คลาสสิก พลาสติก	20	1.9
	รวม	70	794	75.33

สรุปผลการวิจัย

หน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ในข้อความโฆษณาสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ภาษาไทย 82 หน่วยคำ มีความถี่ที่พบ 1,054 ครั้ง การศึกษาเรื่องโครงสร้างพยางค์หน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ในข้อความโฆษณาสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ภาษาไทย พบโครงสร้างพยางค์ 2 ลักษณะ ได้แก่ โครงสร้างพยางค์แท้ และโครงสร้างพยางค์เทียม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. โครงสร้างพยางค์แท้ของหน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์

หน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ในข้อความโฆษณาสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ภาษาไทยที่มีโครงสร้างพยางค์แท้ พบ 5 โครงสร้าง จาก 12 หน่วยคำ ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 260 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.67 ลำดับโครงสร้างพยางค์แท้ของหน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ตามจำนวนการพบมากที่สุด ได้ดังนี้

1.1 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ $C(C)V^0CVVN^{0-4}$ เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบมากที่สุดพบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ CV^0CVVN^0 จาก 1 หน่วยคำ คือ สไตล์ ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 209 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.83

1.2 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ $C(C)V^0CVN^{0-4}$ เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมาพบว่า มี 2 โครงสร้าง ได้แก่ (1) CV^0CVN^0 จาก 1 หน่วยคำ คือ ทวีลส์ ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.38 และ (2) CV^3CVN^0 จาก 1 หน่วยคำ คือ ลิโน ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 20 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.90 และมีความถี่ที่ปรากฏรวม 24 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.28

1.3 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ $C(C)V^0CVVS^{1,2}$ เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมาพบว่า มี 3 โครงสร้าง ได้แก่ (1) CV^0CVVS^1 จาก 2 หน่วยคำ คือ สปอร์ต สเวต ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 18 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.71 (2) CV^0CVVS^3 จาก 1 หน่วยคำ คือ สลาฟ ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.09 และ (3) CV^3CVVS^1 จาก 1 หน่วยคำ คือ ยุโรป ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.09 และมีความถี่ที่ปรากฏรวม 20 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.89

1.4 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ $C(C)V^0CVW^{0-4}$ เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมาพบว่า มี 2 โครงสร้าง ได้แก่ (1) CV^0CVW^0 จาก 1 หน่วยคำ คือ สโตร์ ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.09 และ (2) CV^0CVW^2 จาก 2 หน่วยคำ คือ ซิโน่ ปิกเก้ ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.29 และมีความถี่ที่ปรากฏรวม 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.38

1.5 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ $C(C)V^0CVS^{1,3}$ เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบน้อยที่สุดพบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ CV^0CVS^3 จาก 2 หน่วยคำ คือ สต็อก สม็อค ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.29

2. โครงสร้างพยางค์เทียมของหน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์

หน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ในข้อความโฆษณาสินค้าห้อยยูนิโคล่ภาษาไทยที่มีโครงสร้างพยางค์เทียม พบ 27 โครงสร้าง จาก 70 หน่วยคำ ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 794 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 75.33 ลำดับโครงสร้างพยางค์เทียมของหน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ตามจำนวนการพบมากที่สุด ได้ดังนี้

2.1 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ $CV^0CVN^{0.2}$ เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบมากที่สุด พบว่า มี 2 โครงสร้าง ได้แก่ (1) CV^0CVN^0 จาก 3 หน่วยคำ คือ การ์ตูน ดีไซน์ ฮาวาย ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 257 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.38 และ (2) CV^0CVN^2 จาก 1 หน่วยคำ คือ อาเซียน ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.09 และมีความถี่ที่ปรากฏรวม 258 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.47

2.2 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ $CV^0CV^{0.2}$ เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 2 โครงสร้าง ได้แก่ (1) CV^0CV^0 จาก 4 หน่วยคำ คือ เซอร์ปา โบอา โปโล ยูวี ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 47 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.46 และ (2) CV^0CV^2 จาก 7 หน่วยคำ คือ เจอร์ซี่ ซีรีส์ เปเปอร์ พาร์กา เลเซอร์ เลเยอร์ อีซี่ ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 38 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.61 และมีความถี่ที่ปรากฏรวม 85 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.07

2.3 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ CVS^3CVN^2 เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ CVS^3CVN^2 จาก 4 หน่วยคำ คือ คอตตอน แคชชวล ชิฟฟอน บอสตัน ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 85 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.06

2.4 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ $CV^{0.2}CVN^{0.3}$ เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 4 โครงสร้าง ได้แก่ (1) CV^0CVN^0 จาก 4 หน่วยคำ คือ ดีเทล โมเดล เดนิม เรยอน ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 41 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.89 (2) CV^0CVN^2 จาก 3 หน่วยคำ คือ ซีซั่น แฟชั่น โมเดิร์น ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 19 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.80 (3) CV^0CVN^3 จาก 1 หน่วยคำ คือ วูลโลค ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.19 และ (4) CV^2CVN^1 จาก 1 หน่วยคำ คือ ญีปุ่น ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.19 และมีความถี่ที่ปรากฏรวม 64 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.07

2.5 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ $CVN^0CCVN^{0.2}$ เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 2 โครงสร้าง ได้แก่ (1) CVN^0CCVN^0 จาก 1 หน่วยคำ คือ อินเทอร์เน็ต ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 54 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.12 และ (2) CVN^0CCVN^2 จาก 1 หน่วยคำ คือ เซ็นทรัล ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.09 และมีความถี่ที่ปรากฏรวม 55 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.21

2.6 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ CVN^0CVN^2 เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ CVN^0CVN^2 จาก 4 หน่วยคำ คือ ไนลอน ฟังก์ชัน/ฟังก์ชัน ไอคอน ไอเทม ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 37 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.51

2.7 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ $CVVS^3CVS^1$ เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ $CVVS^3CVS^1$ จาก 1 หน่วยคำ คือ ฮีทเทค ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 34 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.23

2.8 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ $CVS^3CVS^{1,3}$ เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบมากที่สุด พบว่า มี 2 โครงสร้าง ได้แก่ (1) CVS^3CVS^1 จาก 1 หน่วยคำ คือ เทคนิค ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.29 และ (2) CVS^3CVS^3 จาก 1 หน่วยคำ คือ แจ็คเก็ต ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 20 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.90 และมีความถี่ที่ปรากฏรวม 23 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.19

2.9 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ $CVS^3CVS^{1,3}$ เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 2 โครงสร้าง ได้แก่ (1) CVS^3CVS^1 จาก 3 หน่วยคำ คือ ซัพพอร์ต อัปเดต/อัปเดต แอ็คทีฟ ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 18 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.71 และ (2) CVS^3CVS^3 จาก 1 หน่วยคำ คือ วิสคอส ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.38 และมีความถี่ที่ปรากฏรวม 22 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.09

2.10 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ CVS^3CVW^2 เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ CVS^3CVW^2 จาก 3 หน่วยคำ คือ จ็อกเกอร์ ดิสนีย์ มิกกี้ ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 20 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.90

2.11 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ $CCVS^3CVS^1$ เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ $CCVS^3CVS^1$ จาก 3 หน่วยคำ คือ กราฟิก คลาสสิก/คลาสสิก พลาสติก ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 20 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.90

2.12 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ $CCWN^0CVS^3$ เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ $CCWN^0CVS^3$ จาก 1 หน่วยคำ คือ ดราเอ็กซ์ ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 14 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.33

2.13 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ CW^0CVS^1 เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ CW^0CVS^1 จาก 3 หน่วยคำ คือ ทุนิก/ทุนิค เพอร์เฟค รีแลกซ์/รีแล็กซ์ ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.95

2.14 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ $CCVN^0CVN^0$ เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ $CCVN^0CVN^0$ จาก 1 หน่วยคำ คือ แพลนเนล/แพลนแนล ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.95

2.15 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ $CVVS^3CVN^2$ เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ $(CVVS^3CVN^2$ จาก 1 หน่วยคำ คือ เลกกิ้ง ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 8 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.76

2.16 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ CVN^0CCW^2 เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ CVN^0CCW^2 จาก 1 หน่วยคำ คือ อัลตรา/อัลตรา ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 7 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.66

2.17 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ CVN^0CVS^1 เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ CVN^0CVS^1 จาก 1 หน่วยคำ คือ วินเทจ ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 7 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.66

2.18 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ CCW^0CVN^2 เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ CCW^0CVN^2 จาก 1 หน่วยคำ คือ พรีเมียม ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.57

2.19 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ CVN^0CVS^1 เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ CVN^0CVS^1 จาก 3 หน่วยคำ คือ คอมแพค เซลเวจ ไฮเทค ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.57

2.20 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ CVN^0CVN^0 เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ CVN^0CVN^0 จาก 2 หน่วยคำ คือ บอลูน ฟินแลนด์ ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.47

2.21 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ CCW^0CVN^2 เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ CCW^0CVN^2 จาก 1 หน่วยคำ คือ ดราก้อน ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.38

2.22 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ CVN^0CVW^2 เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 2 โครงสร้าง ได้แก่ (1) CVN^0CVW^2 จาก 2 หน่วยคำ คือ ซัมเมอร์ มินนี่ ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.19 และ (2) CVN^3CVW^0 จาก 1 หน่วยคำ คือ เอาท์ดอร์ ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.19 และมีความถี่ที่ปรากฏรวม 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.38

2.23 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ CVN^0CCVS^1 เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ CVN^0CCVS^1 จาก 1 หน่วยคำ คือ อังกฤษ ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 3 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 0.29

2.24 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ CVS^3CCVN^2 เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ CVS^3CCVN^2 จาก 1 หน่วยคำ คือ ปอปปลิ้น ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.29

2.25 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ CVS^3CCW^2 เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ CVS^3CCW^2 จาก 1 หน่วยคำ คือ เอ็กซ์ตรา ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.19

2.26 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ CVN^0CCVVS^3 เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ CVN^0CCVVS^3 จาก 1 หน่วยคำ คือ คอมพลีท ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.09

2.27 โครงสร้างคำสองพยางค์แบบ $CVVN^0CVVN^0$ เป็นโครงสร้างพยางค์ที่พบรองลงมา พบว่า มี 1 โครงสร้าง ได้แก่ $CVVN^0CVVN^0$ จาก 1 หน่วยคำ คือ ออนไลน์ ซึ่งมีความถี่ที่ปรากฏรวม 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.09

อภิปรายผลการวิจัย

ภาษาอังกฤษมีบทบาทในฐานะภาษากลางในการสื่อสารของสังคมไทย เริ่มตั้งแต่ประเทศไทยเข้าร่วมเป็นสมาชิกของประชาคมอาเซียน (ASEAN community) อย่างไรก็ตามเมื่อภาษาอังกฤษไม่ใช่ภาษาแม่หรือภาษาที่หนึ่งของสังคมไทย (ณิรวัลย์ ปั่นทอง และอภิสิทธิ์ ธรรมทวีธิกุล. 2558, หน้า 141) ผู้ใช้ภาษาอังกฤษในสังคมไทยจึงออกเสียงภาษาอังกฤษตามวิธีการอ่านคำไทย

หน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทยพบว่าใช้มากที่สุดเมื่อเทียบกับหน่วยคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษหนึ่งพยางค์ สามพยางค์ สี่พยางค์ และมากกว่าสี่พยางค์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคำนาม ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนคำสองพยางค์ที่ใช้ในภาษาไทยโดยทั่วไป (เหมย หาน และชลลดา ดาราฉาย. 2564, หน้า 61) ดังหลักฐานในพจนานุกรมคำใหม่ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน สะท้อนให้เห็นปรากฏการณ์คำสองพยางค์ว่าเป็นโครงสร้างหน่วยคำที่ใช้ในภาษาไทยมากที่สุดทั้งคำไทยและคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษ

เมื่อพิจารณาการออกเสียงของผู้ใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในสังคมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเสียงพยัญชนะต้นควบในภาษาอังกฤษที่ไม่มีในระบบเสียงภาษาไทย พบว่าผู้ใช้ภาษาอังกฤษในสังคมไทยออกเสียงแบบวิธีการอ่านคำเรียงพยางค์ ดังหน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย จำนวน 8 หน่วยคำ ได้แก่ สไตร์ ทวิลล์ สต็อก สมีอค สไตร์ สปอร์ต สเวต และสลาฟ

หน่วยคำในคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษดังกล่าวล้วนออกเสียงอย่างคำสองพยางค์แต่ตามลักษณะคำสองพยางค์ในภาษาไทย กล่าวคือ พยางค์แรกเป็นพยางค์เบาปกติ $C(C)V^T$ ซึ่งมีหน่วยเสียงสระเป็นหน่วยเสียง /a/ ทั้งสิ้น (กาญจนา นาคสกุล. 2556, หน้า 188) และหน่วยคำในคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษดังกล่าวจำนวนหนึ่งตรงตามโครงสร้างคำสองพยางค์แท้ในภาษาไทย ได้แก่ หน่วยคำในคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ สไตร์ มีโครงสร้างพยางค์แบบ CV^0CW^0 ตรงตามโครงสร้างคำสองพยางค์แท้ในภาษาไทย เช่น คำว่า มะกา หน่วยคำในคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ ทวิลล์

มีโครงสร้างพยางค์แบบ CV⁰CVN⁰ ตรงตามโครงสร้างคำสองพยางค์แท้ในภาษาไทย เช่น คำว่า กะเอว ส่วนหน่วยคำในคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษอีกจำนวนหนึ่งที่มีโครงสร้างพยางค์ไม่ตรงตามคำสองพยางค์แท้ในภาษาไทย ได้แก่ หน่วยคำในคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ สต็อก และ สมีอค มีโครงสร้างพยางค์แบบ CV⁰CVS³ โครงสร้างพยางค์ที่ใกล้เคียงกับภาษาไทย คือ CV⁰CCVS³ เช่น คำว่า มะพลับ และ C(C)V⁰CCVS³ เช่น คำว่า ประพฤติ และหน่วยคำในคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ สไตล์ มีโครงสร้างพยางค์แบบ CV⁰CVVN⁰ โครงสร้างพยางค์ที่ใกล้เคียงกับภาษาไทย คือ CV⁰CCVVN⁰ เช่น คำว่า มะปราง และ C(C)V⁰CVVN⁰ เช่น คำว่า ตระกูล (กาญจนา นาคสกุล. 2556, หน้า 188-189) การยืมคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษมาใช้ในภาษาไทยนอกจากจะทำให้คำใช้เพิ่มขึ้นในภาษาไทยแล้ว ยังทำให้โครงสร้างพยางค์เพิ่มขึ้นอีกด้วย

ผลการวิจัยเรื่องโครงสร้างพยางค์หน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ ในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทยฉบับนี้ พิจารณาตามแนวคิดโครงสร้างคำสองพยางค์ในภาษาไทย (กาญจนา นาคสกุล. 2556, หน้า 187-195) เช่นเดียวกับงานวิจัยเรื่องการออกเสียงวรรณยุกต์ในคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในภาษาไทย (เสาวลักษณ์ แซ่ลี. 2556, หน้า 23-27) กล่าวคือ จำแนกลักษณะการออกเสียงคำสองพยางค์ 2 แบบ ได้แก่ โครงสร้างคำสองพยางค์แท้ ที่พยางค์แรกเป็นพยางค์เบาและพยางค์ที่สองเป็นพยางค์ลงน้ำหนัก และโครงสร้างคำสองพยางค์เทียม ที่ลงน้ำหนักเสียงทั้งพยางค์แรกและพยางค์ที่สองเท่ากัน และจำแนกหน่วยเสียงวรรณยุกต์ตามแนวคิดเรื่องคำเป็นกับคำตาย พบว่าหน่วยเสียงวรรณยุกต์สอดคล้องกับโครงสร้างคำสองพยางค์แบบ CV⁰CVS³ และ CV⁰CVVN⁰ ในหน่วยคำในคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ ในงานวิจัยเรื่องโครงสร้างพยางค์หน่วยคำในคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทย ซึ่งโครงสร้างพยางค์ดังกล่าวไม่ตรงตามคำสองพยางค์แท้ในภาษาไทย ได้แก่ สลิป และสแนก (CV⁰CVS³) และสแกน (CV⁰CVVN⁰) ตามลำดับ

การพบคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ที่มีโครงสร้างพยางค์แบบพยางค์เทียมมากกว่าคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ที่มีโครงสร้างพยางค์แบบพยางค์แท้ เนื่องจากคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ที่มีโครงสร้างแบบพยางค์เทียมเกิดจากการเติมหน่วยคำเติมเพื่อให้ได้ความหมายใหม่ เช่น คำว่า เซ็นทรัล (central) เกิดจากหน่วยคำ center ประกอบกับ -al ซึ่งเป็นปัจจัยเปลี่ยน (derivational suffix) แต่ไม่ทำให้ความหมายเปลี่ยน (Natthaphong Buntham. 2558; อุดม วโรตม์สิขดิษฐ์. 2563, หน้า 131) เช่นเดียวกับคำว่า แฟชั่น (fashion) ที่เกิดจากหน่วยคำ facere ในภาษาละติน ที่แปลว่า การสร้าง (to make) (คาลิล พิศสุวรรณ, ม.ป.ป.) ประกอบกับ -ion ซึ่งเป็นปัจจัยเปลี่ยน (derivational suffix) (อุดม วโรตม์สิขดิษฐ์. 2563, หน้า 131) ปัจจุบันใช้ในความหมายเชิงสังคมวิทยาว่าการเป็นคนแรกกับสิ่งล่าสุด (being first with the latest) (คาลิล พิศสุวรรณ. ม.ป.ป.)

ขณะที่คำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษสองพยางค์ที่มีโครงสร้างพยางค์แบบพยางค์แท้เป็นหน่วยคำเดียวที่ไม่ได้เกิดจากการสร้างคำหรือประกอบคำขึ้นใหม่ แต่คำหน่วยคำที่ประกอบด้วยเสียงพยัญชนะต้นควบที่ไม่มีในระบบเสียงภาษาไทย ผู้ใช้ภาษาอังกฤษในสังคมไทยจึงอ่านคำแบบเรียงพยางค์ โดยมีโครงสร้างพยางค์พยางค์แรกแบบพยางค์เบาปกติ C(C)V⁰ (กาญจนา นาคสกุล. 2556, หน้า 182) ไม่ใช่คำที่ประกอบด้วย หน่วยคำหลายหน่วยในภาษาอังกฤษ หรือการสร้างคำโดยการประสมคำหรือการซ้อนคำอย่างคำในภาษาไทย

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

เป็นกรณีศึกษาสำหรับผู้สนใจศึกษาด้านระบบเสียงภาษาไทย เนื่องจากเป็นข้อค้นพบของคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษในภาษาไทยในสภาพปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา นาคสกุล. (2554). ระบบเสียงภาษาไทย. ในกาญจนา นาคสกุล และคณะ (บ.ก.), **บรรทัดฐานภาษาไทย เล่ม 1: ระบบเสียง อักษรไทย การอ่านคำและการเขียนสะกดคำ** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สถาบันภาษาไทย สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษาสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- _____. (2556). **ระบบเสียงภาษาไทย** (พิมพ์ครั้งที่ 7 ฉบับแก้ไขปรับปรุง). กรุงเทพฯ: โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คาลิล พิศสุวรรณ. (ม.ป.ป.). **World Fashion ไครบอกกันว่าแฟชั่นเป็นเรื่องของสังคมตะวันตก**, สืบค้น 14 กันยายน 2564, จาก <https://adaymagazine.com/world-fashion>
- ณิรวัลย์ ปั่นทอง และอภิสิทธิ์ ธรรมทวีกิจ. (2558). การเน้นพยางค์และการลดรูปสระในพยางค์ไม่เน้นในภาษาอังกฤษของนักเรียนโรงเรียนสองภาษา. **วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา**, 23(41), 139-155.
- มาลินี บุญยรัตพันธุ์. (2559). **การวิจัยในชั้นเรียน**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิมาลี วิวัฒนกุลพาณิชย์. (2561). **ย้อนรอยความสำเร็จ UNIQLO ก่อนก้าวสู่แบรนด์ขวัญใจมหาชน**. สืบค้น 17 กันยายน 2564, จาก <https://www.smethailandclub.com/market-ing-1918-id.html>.
- เสาวลักษณ์ แซ่ลี้. (2556). การออกเสียงวรรณยุกต์ในคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในภาษาไทย. **วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**, 13(1), 17-32.

- เหมย หาน และชลมาณ ดาราฉาย. (2564). โครงสร้างและประเภทของพยางค์ของคำใน พจนานุกรมคำใหม่ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏจอมบึง สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 9(1), 54-70.
- อดุลย์ ไทรเล็กทิม. (2561). งานวิจัยสำหรับครูภาษาไทย. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อนันต์ เหล่าเลิศวรกุล. (2553ก). การยืมภาษา. ใน วัลยา ช่างขวัญยืน และคณะ (บ.ก.), **บรรทัดฐาน ภาษาไทย เล่ม 2: คำ การสร้างคำและการยืมคำ** (พิมพ์ครั้งที่ 2). (หน้า 100-112). กรุงเทพฯ: สถาบันภาษาไทย สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษาสำนักงานคณะกรรมการ การศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- _____. (2553ข). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคำ. ใน วัลยา ช่างขวัญยืน และคณะ (บ.ก.), **บรรทัดฐาน ภาษาไทย เล่ม 2: คำ การสร้างคำและการยืมคำ** (พิมพ์ครั้งที่ 2). (หน้า 1-12). กรุงเทพฯ: สถาบันภาษาไทย สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษาสำนักงานคณะกรรมการการศึกษา ขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- _____. (2553ค). คำยืมภาษาอังกฤษ. ใน วัลยา ช่างขวัญยืน และคณะ (บ.ก.), **บรรทัดฐาน ภาษาไทย เล่ม 2: คำ การสร้างคำและการยืมคำ** (พิมพ์ครั้งที่ 2). (หน้า 252-287). กรุงเทพฯ: สถาบันภาษาไทย สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษาสำนักงานคณะกรรมการการศึกษา ขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- อุดม วโรตม์สิกขดิษฐ์. (2563). **ภาษาศาสตร์เบื้องต้น** (พิมพ์ครั้งที่ 24). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- matemate. (2559, กรกฎาคม 11). **มาหาคำตอบกันว่า ทำไมคนไทยถึงชอบใส่เสื้อผ้าแบรนด์ ยูนิโคล่ (UNIQLO)**. สืบค้น 1 พฤษภาคม 2564, จาก <https://brandinside.asia/why-thai-like-uniqlo-brand/>.
- Natthaphong Buntham. (2558). **เรียนศัพท์จากราก ตอนที่ 2**. สืบค้น 14 กันยายน 2564, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/590494>.
- TopTen. (2564). **‘Uniqlo’ พงาดแซง ‘Zara’ ขึ้นแท่นบริษัทแฟชั่นที่ใหญ่ที่สุดของโลก**. สืบค้น 17 กันยายน 2564, จาก <https://positioningmag.com/1319840>.