

หน่วยคำคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียว ในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ประเทศไทย One-syllable English-Thai Transliterated Words in Advertisements for Products of UNIQLO Thailand

วันที่รับบทความ: 27 เมษายน 2564

จอมขวัญ สุทธินนท์¹

วันที่แก้ไขบทความ: 17 มิถุนายน 2564

วันที่ตอบรับบทความ: 25 มิถุนายน 2564

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อนำเสนอผลการวิเคราะห์หน่วยคำคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ประเทศไทยด้านการทับศัพท์และส่วนประกอบของพยางค์ แหล่งข้อมูลคือ จดหมายข่าวที่อยู่ในรูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ของ UNIQLO Thailand ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2562- 30 กันยายน 2563 รวมข้อความโฆษณา 836 ข้อความ มีหน่วยคำคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียว 45 หน่วยคำ ผลการวิเคราะห์ด้านการทับศัพท์พบหน่วยคำที่ทับศัพท์ตามหลักเกณฑ์ 31 หน่วยคำ ปรากฏความถี่ 222 ครั้ง ตรงตามหลักการทับศัพท์ 4 ประเด็น ได้แก่ การทับศัพท์ที่ตรงตามตารางเทียบเสียงสระและพยัญชนะภาษาอังกฤษพบมากที่สุด รองลงมาได้แก่การทับศัพท์ที่ตรงตามหลักการใช้เครื่องหมายทัณฑฆาต การทับศัพท์ที่ตรงตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน และการทับศัพท์ที่ตรงตามหลักการทับศัพท์กรณีพยัญชนะซ้อนตามลำดับ และพบหน่วยคำที่ทับศัพท์ไม่ตรงตามหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษ 14 หน่วยคำ ปรากฏความถี่ 267 ครั้ง ผิดจากหลักการทับศัพท์ 4 ประเด็น ได้แก่ การทับศัพท์ไม่ตรงตามตารางเทียบเสียงสระและพยัญชนะภาษาอังกฤษพบมากที่สุด รองลงมาได้แก่การใช้เครื่องหมายวรรณยุกต์ การใช้ไม้ไต่คู้ และการทับศัพท์ไม่ตรงตามตารางเทียบเสียงสระและพยัญชนะภาษาอังกฤษ และไม่ตรงตามหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษกรณีการใช้ตัวสะกดร่วมกับการใช้เครื่องหมายวรรณยุกต์ตามลำดับ ส่วนผลการวิเคราะห์ด้านส่วนประกอบของพยางค์พบหน่วยคำที่มีพยางค์แบบต่าง ๆ 5 แบบ ได้แก่ พยางค์แบบ C(C)VS^{1,3} พบมากที่สุด รองลงมาได้แก่พยางค์แบบ C(C)VS^{1,2} พยางค์แบบ C(C)VVN⁰⁻⁴ แบบ C(C)W⁰⁻⁴ และพยางค์แบบ C(C)VN⁰⁻⁴ ตามลำดับ

คำสำคัญ: การทับศัพท์ ส่วนประกอบของพยางค์ หน่วยคำ ข้อความโฆษณา ยูนิโคล่

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาสังคม วัฒนธรรม และการพัฒนามนุษย์ คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
e-mail: jomkwan.sud@psu.ac.th

One-syllable English-Thai Transliterated Words in Advertisements for Products of UNIQLO Thailand

Received: April 27, 2021

Jomkwan Sudhinont¹

Revised: June 17, 2021

Accepted: June 25, 2021

Abstract

The objective this research is to present an analysis of morphemes in one-syllable English-Thai transliterated words used in advertisements for products of UNIQLO Thailand focusing on the transliteration and syllable structure. Data were collected from UNIQLO Thailand e-newsletters issued between 1 October 2019 and 30 September 2020 containing a total of 836 statements in which there were 45 morphemes in one-syllable English-Thai transliterated words. The results of the analysis revealed 31 morphemes which were transliterated correctly according to English-Thai transliteration rules, and the frequency of which was 222 times. These morphemes were correctly transliterated in four aspects as follows. Transliteration in accordance with the comparison table of English vowel sounds and consonant sounds was the most frequently found, followed by transliteration in accordance with the use of the mark dictate in a silent letter, transliteration in accordance with the Royal Institute Dictionary of the Thai Language, and transliteration in accordance with the rules for words containing double letters, respectively. There were 14 morphemes found to be incorrectly transliterated, and the frequency was 267 times. The most frequently found aspect was transliteration that was not in accordance with the comparison table of English vowel sounds and consonant sounds, followed by the incorrect use of the tone markers, the incorrect use of the short vowel marker, and transliteration that was not in accordance with the comparison table of English vowel sounds and consonant sounds when used with a final consonant and a tone maker combined. Syllabic analysis revealed five patterns of syllable structure, and the most frequently found was $C(C)VS^{1,3}$, followed by $C(C)WS^{1,2}$, $C(C)WN^{0-4}$, $C(C)W^{0-4}$, and $C(C)VN^{0-4}$, respectively.

Keywords: transliteration, syllable structure, phoneme, advertisement, UNIQLO

¹ Asst.Prof.Dr., Department of Society, Culture and Human Development, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hat Yai Campus
e-mail: jomkwan.sud@psu.ac.th

บทนำ

หน่วยคำ (morpheme) เป็นหน่วยเล็กที่สุดในภาษาที่มีความหมาย คำ 1 คำ ต้องมีหน่วยคำเป็นองค์ประกอบอย่างน้อย 1 หน่วย และหน่วยคำในภาษาไทยมีพยางค์อย่างน้อย 1 พยางค์ ซึ่งเป็นหน่วยคำอิสระที่สามารถปรากฏหรือใช้ตามลำพังโดยไม่ต้องประกอบกับหน่วยคำอื่น เช่น ฟาง (1 พยางค์) ขนม (2 พยางค์) มรดก (3 พยางค์) และ กระจีกระจวด (4 พยางค์) และหน่วยคำในภาษาไทยส่วนใหญ่ก็มีพยางค์เดียว (อนันต์ เหล่าเลิศวรกุล, 2553ข, หน้า 14, 18 และ 20) ส่วนคำที่มีหลายพยางค์คือคำประสมหรือคำที่มาจากภาษาต่างประเทศ (กาญจนา นาคสกุล, 2554, หน้า 43) อันเป็นการเปลี่ยนแปลงของภาษาไทยที่ได้รับอิทธิพลจากคำยืม อย่างไรก็ตามคำยืมภาษาต่างประเทศพยางค์เดียวก็นับเป็นจำนวนมาก

คำยืมส่งผลต่อสังคมไทยด้านการมีคำศัพท์เพิ่มขึ้น ซึ่งอาจเป็นศัพท์ที่พูดถึงสิ่งใหม่ ความคิดใหม่ในสังคมไทย หรืออาจเป็นศัพท์ที่พูดถึงสิ่งเดิม ความคิดเดิมในสังคมไทย เมื่อพิจารณาคำในภาษาไทยจะพบว่า คำศัพท์ส่วนใหญ่เกิดมาจากคำยืม (วิไลวรรณ ขนิษฐนันท์, 2526, หน้า 136 และ 139) กล่าวคือเมื่อเกิดการยืมภาษา จะเกิดการยืมหรือวัฒนธรรมใหม่ควบคู่ไปด้วย (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2555, หน้า 143)

คำยืมภาษาอังกฤษเกิดขึ้นในสังคมไทยตั้งแต่สมัยอยุธยา เนื่องจากไทยกับอังกฤษได้ติดต่อกัน ลักษณะคำยืมภาษาอังกฤษโดยการทับศัพท์มักมีการเปลี่ยนแปลงเสียงให้เข้ากับระบบเสียงภาษาไทย ทั้งปรับเสียงพยัญชนะต้น เช่น กอล์ฟ (ปรับเสียงพยัญชนะต้นจาก /g/ เป็น /k/) และเสียงพยัญชนะท้าย เช่น แก๊ส (ปรับเสียงพยัญชนะท้ายจาก /s/ เป็น /t/) ตัดเสียงพยัญชนะตำแหน่งที่ 1 ของเสียงพยัญชนะท้ายประสม เช่น การ์ด (ตัดเสียง /r/) และตัดพยางค์ในกรณีที่ไม่เป็นทางการ เช่น แอร์ (ตัดพยางค์มาจากคำว่า air-conditioner ในภาษาอังกฤษ) (อนันต์ เหล่าเลิศวรกุล, 2553ก, หน้า 253 และ 260)

ภาษาโฆษณาเป็นภาษาเฉพาะกิจซึ่งเป็นการเลียนแบบภาษาของกลุ่มหนึ่งที่ยืมใช้คำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษ เพื่อให้แปลกและดึงดูดให้สนใจ (ประคอง นิมนานเหมินทร์, 2555, หน้า 83 และ 89) การโฆษณาของมีลักษณะการใช้คำยืมที่น่าสนใจ ยูนิโคล่ (UNIQLO) เป็นยี่ห้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าและของที่ที่มีผ้าเป็นองค์ประกอบ เช่น กระเป๋า ร่ม ผ้าห่ม ที่ได้รับความนิยมทั่วโลก รวมถึงประสบความสำเร็จในประเทศไทยด้านการขายและการสร้างยี่ห้อ เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19) จึงทำให้ยี่ห้อยูนิโคล่เปิดช่องทางการขายรูปแบบออนไลน์ เพื่อความสะดวกของลูกค้า (ประชาชาติธุรกิจ, 2564, เมษายน 11)

จดหมายข่าวที่อยู่ในรูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ [email] UNIQLO Thailand (enews@ml.uniqlo.co.th) เป็นสื่อเฉพาะกิจลักษณะหนึ่งที่ยี่ห้อยูนิโคล่ประเทศไทยใช้สื่อสารกับลูกค้า ด้วยจดหมายข่าวมีลักษณะเด่น คือ ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อความโฆษณาสินค้าที่ยี่ห้อยูนิโคล่ประเทศไทยได้ตลอดเวลา โดยที่ข้อมูลจะไม่เปลี่ยนแปลง และจะไม่หายไป

ด้วยความเป็นมาและความสำคัญของหน่วยคำ คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ และข้อความโฆษณาสินค้าที่ยี่ห้อยูนิโคล่ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาหน่วยคำคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความ

โฆษณาสินค้าที่อยู่ในโคลประเทศไทยด้านการทับศัพท์และส่วนประกอบของพยางค์ ซึ่งน่าจะสะท้อนให้เห็นลักษณะของการใช้หน่วยคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในภาษาไทยปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการทับศัพท์ของหน่วยคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้าที่อยู่ในโคลประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาส่วนประกอบของพยางค์ของหน่วยคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้าที่อยู่ในโคลประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร

ข้อความโฆษณาสินค้าที่อยู่ในโคลประเทศไทยจากจดหมายข่าวที่อยู่ในรูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ [email] ขอ UNIQLO Thailand (enews@ml.uniqlo.co.th) ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2562–30 กันยายน พ.ศ. 2563 จำนวน 836 ข้อความ ซึ่งนอกจากผู้วิจัยสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ตลอดเวลาแล้ว ยังเป็นข้อมูลที่จะไม่เปลี่ยนแปลง และจะไม่หายไป หรือไม่มีการแทนที่ด้วยข้อความโฆษณาสินค้าใหม่ตามการเปลี่ยนแปลงของเวลาเนื่องจากเป็นข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ตารางสำหรับบันทึกหน่วยคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้าที่อยู่ในโคลประเทศไทยด้านการทับศัพท์ ซึ่งจำแนกให้เห็นการวิเคราะห์การใช้อักษรไทยแทนหน่วยเสียงพยัญชนะต้น สระ ตัวสะกดและตัวการันต์ของหน่วยคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2532, หน้า 440-455)

2.2 ตารางสำหรับบันทึกหน่วยคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้าที่อยู่ในโคลประเทศไทยด้านส่วนประกอบของพยางค์ ซึ่งใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ แทนหน่วยเสียงอันเป็นส่วนประกอบของพยางค์หนัก (stressed syllable) ซึ่งเป็นพยางค์ที่มีส่วนประกอบสมบูรณ์ที่สามารถออกเสียงและปรากฏได้ตามลำพัง (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. การเก็บรวบรวมข้อมูล

รวบรวมหน่วยคำคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ประเทศไทยจากข้อความโฆษณาเลื่อนขึ้นในสตรีทียี่ห้อยูนิโคล่ภาษาไทยจากจดหมายข่าวที่อยู่ในรูปแบบจดหมาย อีเล็กทรอนิกส์ ([email] ของ UNIQLO Thailand (enews@ml.uniqlo.co.th)) เนื่องจากเป็นข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา โดยที่ข้อมูลจะไม่เปลี่ยนแปลง และจะไม่ให้หายไป หรือมีการแทนที่ด้วยข้อความโฆษณาสินค้าใหม่ตามการเปลี่ยนแปลงของเวลา ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2562–30 กันยายน พ.ศ. 2563 เพื่อแสดงให้เห็นปรากฏการณ์การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในภาษาไทยในสภาพปัจจุบัน จำนวน 836 ข้อความ มีหน่วยคำคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ประเทศไทยจำนวน 45 คำ ปรากฏความถี่ 489 ครั้ง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์หน่วยคำคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ประเทศไทยด้านการทับศัพท์ ตามแนวคิดหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษ (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2532, หน้า 440-455)

4.2 วิเคราะห์หน่วยคำคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ประเทศไทยด้านส่วนประกอบของพยางค์ ตามแนวคิดส่วนประกอบของพยางค์ตามประเภทพยางค์หนักในภาษาไทย (กาญจนา นาคสกุล, 2556, หน้า 170-182)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 การทับศัพท์

จากการศึกษาพบ หน่วยคำคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ประเทศไทยจำนวน 45 คำ ปรากฏความถี่ 489 ครั้ง พบทั้งการทับศัพท์ตามหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษ (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2532) และการทับศัพท์ไม่ตรงตามหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษ ดังนี้

1) การทับศัพท์ตามหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษ

หน่วยคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้าอยู่ไนโคลประเทศไทย ที่ทับศัพท์ตรงตามหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษมี 31 หน่วยคำ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 หน่วยคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้าอยู่ไนโคลประเทศไทยที่ทับศัพท์ตามหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษ

คำ ภาษาอังกฤษ	หน่วยคำ คำทับศัพท์ ภาษาอังกฤษ	พยัญชนะ ต้น	สระ	ตัวสะกด	ความถี่ (ครั้ง)	คิดเป็น ร้อยละ
1.1) การทับศัพท์ตรงตามตารางเทียบเสียงสระและพยัญชนะภาษาอังกฤษ						
1) A	เอ	-	a = เอ	-	10	4.51
2) V	วี	w = ว	i = อี	-	18	8.11
3) bra	บรา	br = พร	a = อา	-	16	7.21
4) cool	คูล	c = ค	oo = อู	l = ล	1	0.45
5) zip	ซิป	s (+สระ) = ซ	i = อี	p = ป	10	4.51
6) touch	ทัช	t = ท	ou = อะ	ch = ช	2	0.90
7) tone	โตน	t = ท	o = โอ	ne = น	4	1.80
8) pad	แพด	p = พ	a = แอ	d = ด	1	0.45
9) foot	ฟุต	f = ฟ	oo = อู	t = ต	8	3.61
10) fan	แฟน ๆ	f = ฟ	a = แอ	n = น	3	1.35
11) wool	วูล	w = ว	oo = อู	l = ล	2	0.90
12) crepe	เครป	cr = คร	e = เอ	p = ป	3	1.35
13) drape	เดรป	dr = ดร	a = เอ	pe = ป	1	0.45
14) dress	เดรส	dr = ดร	e = เอ	ss = ส	3	1.35
15) brush	บรัช	br = พร	u = อะ	sh = ช	1	0.45
16) fleece	ฟลีช	fl = ฟล	ee = อี	ce = ซ	39	17.57
					122	54.97
1.2) การทับศัพท์กรณีคำศัพท์ที่ใช้กันมานานจนถือเป็นคำไทยและปรากฏในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานแล้ว						
1) shirt	เชิ้ต	sh = ช	ir = เออ	t = ต	24	10.81
2) block	บล็อก	bl = บล	o = ออ	ck = ก	1	0.45

คำ ภาษาอังกฤษ	หน่วยคำ คำทับศัพท์ ภาษาอังกฤษ	พยัญชนะ ต้น	สระ	ตัวสะกด	ความถี่ (ครั้ง)	คิดเป็น ร้อยละ
					25	11.26
1.3) การทับศัพท์กรณีการใช้เครื่องหมายทัศนธาตุ						
1.3.1) พยัญชนะตัวที่ไม่ออกเสียงในภาษาไทย ให้ใส่เครื่องหมายทัศนธาตุกำกับไว้						
1) warm	วอร์ม	w = ว	a = ออ	rm = ร็ม	3	1.35
2) surrealism	เซอร์	s (+สระ) = ซ	u(r) = เออ	r = ร์	1	0.45
3) down	ดาวน์	d = ด	ow = อาว	n = น์	11	4.96
4) bow	โบว์	b = บ	o(w) = โอ	w = ว์	4	1.80
5) mix	มิกซ์	m = ม	i = อี	x = กซ์	7	3.15
6) mouse	เมาส์	m = ม	ou = เอา	se = ซ	8	3.60
7) live	ไลฟ์	l = ล	i = ไอ	f = ฟ์	3	1.35
8) and	แอนด์	-	a = แอ	nd = นด์	6	2.70
9) trend	เทรนด์	tr = ทร	e = เอ	nd = นด์	4	1.80
10) blouse	เบลาส์	bl = บล	ou = เอา	s = ส	18	8.11
11) brand	แบรนด์	br = บร	a = แอ	nd = นด์	5	2.25
					71	31.97
1.3.2) คำหรือพยางค์ที่มีพยัญชนะไม่ออกเสียงอยู่หน้าตัวสะกดที่ยังมีพยัญชนะตามหลังมาอีก ให้ ตัดพยัญชนะที่อยู่หน้าตัวสะกดออก และใส่เครื่องหมายทัศนธาตุไว้บนพยัญชนะตัวสุดท้าย						
12) world	เวิลด์	w = ว	or = เออ	ld = ล์ด	1	0.45
					71	31.97
1.4) การทับศัพท์กรณีพยัญชนะซ้อน						
1) ball	บอล	b = บ	o = ออ	l = ล	4	1.80
					4	1.80
รวม					222	100

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่า หน่วยคำคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ประเทศไทย ใช้การทับศัพท์ตามหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษจำนวน 31 หน่วยคำ ปรากฏความถี่ 222 ครั้ง เรียงลำดับการปรากฏความถี่จากมากไปหาน้อยดังนี้ การทับศัพท์ที่ตรงตามตารางเทียบเสียงสระและพยัญชนะภาษาอังกฤษพบ มากที่สุด 16 หน่วยคำ มีความถี่ 122 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 54.97 ลำดับต่อมาคือการทับศัพท์ที่ตรงตามหลักการใช้เครื่องหมายทัศนธาตุ พบ 12

หน่วยคำ มีความถี่ 71 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.97 ลำดับที่ 3 คือการทับศัพท์ที่ตรงตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พบ 2 หน่วยคำ มีความถี่ 25 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.26 และลำดับที่ 4 คือการทับศัพท์ที่ตรงตามหลักการทับศัพท์กรณีพยัญชนะซ้อน พบน้อยที่สุด จำนวน 1 หน่วยคำ มีความถี่ 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.80

2) การทับศัพท์ไม่ตรงตามหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษ

หน่วยคำคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้าห้อยนิโคลประเทศไทย ที่ทับศัพท์ไม่ตรงตามหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษมี 14 หน่วยคำ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 หน่วยคำคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้าห้อยนิโคลประเทศไทยที่ทับศัพท์ไม่ตรงตามหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษ

คำ ภาษาอังกฤษ	หน่วยคำ คำทับศัพท์ ภาษาอังกฤษ	พยัญชนะ ต้น	สระ	ตัวสะกด	ความถี่ (ครั้ง)	คิดเป็น ร้อยละ
1) การทับศัพท์ไม่ตรงตามตารางเทียบเสียงสระและพยัญชนะภาษาอังกฤษ						
1.1) พยัญชนะต้น						
1) shade	เฉด	sh = ช	a = เอ	de = ด	1	0.38
1.2) ตัวสะกด						
2) cut	คัท	c = ค	a = อะ	t = ต	8	3
3) cup	คัพ	c = ค	a = อะ	p = ป	17	6.37
4) chic	ซิค	ch = ช	i = อี	c = ก	5	1.87
5) match	แมทซ์	m = ม	a = แอ	tch = ตซ์	43	16.11
6) look	ลุค	l = ล	oo = อู	k = ก	87	32.58
1.3) ตัวการันต์						
1.3.1) การใช้เครื่องหมายแทนขนาดตรงตามหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษ แต่แย้งกับการทับศัพท์กรณีคำศัพท์ที่ใช้กันมานานจนถือเป็นคำไทยและปรากฏในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานแล้ว						
7) jeans	ยีนส์ ²	j = จ	ea = อี	ns = นส์	34	12.73
1.3.2) การใช้ตัวการันต์ไม่ตรงตามตารางเทียบเสียงสระและพยัญชนะภาษาอังกฤษ						
8) soft	ซอฟท์	s (+สระ) = ซ	o = ออ	ft = ฟต์	1	0.38

² ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานไม่ใช้ตัว ย ในการทับศัพท์

คำ ภาษาอังกฤษ	หน่วยคำ คำทับศัพท์ ภาษาอังกฤษ	พยัญชนะ ต้น	สระ	ตัวสะกด	ความถี่ (ครั้ง)	คิดเป็น ร้อยละ
9) light	ไลท์	l = ล	i = ไอ	gh (ไม่ออกเสียง) t = ต์	4	1.5
1.4) สระและตัวสะกด						
10) dry	ดราย	dr = ดร	y = ไย	-	20	7.49
					220	82.41
2) การใช้ไม่ได้คู่						
2.1) การใช้ไม่ได้คู่แล้วทำให้เสียงของคำทับศัพท์ต่างไปจากเสียงที่ออกเสียงจริง						
1) bag	แบ็ก ³	b = บ	a = แอ	g = ก	5	1.87
2.2) การใช้ไม่ได้คู่ไม่ตรงตามหลักเกณฑ์ด้วยตัวสะกดทำให้หน่วยคำทับศัพท์นั้นต่างจากภาษาไทยอยู่แล้ว						
2) top ⁴	ท็อป	t = ท	o = ออ	p = ป	3	1.12
					8	2.99
3) การใช้เครื่องหมายวรรณยุกต์						
1) hood	ฮู้ด	h = ฮ	oo = อู	d = ด	36	13.48
					36	13.48
4) การทับศัพท์ไม่ตรงตามตารางเทียบเสียงสระและพยัญชนะภาษาอังกฤษและไม่ตรงตามหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษ กรณีการใช้ตัวสะกดรวมกับการใช้เครื่องหมายวรรณยุกต์						
1) coat	โค้ท	c = ค	oa = โอ	t = ต	3	1.12
					3	1.12
รวม					267	100

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่า หน่วยคำคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล์ประเทศไทย ใช้การทับศัพท์ไม่ตรงตามหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษ จำนวน 14 หน่วยคำ ปรากฏความถี่ 267 ครั้งเรียงลำดับการปรากฏความถี่จากมากไปหาน้อย ดังนี้ การทับศัพท์ที่ไม่ตรงตามตารางเทียบเสียงสระและพยัญชนะภาษาอังกฤษพบมากที่สุด จำนวน 10 หน่วยคำ มีความถี่ 220 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 82.41 ลำดับที่ 2 คือการทับศัพท์ที่ไม่ตรงตามหลักการใช้เครื่องหมาย

³ เนื่องจาก แบ็ก ในข้อความโฆษณาของยูนิโคล์ หมายถึง bag จึงควรใช้ แบ็ก ไม่เช่นนั้นจะพ้องเสียงกับคำว่า back ที่หมายถึง หลัง

⁴ เนื่องจาก ท็อป ในโฆษณาของยูนิโคล์ หมายถึง top ซึ่งเมื่อเขียนสะกดโดยไม่ใช้ไม้ไต่คู้ คำว่า ทอป ก็ไม่มีความหมายในภาษาไทย จึงไม่ต้องใช้ไม้ไต่คู้เพื่อให้เห็นแตกต่างจากคำไทย

วรรณยุกต์ พบจำนวน 1 หน่วยคำ มีความถี่ 36 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.48 ลำดับที่ 3 คือการทับศัพท์ที่ไม่ตรงตามหลักการใช้ไม่ได้คู่ พบจำนวน 2 หน่วยคำ มีความถี่ 8 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.99 และลำดับสุดท้ายคือ การทับศัพท์ที่ไม่ตรงตามตารางเทียบเสียงสระและพยัญชนะภาษาอังกฤษ และไม่ตรงตามหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษ กรณีการใช้ตัวสะกดร่วมกับการใช้เครื่องหมายวรรณยุกต์ พบ 1 หน่วยคำ มีความถี่ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.12

1.2 ส่วนประกอบของพยางค์

จากข้อมูลหน่วยคำคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้าที่อยู่ในโคล่ประเทศไทยจำนวน 45 คำ ปรากฏความถี่ 489 ครั้ง สามารถแบ่งส่วนประกอบของพยางค์ตามประเภทพยางค์หลักในภาษาไทย (กาญจนา นาคสกุล, 2556, หน้า 170-182) ได้ 5 ลักษณะ ได้แก่ ส่วนประกอบแบบ $C(C)V^{0-4}$ $C(C)VN^{0-4}$ $C(C)VS^{1,3}$ $C(C)VVN^{0-4}$ และ $C(C)VVS^{1,2}$ ดังนี้

ส่วนประกอบของพยางค์			หน่วยคำคำทับศัพท์ ภาษาอังกฤษ	ความถี่	คิดเป็นร้อยละ
1)	C(C)W ⁰⁻⁴	1.1) CW ⁰	1) เซอร์	1	0.21
			2) โบว์	4	0.82
			3) วี	18	3.68
			4) เอ	10	2.04
				33	6.75
		1.2) CCW ⁰	5) บรา	16	3.27
		16	3.27		
รวม		5	49	10.02	
2)	C(C)VN ⁰⁻³	2.1) CVN ⁰ CVN ³	1) วูล	2	0.41
			2) เมาส์	8	1.63
			3) โลท์	4	0.82
			4) โลฟ์	3	0.61
				17	3.47
		2.2) CCVN ³	5) เบลาส์	18	3.68
		18	3.68		
รวม		5	35	7.15	
3)	C(C)VS ^{1,3}	3.1) CVS ¹	1) แมทซ์	43	8.79
					43
		3.2) CCVS ¹	2) บรัช	1	0.21
					1
3.3) CVS ³		3) คัท	8	1.63	

ส่วนประกอบของพยางค์			หน่วยคำคำทับศัพท์ ภาษาอังกฤษ	ความถี่	คิดเป็นร้อยละ	
			4) คัพ	17	3.48	
			5) โค้ท	3	0.61	
			6) ซิค	5	1.02	
			7) ซิป	10	2.04	
			8) ท้อป	3	0.61	
			9) ทัช	2	0.41	
			10) ฟุต	8	1.63	
			11) มิกซ์	7	1.43	
			12) ลูค	87	17.79	
				150	30.65	
			3.4) CCVS ³	13) บล็อก	1	0.21
					1	0.21
			รวม	13	195	39.86
4)	C(C)WVN ⁰⁻⁴	4.1) CVVN ⁰	1) คูล	1	0.21	
		2) ดาวัน	11	2.25		
		3) โทน	4	0.82		
		4) บอล	4	0.82		
		5) แพน ๆ	3	0.61		
		6) ยีนส์	34	6.95		
		7) วอร์ม	3	0.61		
		8) เวลด์	1	0.21		
		9) แอนด์	6	1.23		
			67	13.71		
		4.2) CCVVN ⁰	10) ดราย	20	4.09	
			11) เทรนต์	4	0.82	
			12) แบรนต์	5	1.02	
			29	5.93		
		รวม	12	96	19.64	
5)	C(C)WVS ^{1,2}	5.1) CVVS ¹	1) เฉด	1	0.21	
			2) แพด	1	0.21	
			2	0.42		

ส่วนประกอบของพยางค์	หน่วยคำคำทับศัพท์ ภาษาอังกฤษ	ความถี่	คิดเป็นร้อยละ
5.2) CWS ³	3) เชื้อต	24	4.91
	4) ซอฟท์	1	0.21
	5) แบ็ก	5	1.02
	6) ฮู้ด	36	7.36
		66	13.5
5.3) CCWS ³	7) เครบ	3	0.61
	8) เดรบ	1	0.21
	9) เดรส	3	0.61
	10) ฟลีช	39	7.98
		46	9.41
รวม	10	114	23.33
รวม	45	489	100

จะเห็นว่าหน่วยคำคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้าห้อยยูนีโคล่ประเทศไทยที่มีพยางค์แบบ C(C)VS^{1,3} มากที่สุด จำนวน 13 หน่วยคำ มีความถี่ 195 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 39.86 จำแนกลักษณะพยางค์ได้ 4 ลักษณะ คือ พบพยางค์แบบ CWS³ พบมากที่สุด จำนวน 10 หน่วยคำ มีความถี่ 150 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.65 รองลงมาคือพยางค์แบบ CVS¹ พบ 1 หน่วยคำ มีความถี่ 43 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.79 และพยางค์แบบ CCVS¹ และ CCVS³ พบน้อยที่สุด แบบละ 1 หน่วยคำ มีความถี่แบบละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.21

ลำดับที่ 2 ได้แก่ พยางค์แบบ C(C)VS^{1,2} พบ 10 หน่วยคำ มีความถี่ 114 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.33 จำแนกได้ 3 ลักษณะ คือ พยางค์แบบ CVVS³ พบมากที่สุด จำนวน 4 หน่วยคำ มีความถี่ 66 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.5 รองลงมาคือ พยางค์แบบ CCVS³ พบ 4 หน่วยคำ มีความถี่ 46 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.41 และพบพยางค์แบบ CVVS¹ พบน้อยที่สุด จำนวน 2 หน่วยคำ มีความถี่ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.42

ลำดับที่ 3 ได้แก่ พยางค์แบบ C(C)VN⁰⁻⁴ พบ 12 หน่วยคำ มีความถี่ 96 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.64 จำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ พยางค์แบบ CWN⁰ พบมากที่สุด จำนวน 9 หน่วยคำ มีความถี่ 67 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.71 รองลงมา ได้แก่ พยางค์แบบ CCVN⁰ พบจำนวน 3 หน่วยคำ มีความถี่ 29 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.93

ลำดับที่ 4 ได้แก่ พยางค์แบบ C(C)V⁰⁻⁴ พบ 5 หน่วยคำ มีความถี่ 49 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.02 จำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ พยางค์แบบ CV⁰ พบมากที่สุด จำนวน 4 หน่วยคำ มีความถี่ 33 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.75 รองลงมา ได้แก่ พบพยางค์แบบ CCV⁰ พบจำนวน 1 หน่วยคำ มีความถี่ 16 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.27

ลำดับสุดท้าย ได้แก่ พยางค์แบบ C(C)VN⁰⁻⁴ พบน้อยที่สุด จำนวน 5 หน่วยคำ มีความถี่ 35 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.15 จำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ พยางค์แบบ CCVN³ พบมากที่สุด จำนวน 1 หน่วยคำ มีความถี่ 18 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.68 และพบพยางค์แบบ CVN³ 4 หน่วยคำ มีความถี่ที่พบ 17 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.47

2. อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย 2 ประเด็น ได้แก่ การทับศัพท์และส่วนประกอบของพยางค์ของหน่วยคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้าที่อยู่ในโคล์ประเทศไทย ดังนี้

2.1 การทับศัพท์

ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวสะกดเป็นหน่วยที่ทับศัพท์ไม่ตรงตามตารางเทียบเสียงสระและพยัญชนะภาษาอังกฤษมากที่สุด เนื่องจากในหมู่คนที่นิยมใช้คำทับศัพท์ก็ยังคงมีความขัดแย้งกันเองอยู่บ้าง บางคำใช้ผิดมานาน แม้ทราบคำที่ถูกต้องภายหลังก็มักไม่เปลี่ยน เพราะคุ้นชิน และบางคนไม่สนใจวิธีการทับศัพท์ที่ถูกต้อง แต่ใช้แนวเทียบระหว่างภาษา 2 ภาษาด้วยวิธีของตนเอง (นิตยา กาญจนวรรณ, 2552, หน้า 142) ซึ่งต่างจากผลการวิเคราะห์คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในนิตยสารแพชั่นไทยที่พบการใช้เครื่องหมายวรรณยุกต์ไม่ตรงตามหลักมากที่สุด (รุ่งรัตน์ ทองสกุล, 2562, หน้า 63) เนื่องจากเป็นภาษาเฉพาะกิจที่มีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารต่างกัน แม้จะมีเนื้อหาสาระด้านแฟชั่นคาบเกี่ยวกันก็ตาม

การทับศัพท์ไม่ตรงตามตารางเทียบเสียงพบเพียง 1 คำ คือ คำว่า เฉด (shade) ในข้อความโฆษณา MEN DRY-EX CREW NECK T-SHIRT (GRADATION) ที่ว่า “ผ้าทรายเอ็กซ์ แห้งเร็วเป็นพิเศษเพื่อความเย็นสบาย ดีไซน์ลายไล่เฉดที่ดูดีมีสไตล์” (UNIQLO Thailand, 2562, 19 ธันวาคม)



คำว่า เฉด ดังกล่าวมีความหมายหมายถึงความแตกต่างเล็กน้อยของสี ลักษณะ หรืออื่น ๆ การแรเงา การระบายเงา ภาพแลเงา ตามความหมายของคำว่า shading (วิทย์ เทียงบุญธรรม, 2541, หน้า 780) ซึ่งหากทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์ภาษาอังกฤษ ควรสะกดด้วย พยัญชนะต้น ช แสดงให้เห็นว่า ไตรยางศ์

มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้พยัญชนะต้นของคนไทยเพื่อให้สัมพันธ์กับเสียงที่พูดออกเสียง และเมื่อใช้แนวเทียบเสียงดังกล่าว จึงแสดงให้เห็นว่าภาษาโฆษณาไม่คำนึงถึงความถูกต้องตามหลักของการทับศัพท์ แต่พิจารณาตามการออกเสียงแบบไทยไว้เพราะความเคยชิน (นิตยา กาญจนวรรณ, 2552, หน้า 142) นอกจากนี้ ยังสะท้อนให้เห็นว่าภาษาโฆษณาใช้คำยืมภาษาอังกฤษโดยไม่ได้คำนึงถึงชนิดและหน้าที่ของคำในภาษาอังกฤษ (อนันต์ เหล่าเลิศวรกุล, 2553ก, หน้า 260) อีกด้วย

2.2 ส่วนประกอบของพยางค์

ผลการวิเคราะห์หน่วยคำคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้าที่อยู่ในประเทศไทยด้านส่วนประกอบของพยางค์ พบหน่วยคำคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้าที่อยู่ในประเทศไทยที่มีพยางค์แบบ C(C)VS^{1,3} มากที่สุด เนื่องจากการโฆษณาสินค้าประเภทเสื้อผ้าย่อมเน้นลักษณะที่น่านมองแก่ผู้สวมใส่ จึงปรากฏหน่วยคำคำว่า ลุค ซึ่งมีความถี่ที่พบถึง 87 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.79

หน่วยคำที่มีหน่วยพยัญชนะต้นควบเป็นส่วนประกอบ พบถึง 11 หน่วยคำ จาก 45 หน่วยคำ แต่มีเพียงหน่วยคำเดียวที่มีหน่วยเสียงพยัญชนะต้นควบที่ตรงกับหน่วยเสียงที่มีในระบบเสียงภาษาไทย คือหน่วยคำคำว่า เครป กล่าวคือ หน่วยเสียงพยัญชนะต้นควบที่มีในระบบเสียงภาษาไทยมีเสียง /kr/ เช่น หน่วยคำในภาษาไทยในคำว่า ใคร ครบ ครัน คร้าม คร้ว ครอง ครอบครัว ฯลฯ (บุญลักษณ์ เอี่ยมสำอางค์, 2554, หน้า 91) ขณะที่หน่วยคำคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีหน่วยพยัญชนะต้นควบเป็นส่วนประกอบอีก 10 หน่วยคำ เป็นหน่วยคำที่มีหน่วยเสียงพยัญชนะต้นควบต่างไปจากหน่วยเสียงพยัญชนะต้นควบที่มีในระบบเสียงภาษาไทย ได้แก่ หน่วยคำคำว่า ดราย เทรป เทรส เทรนด์ บรัช บราบล็อก เบลาส แบรนต์ และฟลัช ซึ่งมีหน่วยเสียงพยัญชนะต้น /dr/ /thr/ /br/ /bl/ และ /fl/

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังสังเกตเห็นว่า หน่วยคำคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวในข้อความโฆษณาสินค้าที่อยู่ในประเทศไทยมีส่วนประกอบของพยางค์ด้านหน่วยเสียงวรรณยุกต์ 3 หน่วยเสียง ได้แก่ หน่วยเสียงวรรณยุกต์⁰ (หน่วยเสียงวรรณยุกต์สามัญ) ในพยางค์ 2 แบบ ได้แก่ (1) C(C)V⁰⁻⁴ เช่น เซอร์ บรา และ (2) C(C)VN⁰⁻⁴ เช่น คูล ดราย หน่วยเสียงวรรณยุกต์¹ (หน่วยเสียงวรรณยุกต์เอก) ในพยางค์ 2 แบบ ได้แก่ (1) C(C)VS^{1,3} เช่น แมทซ์ บรัช และ (2) C(C)VVS^{1,2} เช่น เจด และหน่วยเสียงวรรณยุกต์³ (หน่วยเสียงวรรณยุกต์ตรี) ในพยางค์ 3 แบบ ได้แก่ (1) C(C)VN⁰⁻⁴ เช่น เมาส์ เบลาส (2) C(C)VS^{1,3} เช่น คัท บล็อก และ (3) C(C)VVS^{1,2} (ซึ่งหากเป็นคำไทยจะออกเสียงอย่างหน่วยเสียงวรรณยุกต์โท) เช่น เช็ต เครป ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัย เรื่อง การออกเสียงวรรณยุกต์ในคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในภาษาไทย (เสาวลักษณ์ แซ่ลี, 2556, หน้า 17) ที่พบว่าคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษพยางค์เดียวมีเสียงวรรณยุกต์ 3 เสียง ได้แก่ สามัญ เอก และตรี กล่าวคือ พบเสียงวรรณยุกต์สามัญและตรีในคำเป็น และพบเสียงวรรณยุกต์เอกและตรีในคำตาย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้: เป็นกรณีศึกษาสำหรับผู้ศึกษาด้านคำยืมทับศัพท์ภาษาอังกฤษ อันแสดงให้เห็นปรากฏการณ์การใช้หน่วยคำคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในภาษาไทยในสภาพปัจจุบันด้านการทับศัพท์ และส่วนประกอบของพยางค์
2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป: ควรศึกษาการทับศัพท์ และส่วนประกอบของคำหลายพยางค์ ในหน่วยคำคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในภาษาไทย และควรศึกษาภาษาในวงการอื่น ๆ เช่น ภาษาวិชาการ ภาษาหนังสือพิมพ์ ภาษาเทศน์ ภาษารายงานข่าว ฯลฯ

บรรณานุกรม

- กาญจนา นาคสกุล. (2554). ระบบเสียงภาษาไทย. ใน กาญจนา นาคสกุล และคณะ (บ.ก.), **บรรทัดฐานภาษาไทย เล่ม 1: ระบบเสียง อักษรไทย การอ่านคำและการเขียนสะกดคำ** (พิมพ์ครั้งที่ 2). (หน้า 14-44). กรุงเทพฯ: สถาบันภาษาไทย สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษาสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- กาญจนา นาคสกุล. (2556). **ระบบเสียงภาษาไทย** (พิมพ์ครั้งที่ 7 ฉบับแก้ไขปรับปรุง). กรุงเทพฯ: โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประชาชาติธุรกิจ**. (2564, เมษายน 11). “ยูนิโคล่” ขย่มหนักฟาสต์แฟชั่น ลุยออมนิแซนเนล ขนสินค้าใหม่ขยายฐาน. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/marketing/news-601590>
- นิตยา กาญจนวรรณ. (2554). **ปัญหาการใช้ภาษาไทย** (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บุญลักษณ์ เอี่ยมสำอางค์. (2554). การอ่านคำภาษาไทย. ใน กาญจนา นาคสกุล และคณะ (บ.ก.), **บรรทัดฐานภาษาไทย เล่ม 1: ระบบเสียง อักษรไทย การอ่านคำและการเขียนสะกดคำ** (พิมพ์ครั้งที่ 2). (หน้า 77-118). กรุงเทพฯ: สถาบันภาษาไทย สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษาสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- รุ่งรัตน์ ทองสกุล. (2562). คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่ปรากฏในนิตยสาร Vogue Thailand. **วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์**, 14(1), หน้า 54-66.
- วิทย์ เทียงบุรณธรรม. (2541). **พจนานุกรมอังกฤษ-ไทย (SE-ED'S MODERN ENGLISH-THAI DICTIONARY (COMPLETE & UPDATED) DESK REFERENCE EDITION**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- วิไลวรรณ ขนิษฐนันท์. (2526). **ภาษาศาสตร์เชิงประวัติ: วิวัฒนาการภาษาไทยและภาษาอังกฤษ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สำนักนายกรัฐมนตรี. (2532, กันยายน 14). **ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่องหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษ**, ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 106 ตอนที่ 153.
- เสาวลักษณ์ แซ่ลี. (2556). การออกเสียงวรรณยุกต์ในคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในภาษาไทย. **วารสารศิลปศาสตร์**, 13(1), หน้า 17-32.
- อนันต์ เหล่าเลิศวรกุล. (2553ก). คำยืมภาษาอังกฤษ. ใน วัลยา ช่างขวัญยืน และคณะ (บ.ก.), **บรรทัดฐานภาษาไทย เล่ม 2: คำ การสร้างคำ และการยืมคำ** (พิมพ์ครั้งที่ 2). (หน้า 252-287). กรุงเทพฯ: สถาบันภาษาไทย สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษาสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.

อนันต์ เหล่าเลิศวรกุล. (2553ข). หน่วยคำ. ใน วัลยา ช่างขวัญยืน และคณะ (บ.ก.), **บรรทัดฐาน**

ภาษาไทย เล่ม 2: คำ การสร้างคำ และการยืมคำ (พิมพ์ครั้งที่ 2). (หน้า 13-31). กรุงเทพฯ: สถาบันภาษาไทย สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษาสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.

อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2555). การเปลี่ยนแปลงของภาษาไทยในบริบทสังคมและวัฒนธรรม. ใน ประคอง นิมมานเหมินท์ และคณะ (บ.ก.), **บรรทัดฐานภาษาไทย เล่ม 4: วัฒนธรรมการใช้ภาษาไทย** (พิมพ์ครั้งที่ 2). (หน้า 129-150). กรุงเทพฯ: สถาบันภาษาไทย สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษาสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.

UNIQLO Thailand. (2562, ธันวาคม 19). **MEN DRY-EX CREW NECK T-SHIRT (GRADATION)** [email]. สืบค้นจาก <https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm&ogbl#search/uniqlo/FMfcgxwGCQZDWrhKdgiXwtDnVvFXZCJC>