

การเลือกภาษาในสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสารของไทย*

ภาวดี สายสุวรรณ**

บทคัดย่อ

ในสังคมไทย สื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสารเป็นแวดวงการใช้ภาษาหนึ่งที่มีภาษาไทยทำหน้าที่เป็นภาษาหลักมาเป็นระยะเวลายาวนาน แต่เนื่องจากสถานการณ์ในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษากลางทั้งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และระดับโลกมีบทบาทมากขึ้นในสังคมไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จึงทำให้เกิดคำถามว่าภาษาอังกฤษกำลังเข้ามามีบทบาทสำคัญและส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงด้านการเลือกภาษาในสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสารในสังคมหรือไม่ งานวิจัยนี้จึงต้องการตอบคำถามดังกล่าว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบันทึกข้อมูลการเลือกภาษาและเปรียบเทียบปริมาณการใช้ภาษาไทยกับภาษาอังกฤษในสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสารของไทย ผลการวิเคราะห์พบว่าสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสารเลือกภาษาไทยร้อยละ 85.29 และร้อยละ 94.23 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าภาษาไทยยังคงมีสถานะเข้มแข็งและเป็นภาษาที่มีบทบาทสำคัญในสื่อสิ่งพิมพ์ของไทย อย่างไรก็ตาม พบว่าภาษาอังกฤษมีบทบาทสำคัญใน

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยทุนศาสตราจารย์วิจัยดีเด่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย เรื่อง “บทบาทที่แข่งขันกันระหว่างภาษาประจำชาติกับภาษาอังกฤษในประเทศกลุ่มอาเซียน: การศึกษาการเลือกภาษาในแวดวงกฎหมาย สื่อการศึกษา วรรณกรรม และการเมือง”

** อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ติดต่อได้ที่: pavadee.s@chula.ac.th

องค์ประกอบต่างๆ ของสื่อนิตยสาร แม้นิตยสารนั้นจะไม่ได้เป็นนิตยสารที่เลือก
ภาษาอังกฤษก็ตาม

คำสำคัญ: การเลือกภาษา; หนังสือพิมพ์; นิตยสาร; ภาษาไทย; ภาษาอังกฤษ

Language Choice in Thai Newspapers and Magazines^{*}

Pavadee Saisuwan^{**}

Abstract

The Thai language has been used as the main language in the domain of newspapers and magazines in Thailand for a long time. However, global changes have brought more important roles of English as a lingua franca in Southeast Asia and worldwide. English has inevitably become increasingly important in Thai society. This brings the question of the influence of English and potential changes in language choice in Thai newspapers and magazines. This paper aims to record the language choice of Thai newspapers and magazines and to make a quantitative comparison between the choice of Thai and English in the two types of media. The results reveal that the language choice of 85.29% of Thai newspapers and 94.23% of Thai magazines is Thai. The findings serve as evidence demonstrating that Thai remains strong as the language choice in Thai newspapers and magazines. However, analyses show that English plays important roles in

^{*} This paper is part of the Distinguished Research Professor Award research project from Thailand Research Fund titled "The competing roles of the national languages and English in ASEAN countries: Study of language choice in the domains of law, media, education, literature, and politics"

^{**} Lecturer, Department of Linguistics, Faculty of Arts, Chulalongkorn University, e-mail: pavadee.s@chula.ac.th

various components of Thai magazines even though English is not their language choice.

Keywords: language choice; newspaper; magazine; Thai; English

1. บทนำ

ภาษาไทยเป็นภาษาที่มีบทบาทเด่นที่สุดในสังคมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาไทยมาตรฐาน ซึ่งจัดเป็น ภาษาราชการ (language variety) ที่มีบทบาทเหนือกว่าภาษาราชการอื่นๆ ของภาษาไทยทั้งหมด และทำหน้าที่สำคัญหลายประการ กล่าวคือภาษาไทยเป็นสัญลักษณ์สำคัญของอัตลักษณ์ความเป็นชาติ (Simpson & Thammasathien, 2007) บทบาทดังกล่าวปรากฏมาตั้งแต่ในสมัยของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ที่ได้มีการระบุไว้ในรัฐธรรมนูญฉบับที่ 9 ว่า “ชนชาติไทยจะต้องยกย่องเคารพและนับถือภาษาไทย และต้องรู้สึกเป็นเกียรติยศในการพูดหรือใช้ภาษาไทย” และ “ชนชาติไทยจะต้องถือว่าหน้าที่ของพลเมืองไทยที่ดีประการที่หนึ่งนั้น คือ ศึกษาให้รู้หนังสือไทยอันเป็นภาษาของชาติ” อีกทั้งการที่สถานะของภาษาไทยมาตรฐานยังไม่เคยถูกแทรกแซงด้วยภาษาของเจ้าอาณานิคม เนื่องจากประเทศไทยไม่เคยอยู่ภายใต้การปกครองของประเทศเจ้าอาณานิคมใด ยังมีส่วนช่วยส่งเสริมให้สถานะความเป็นภาษาของชาติของภาษาไทยเข้มแข็งยิ่งขึ้นด้วย นอกจากนี้ ในด้านหน้าที่ แอนดรูว์ ซิมป์สัน และทอมัส ธรรมเสถียร (Simpson & Thammasathien, 2007) ได้กล่าวไว้ว่าภาษาไทยมาตรฐานเป็นภาษาที่เป็นที่เข้าใจในวงกว้างเนื่องจากมีบทบาทเด่นในหลายด้าน เป็นภาษาที่ปรากฏและได้รับความสำคัญอย่างต่อเนื่องทั้งในแวดวงการศึกษา แวดวงสื่อ แวดวงราชการ แวดวงธุรกิจ อีกทั้งยังมีความเชื่อมโยงกับภาษาเขียนซึ่งมีประวัติความเป็นมาอันยาวนาน ดังนั้น จึงสามารถกล่าวได้ว่าภาษาไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาไทยมาตรฐาน เป็นภาษาที่มีความเข้มแข็งเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านการแสดงความเป็นชาติและในด้านหน้าที่หรือการใช้จริง แม้จะไม่เคยมีการประกาศหรือออกกฎหมายอย่างเป็นทางการเกี่ยวกับสถานะของภาษาไทย แต่สมาชิกในสังคมไทยก็ตระหนักว่าประเทศไทยใช้ภาษาไทยทำหน้าที่สำคัญต่างๆ ในสังคม และเป็นเพียงภาษาเดียวที่ทำหน้าที่และมีสถานะในลักษณะดังกล่าว อย่างที่ไม่เคยมีภาษาใดมาแข่งขันหรืออยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน

แม้ว่าในประเทศไทยจะมีภาษาไทยที่ทำหน้าที่สำคัญในแวดวงหลักต่างๆ แต่ภาษาอังกฤษก็เป็นอีกภาษาหนึ่งที่มีความสำคัญ ภาษาอังกฤษได้เริ่มเข้ามามี

บทบาทในสังคมไทยตั้งแต่ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ในช่วงนั้น การเรียนรู้ภาษาอังกฤษของคนไทยเป็นไปเพื่อการศึกษาความรู้และวิทยาการต่างๆ จากประเทศตะวันตกและเพื่อป้องกันการเข้ามาครอบครองหรือยึดเป็นอาณานิคม ของประเทศตะวันตก (Masavisut, Sukwiwat & Wongmontha, 1986) ต่อมาในรัชสมัย ของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวและพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้า เจ้าอยู่หัว เป็นช่วงเวลาของการพัฒนาประเทศให้เป็นตะวันตก การรับเอาวัฒนธรรม ตะวันตกเข้ามา รวมถึงภาษาอังกฤษนั้น มีส่วนช่วยให้ประเทศไทยมีสถานะทัดเทียม อารยประเทศในช่วงนั้น ปัจจุบันภาษาอังกฤษมีสถานะเป็นภาษาต่างประเทศใน ประเทศไทย เป็นภาษาที่มีการเรียนการสอนเป็นวิชาในโรงเรียนและมหาวิทยาลัย แต่ก็เป็นภาษาต่างประเทศที่มีบทบาทเด่นกว่าภาษาต่างประเทศอื่น ดังจะเห็นได้จาก การที่กระทรวงศึกษาธิการได้ประกาศใน พ.ศ.2538 ให้วิชาภาษาอังกฤษเป็นวิชา “ภาษาต่างประเทศที่หนึ่ง” แยกจาก “ภาษาต่างประเทศอื่นๆ” (ภิรมพลสิทธิ์ เตชะราชันย์, 2561)

อย่างไรก็ตาม ด้วยสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนไป ส่งผลให้ภาษาอังกฤษมี บทบาทเพิ่มขึ้นอย่างมากในสังคมไทย ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการสื่อสาร ทำให้การเข้าถึงองค์ความรู้ต่างๆ และสื่อจากต่างประเทศทำได้ง่ายขึ้น สถาบัน การศึกษาและหลักสูตรต่างๆ ที่จัดการเรียนการสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษา ในการเรียนการสอน (medium of instruction) มีจำนวนมากขึ้น ภาษาอังกฤษจึงไม่ได้ มีบทบาทในวงจำกัดอีกต่อไป และยังเป็นภาษาที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไปในที่ สาธารณะ นอกจากนี้ ความร่วมมือทางเศรษฐกิจของประชาคมอาเซียนยังส่งผลต่อ สถานะของภาษาอังกฤษในสังคมไทยอีกด้วย ใน พ.ศ.2558 ประเทศต่างๆ ในภูมิภาค เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้รวมตัวกันเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) เพื่อสร้างความร่วมมือกันทางเศรษฐกิจ ความร่วมมือดังกล่าวส่งผลให้มีการ ติดต่อสื่อสารกันระหว่างคนในประเทศกลุ่มอาเซียนมากขึ้น โดยมีภาษาอังกฤษเป็น ภาษากลาง (lingua franca) และมีส่วนทำให้คนไทยมีความตื่นตัวเกี่ยวกับการใช้ ภาษาอังกฤษมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อวัตถุประสงค์เชิงเศรษฐกิจ

สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนไปดังกล่าวนำไปสู่คำถามที่ว่า บทบาทและความสำคัญที่เพิ่มขึ้นของภาษาอังกฤษส่งผลกระทบต่อสถานะของภาษาไทยหรือไม่ กล่าวคือ ภาษาไทยเป็นภาษาที่มีบทบาทเด่นและสำคัญที่สุดในสังคมไทยมาโดยตลอด เป็นภาษาที่ทำหน้าที่สำคัญต่างๆ ในสังคม จึงนับเป็นภาษาที่มีสถานะเข้มแข็งเป็นอย่างมาก แต่เนื่องจากภาษาอังกฤษกำลังมีความสำคัญมากขึ้นในแทบทุกแง่มุมของสังคมไทย อีกทั้งยังเป็นภาษาของโลก (global language) ซึ่งมีประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคมต่อผู้ใช้ จึงทำให้เกิดคำถามว่าความสำคัญของภาษาอังกฤษได้เพิ่มมากขึ้นจนนำไปสู่การเลือกภาษาอังกฤษมากกว่าภาษาไทยหรือไม่ โดยในบทความนี้จะมุ่งพิจารณาการเลือกภาษาในแวดวงสื่อ ซึ่งถือเป็นแวดวงการใช้ภาษาหนึ่งที่มีจะถูกครอบครองโดยภาษาที่มีอำนาจหรือมีความสำคัญในสังคม เพื่อหาคำตอบว่าภาษาอังกฤษกำลังเข้ามามีบทบาทสำคัญ และทำให้แม้แต่ในแวดวงซึ่งใช้ภาษาไทยเป็นหลักมาเป็นเวลานานอย่างแวดวงสื่อ ซึ่งในที่นี้มุ่งศึกษาสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสาร ก็ยังมีการเปลี่ยนแปลง คือหันไปใช้ภาษาอังกฤษมากขึ้นหรือไม่

2. การเลือกภาษา

การเลือกภาษา (language choice) หมายถึงการที่ผู้พูดเลือกใช้ภาษาหรือวิธีการหนึ่งในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง แนวทางหนึ่งในการศึกษาการเลือกภาษาคือการวิเคราะห์แวดวง (domain analysis) ซึ่งเป็นการศึกษาการเลือกภาษาตามแนวทางสังคมวิทยา ที่เสนอโดยโจเซฟ ฟิชแมน (Fishman, 1964; 1965) แวดวง (domain) หมายถึงบริบทของการใช้ภาษา ซึ่งขึ้นอยู่กับหลายองค์ประกอบ องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ สถานที่ของการสนทนา หัวข้อการสนทนา และผู้ร่วมการสนทนา (Fishman, 1972) องค์ประกอบเหล่านี้ล้วนมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้พูดว่าจะเลือกภาษาใดในบริบทการใช้ภาษาหนึ่งๆ เช่น แวดวงครอบครัว แวดวงเพื่อน แวดวงศาสนา แวดวงการศึกษา แวดวงการทำงาน เป็นต้น การศึกษาการเลือกภาษาในสังคมหลายภาษา (multilingual society) ช่วยให้เกิดความเข้าใจ

เกี่ยวกับสังคมนั้นๆ มากขึ้น ว่าภาษาต่างๆ มีบทบาทหรือทำหน้าที่ใดในสังคม รวมถึงความเข้าใจเกี่ยวกับปรากฏการณ์ทางภาษาต่างๆ ที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากปัจจัยทางสังคม อันเป็นความสนใจของภาษาศาสตร์สังคมมหัพภาค (macro-sociolinguistics)

ภาษาศาสตร์สังคมมหัพภาคเป็นสาขาหนึ่งของภาษาศาสตร์สังคม (sociolinguistics) ที่ต้องการหาคำตอบว่าสังคมมีผลอย่างไรต่อภาษา ประเด็นที่ภาษาศาสตร์สังคมมหัพภาคสนใจ เช่น ทศนคติต่อภาษา หน้าที่ของภาษา (language function) การเปลี่ยนภาษา (language shift) การธำรงภาษา (language maintenance) นโยบายภาษาและการวางแผนภาษา (language policy and planning) เป็นต้น การศึกษาด้านภาษาศาสตร์สังคมมหัพภาคเป็นการมองความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับสังคมในระดับใหญ่ เพื่อให้เห็นปรากฏการณ์ทางภาษาแบบภาพกว้าง จึงไม่ได้มุ่งศึกษาตัวแปรภาษาใดเป็นพิเศษ แต่สนใจภาษาทั้งภาษาหรือวิธภาษาทั้งวิธภาษา

ในงานวิจัยนี้จะประยุกต์ใช้แนวคิดเรื่องการเลือกภาษาและแฉวงการใช้ภาษา โดยจะพิจารณาเรื่องการเลือกภาษาและแฉวงในฐานะที่เป็นการกำหนดหรือการตัดสินใจในระดับสังคมมากกว่าในระดับปัจเจกบุคคล การประยุกต์ใช้แนวคิดในลักษณะดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับแนวคิดเรื่องหน้าที่ของภาษา กล่าวคือ ในสังคมหลายภาษา แต่ละภาษามีแนวโน้มที่จะถูกนำไปใช้สำหรับวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป เบลล์ (Bell, 2014) กล่าวว่าภาษาที่ทำหน้าที่เป็นภาษาการศึกษา ภาษาสื่อ และภาษารัฐบาลหรือภาษากฎหมายนั้นถือได้ว่าเป็นภาษาที่มีอำนาจ เพราะมักจะเป็นภาษาของคนส่วนมากในสังคมและเป็นภาษาที่มีศักดิ์ศรี (prestige) เป็นที่ยอมรับว่าดีในสังคม ดังนั้น แฉวงสื่อจึงนับว่าเป็นแฉวงการใช้ภาษาหนึ่งที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อสถานการณ์ภาษาในสังคมโดยภาพรวม กล่าวคือ ภาษาที่ถูกเลือกใช้ในแฉวงสื่อ มักจะเป็นภาษาที่มีความสำคัญในสังคม เป็นภาษาที่มีอำนาจ ได้รับการยอมรับ ใช้และเข้าใจโดยคนส่วนใหญ่ในสังคม หากภาษาใดยังมีสถานะที่ไม่แข็งแกร่ง หรือยังไม่เป็นที่ยอมรับในสังคมมากนัก แต่ถูกนำไปใช้ในแฉวงสื่อ ก็จะเป็นการเพิ่มบทบาทหน้าที่และความสำคัญให้กับภาษานั้น ทำให้ภาษานั้นมีสถานะที่มั่นคงขึ้นในอนาคต ดังนั้น การศึกษาการเลือกภาษาในแฉวงสื่อจึงเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้

เราเข้าใจสถานการณ์ภาษาของสังคมนั้นๆ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะกำลังเกิดขึ้นในสังคมด้วย

3. สื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสารในประเทศไทย

หนังสือพิมพ์และนิตยสารจัดว่าเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีบทบาทและความสำคัญมากในสังคม เนื่องจากเป็นสื่อที่ดีแผ่เรื่องราวที่เกิดขึ้นในสังคมแบบทันต่อเหตุการณ์ มีการตีพิมพ์เป็นประจำเพื่อนำเสนอข่าวสารและความรู้ที่เป็นปัจจุบัน ระวีวรรณ ประกอบผล (2530) กล่าวว่าหนังสือพิมพ์และนิตยสารเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีจุดกำเนิดและวิวัฒนาการร่วมกัน อย่างไรก็ตาม มีลักษณะสำคัญที่แตกต่างกันอยู่ 3 ประการ ประการแรกคือเนื้อหา หนังสือพิมพ์เน้นนำเสนอเนื้อหาที่เป็นข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบันที่กำลังอยู่ในความสนใจ ส่วนนิตยสารเน้นนำเสนอข้อเขียนหลายประเภท โดยอาจเน้นเฉพาะหัวข้อใดหัวข้อหนึ่งเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม สืบเนื่องจากความแตกต่างด้านเนื้อหา ความแตกต่างประการที่สองคือกำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่ ทั้งหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างก็กำหนดการออกแน่นอน แต่หนังสือพิมพ์มักจะมีกำหนดการออกถี่กว่านิตยสาร เพื่อให้สามารถนำเสนอเนื้อหาได้ทันต่อเหตุการณ์มากที่สุด ความแตกต่างอีกประการหนึ่งคือลักษณะของรูปเล่ม หนังสือพิมพ์มักจะมีลักษณะเป็นกระดาษที่ไม่มีปกและไม่ได้เย็บเล่ม ในขณะที่นิตยสารมีลักษณะเป็นหนังสือที่มีปกและมีการเย็บเล่ม มีความพิถีพิถันในการรวมเล่มมากกว่า

สำหรับประเทศไทยนั้น ในระยะแรกหนังสือพิมพ์กับนิตยสารยังไม่ได้แยกจากกันชัดเจน ในช่วงปลายรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว พ.ศ. 2387 นายแพทย์แดน บีช บรัดเลย์ มิชชันนารีชาวอเมริกัน ได้ริเริ่มการตีพิมพ์หนังสือจดหมายเหตุ หรือ *บางกอกเรคอร์ดเดอร์* (Bangkok Recorder) นับเป็นหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารฉบับแรกของประเทศไทย โดยตีพิมพ์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (จำนง วิบูลย์ศรี และดวงทิพย์ วรพันธุ์, 2530; ระวีวรรณ ประกอบผล, 2530) ในช่วงนั้น กิจกรรมการพิมพ์ล้วนแต่ดำเนินการโดยชาวต่างชาติที่เป็น

มิชชันนารี เป็นที่นิยมในวงจำกัด ทำให้หนังสือพิมพ์หรือนิตยสารแต่ละฉบับมักจะดำเนินการในระยะเวลาไม่นาน ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว มีหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารหลายฉบับที่ดำเนินการโดยชาวต่างชาติและเขียนเป็นภาษาอังกฤษ ต่อมาในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พ.ศ.2417 *ครุโฆวาท* ได้ถือกำเนิดขึ้น โดยนับว่าเป็นหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารภาษาไทยฉบับแรกที่ดำเนินการโดยคนไทย คือ พระองค์เจ้าเกษมสันต์ โสภาคย์ หลังจากนั้นในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว มีหนังสือพิมพ์และนิตยสารจำนวนเพิ่มขึ้นมาก ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน (จำนง วิบูลย์ศรี และดวงทิพย์ วรพันธุ์, 2530) และการแบ่งระหว่างหนังสือพิมพ์กับนิตยสารนั้นชัดเจนขึ้นในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว

จากประวัติความเป็นมาของกำเนิดหนังสือพิมพ์และนิตยสารในประเทศไทย จะเห็นได้ว่ามีภาษาอยู่สองภาษาที่มีบทบาทสำคัญ คือภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ในระยะแรกส่วนใหญ่จะตีพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ เนื่องมาจากสื่อเหล่านี้ดำเนินการโดยชาวต่างชาติ แต่ต่อมาเมื่อมีคนไทยดำเนินกิจการหนังสือพิมพ์กับนิตยสารมากขึ้น จึงมีการตีพิมพ์เป็นภาษาไทยมากขึ้น ความเป็นมาดังกล่าวสามารถนำมาอธิบายสถานการณ์ในปัจจุบันได้ กล่าวคือ หากมองในภาพรวมแล้วหนังสือพิมพ์และนิตยสารในประเทศไทยใช้ภาษาไทยเป็นหลัก และมีลักษณะเช่นนี้มาเป็นระยะเวลานานแล้ว เช่นเดียวกันกับการเลือกภาษาในแวดวงอื่นในสังคมไทยที่มีภาษาไทยทำหน้าที่เป็นภาษาหลัก ทั้งแวดวงกฎหมาย แวดวงการศึกษา แวดวงวรรณกรรม และแวดวงการเมือง

ในอดีตมีผู้ศึกษาบทบาทหรือลักษณะของภาษาอังกฤษในสื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารของไทยไว้ในสองแง่มุมหลัก แง่มุมหนึ่งคือการวิเคราะห์ลักษณะทางภาษาบางประการในสื่อหนังสือพิมพ์ว่าเป็นลักษณะที่มาจากภาษาต่างประเทศหรือภาษาอังกฤษ นวลทิพย์ เพิ่มเกษร (2545) จัดว่าการใช้คำทับศัพท์ภาษาต่างประเทศสำนวนและโครงสร้างประโยคแบบภาษาต่างประเทศเป็นลักษณะอย่างหนึ่งของการใช้ภาษาในหนังสือพิมพ์ไทย คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่ใช้ในสื่อหนังสือพิมพ์มีทั้งคำ

ที่มีการบัญญัติศัพท์เป็นภาษาไทยแล้วและคำที่ยังไม่มีการบัญญัติศัพท์เป็นภาษาไทย โดยจะเขียนด้วยตัวอักษรภาษาไทย ส่วนและโครงสร้างประโยคภาษาต่างประเทศที่มักพบในสื่อหนังสือพิมพ์คือโครงสร้างกรรมาจก เช่น “ศิลปินเพลงชื่อดังชาวอังกฤษถูกเสนอชื่อเข้าชิงรางวัลแกรมมี่ ครั้งที่ 30” (นวลทิพย์ เพิ่มเกษร, 2545, 132) การใช้คำ ส่วน และโครงสร้างประโยคแบบภาษาต่างประเทศในสื่อหนังสือพิมพ์เช่นนี้ นวลทิพย์ (2545) จัดว่าเป็นข้อบกพร่องอย่างหนึ่งของการใช้ภาษาในสื่อหนังสือพิมพ์ไทย นอกจากนี้ การใช้ส่วนภาษาต่างประเทศยังเป็นลักษณะที่พบในหนังสือพิมพ์ไทยทุกสมัยอีกด้วย (จำนง วิบูลย์ศรี และดวงทิพย์ วรพันธุ์, 2527)

อีกแง่มุมหนึ่งที่ผู้ศึกษาไว้เป็นจำนวนมากคือการปนภาษาอังกฤษหรือการสลับระหว่างภาษาไทยกับภาษาอังกฤษในหนังสือพิมพ์และนิตยสารของไทย เช่น ศยามล ไทระญู (2553) พรณทิวา อินตะ (2555) วัชร จันทรหอม (Janhom, 2011) ศิริรัตน์ ประจักษ์ทิพย์ (Prajakthip, 2011) Kunarawong (2014) นวพร สรรประเสริฐ สโนดิน (Snodin, 2014) เป็นต้น งานวิจัยจำนวนมากศึกษาทั้งปริมาณของการสลับภาษา รูปแบบของการสลับภาษา และวัตถุประสงค์หรือสาเหตุของการสลับภาษา เช่น นวพร สรรประเสริฐ สโนดิน (Snodin, 2014) ศึกษาการตั้งชื่อสื่อเป็นภาษาอังกฤษและการสลับภาษาในสื่อของไทย พบว่านิตยสารส่วนใหญ่นิยมใช้ชื่อเป็นภาษาอังกฤษและเขียนชื่อนิตยสารที่หน้าปกด้วยตัวอักษรภาษาอังกฤษ ในขณะที่หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่นิยมใช้ชื่อภาษาไทย และมีการสลับภาษาในชื่อหนังสือพิมพ์มากกว่าชื่อนิตยสาร โดยคำภาษาอังกฤษที่มักจะถูกนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของชื่อหนังสือพิมพ์ ได้แก่ คำว่า “news” “daily” “econ” “today” และ “focus” ศิริรัตน์ ประจักษ์ทิพย์ (Prajakthip, 2011) พบว่าเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบสัดส่วนการใช้ภาษาไทยกับภาษาอังกฤษบนหน้าปกนิตยสารแมรี แคลร์ (Marie Claire) ในช่วง พ.ศ.2547-2553 แล้ว จะเห็นได้ว่าการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้นในขณะที่มีปริมาณภาษาไทยบนหน้าปกลดลงอย่างต่อเนื่อง จากการสัมภาษณ์กองบรรณาธิการของนิตยสารดังกล่าว พบว่าปัจจัยหลักส่วนหนึ่งซึ่งส่งผลให้มีปริมาณการใช้ภาษาอังกฤษบนหน้าปกนิตยสารเพิ่มขึ้น คือกองบรรณาธิการมีความเห็นว่าภาษาอังกฤษสามารถสื่อสารและดึงดูดผู้อ่านได้มีประสิทธิภาพกว่าภาษาไทย ตัวอักษรภาษาอังกฤษ

สามารถจัดวางบนหน้าปกได้ง่ายกว่า ทำให้หน้าปกเป็นระเบียบและสะอาดตา มากกว่าการใช้ภาษาไทย

4. วัตถุประสงค์การวิจัยและวิธีดำเนินการวิจัย

จากการทบทวนการศึกษาในอดีต จะเห็นได้ว่างานวิจัยที่ผ่านมามุ่งเน้นศึกษาลักษณะและบทบาทของภาษาอังกฤษในสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสาร แต่ยังไม่เคยมีการศึกษาการเลือกภาษาโดยตรง ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงต้องการหาคำตอบเกี่ยวกับการเลือกภาษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) บันทึกข้อมูลการเลือกภาษาในสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสารของไทย และ 2) เปรียบเทียบปริมาณการใช้ภาษากับภาษาอังกฤษในสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสารของไทย โดยนำข้อมูลภาษาที่สื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสารเลือกใช้มาวิเคราะห์ เนื่องจากสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสารมีลักษณะบางประการที่แตกต่างกันในด้านเนื้อหาและความถี่ในการตีพิมพ์เผยแพร่ดังที่กล่าวมาแล้ว ขั้นตอนการคัดเลือกแหล่งข้อมูลสำหรับสื่อสองประเภทจึงมีบางส่วนที่แตกต่างกัน ดังนี้

4.1 การคัดเลือกแหล่งข้อมูลสำหรับสื่อหนังสือพิมพ์

1) สืบค้นและรวบรวมรายชื่อหนังสือพิมพ์ทั้งหมดในประเทศไทย โดยสืบค้นจากอินเทอร์เน็ต

2) คัดเลือกหนังสือพิมพ์กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) เพื่อเป็นแหล่งข้อมูล โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกไว้ว่าหนังสือพิมพ์กลุ่มตัวอย่างจะต้องเป็นหนังสือพิมพ์ประเภททั่วไป กล่าวคือ นำเสนอข่าวทั่วไป หลากหลายด้าน ไม่ได้นำเสนอข่าวเฉพาะทางด้านใดด้านหนึ่ง เช่น หนังสือพิมพ์ข่าวกีฬา หนังสือพิมพ์ข่าวเศรษฐกิจ เป็นต้น เป็นหนังสือพิมพ์ที่วางจำหน่ายในระดับประเทศเท่านั้น ไม่รวมหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและหนังสือพิมพ์ที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตเท่านั้น และเป็นหนังสือพิมพ์ที่ดำเนินการโดยคนไทยเท่านั้น

จากเกณฑ์ที่กำหนดไว้ สามารถคัดเลือกหนังสือพิมพ์กลุ่มตัวอย่างได้ทั้งหมด 11 ฉบับ ได้แก่ เดลินิวส์ ไทยโพสต์ ไทยรัฐ คมชัดลึก ผู้จัดการรายวัน 360 องศา สยามรัฐ ข่าวสด แนวหน้า มติชน The Nation และ Bangkok Post

3) บันทึกข้อมูลภาษาที่ใช้ในหนังสือพิมพ์ทั้ง 11 ฉบับดังกล่าวของวันที่ 10 มีนาคม 2560 โดยสุ่มเลือกเก็บข้อมูลจากข่าวและคอลัมน์ประเภทต่างๆ ในหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ ประเภทละ 1 ข่าวหรือ 1 คอลัมน์ ได้แก่ ข่าวพาดหัว ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวอาชญากรรม ข่าวกีฬา บทบรรณาธิการ และคอลัมน์ประจำ

4.2 การคัดเลือกแหล่งข้อมูลสำหรับสื่อวิทยุสาร

1) สำรวจและรวบรวมรายชื่อวิทยุสารในประเทศไทยทั้งหมด โดยสืบค้นจากอินเทอร์เน็ต

2) คัดเลือกวิทยุสารกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) เพื่อเป็นแหล่งข้อมูล โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกไว้ว่าวิทยุสารกลุ่มตัวอย่างจะต้องเป็นวิทยุสารที่วางจำหน่ายในระดับประเทศเท่านั้น ไม่รวมวิทยุสารท้องถิ่นและวิทยุสารเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตเท่านั้น และเป็นวิทยุสารที่ดำเนินการโดยคนไทยเท่านั้น กล่าวคือ ไม่รวมวิทยุสารที่มาจากต่างประเทศ แล้วนำมาแปลเป็นภาษาไทย

จากเกณฑ์ที่กำหนดไว้ สามารถคัดเลือกวิทยุสารกลุ่มตัวอย่างได้ทั้งหมด 13 เล่ม ได้แก่ แพรว ดิฉัน สุดสัปดาห์ กุลสตรี บ้านและสวน คู่สร้างคู่สม เพื่อนเดินทาง ชีวจิต What Hi-Fi? อัมรินทร์เบบีเอนด์คิดส์ การเงินธนาคาร นักเลงรถกระบะ และไลฟ์แอนด์โฮม โดยวิทยุสารกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้มีความหลากหลายแตกต่างกันในด้านเนื้อหา แบ่งออกเป็นวิทยุสารหลายประเภท ได้แก่ วิทยุสารสำหรับผู้หญิงหรือวิทยุสารเกี่ยวกับแฟชั่น บ้านและสวน วิทยุสารเกี่ยวกับวิถีชีวิต วิทยุสารการท่องเที่ยว วิทยุสารสุขภาพ วิทยุสารเครื่องเสียง วิทยุสารแม่และเด็ก วิทยุสารการเงิน และวิทยุสารยานยนต์

3) บันทึกข้อมูลภาษาที่ใช้ในนิตยสารทั้ง 13 เล่มดังกล่าวที่ตีพิมพ์ในช่วงเดือนมีนาคม 2560 โดยสุ่มเลือกเก็บข้อมูลจากคอลัมน์ต่างๆ ในนิตยสารแต่ละเล่ม ได้แก่ บทบรรณาธิการ บทสัมภาษณ์ 1 คอลัมน์ และคอลัมน์ประจำ 2 คอลัมน์

4.3 ขอบเขตการวิจัย

สำหรับบทความนี้ ประเด็นหลักที่ต้องการศึกษาคือเรื่องการเลือกภาษากล่าวคือ ภาษาใดเป็นภาษาที่ถูกเลือกให้เป็นสื่อ (medium) ในการสื่อสารในแต่ละบริบท เพื่อให้เห็นภาพกว้างของการเลือกภาษาในแวดวงสื่อที่เป็นสิ่งตีพิมพ์ ดังนั้นในบทความนี้จึงไม่ได้วิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางภาษาในระดับย่อยลงไปอย่างการสลับภาษา (code-switching)

การสลับภาษาหมายถึงการที่ผู้พูดใช้ภาษามากกว่าหนึ่งภาษาหรือวิภาษามากกว่าหนึ่งวิภาษาสลับกันไปมาในบริบทเดียวกัน โดยทั่วไปแล้ว การศึกษาเกี่ยวกับการสลับภาษาจะมุ่งพิจารณาการสลับภาษาในเชิงโครงสร้างและเชิงหน้าที่ กล่าวคือ ในเชิงโครงสร้าง การสลับภาษาเกิดขึ้นที่ตำแหน่งใด เป็นการสลับระหว่างประโยคหรือภายในประโยค (การสลับภาษาในระดับคำอาจเรียกว่าการปนภาษา (code-mixing) ภาษาที่ใช้สลับกันมีบทบาทต่างกันอย่างไร เช่น ภาษาใดเป็นกรอบทางไวยากรณ์ ภาษาใดเป็นภาษาของคำประเภทเนื้อหา (content word) ตามแนวคิดเรื่อง Matrix Language Frame (Myers-Scotton, 1993) หรือการสลับภาษามีลักษณะเป็นการแทรกภาษาหนึ่งเข้าไปในอีกภาษาหนึ่ง (insertion) หรือเป็นการเปลี่ยนภาษาที่ใช้ไปสิ้นเชิง (alternation) (Muysken, 2000) ในเชิงหน้าที่ การสลับภาษาเกิดขึ้นอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของบริบทบางประการหรือถูกใช้เพื่อทำหน้าที่บางประการในการสื่อสาร (Blom & Gumperz, 1972) หรือเป็นไปตามบรรทัดฐานของสังคมหรือไม่ (Myers-Scotton, 1988)

จะเห็นได้ว่าการศึกษาเกี่ยวกับการสลับภาษาจะมุ่งหาคำตอบเกี่ยวกับลักษณะของปรากฏการณ์ดังกล่าว อย่างไรก็ตาม บทความนี้ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อจะอธิบายการสลับภาษา แต่ต้องการหาคำตอบว่าในสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งสองประเภทนี้ใน

สังคมไทย เลือกใช้ภาษาอะไรมากกว่ากัน โดยไม่ได้คำนึงถึงปริมาณของการสลับภาษา กล่าวคือ ในการเขียนแต่ละภาษาอาจจะมีการสลับไปใช้คำหรือประโยคที่มาจากภาษาอื่น แต่การสลับภาษาดังกล่าวไม่ได้เป็นสิ่งที่งานวิจัยนี้สนใจ แต่จะพิจารณาเฉพาะการเลือกภาษา ซึ่งหมายถึงภาษาที่ใช้เป็นหลักในการเขียนเท่านั้น ดังตัวอย่างการวิเคราะห์ต่อไปนี้

สลัดความคิดที่ว่ากระเป๋าสานเป็นอะไรที่เชยสำหรับสาวแพ
เพราะซัมเมอร์นี้กระเป๋าสานนี้แหละที่มาแรงมาก ๆ ตลอดทั้งปี
2018 รวมถึงเหล่าแฟชั่นนิสต้าก็หยิบเอากระเป๋าสานรูปทรงต่าง ๆ
มาแมตช์ลุคเปรี้ยวเก๋กันมากมาย (ที่มา: <http://www.ellethailand.com/fashion/straw-bags-shopping-guide/>)

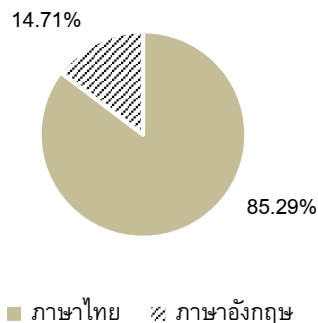
จากข้อความข้างต้น สามารถวิเคราะห์ได้ว่าเป็นข้อความที่เลือกใช้ภาษาไทยเป็นสื่อในการเขียน การใช้ภาษาในข้อความดังกล่าว (คำที่ขีดเส้นใต้) เป็นการสลับภาษา คือสลับจากภาษาไทยไปใช้คำภาษาอังกฤษ ไม่ได้เป็นการเปลี่ยนไปเลือกภาษาอังกฤษในการเขียน ดังนั้น จึงถือว่าข้อความนี้เลือกใช้ภาษาไทยในการเขียน นอกจากนี้ การวิเคราะห์ในลักษณะดังกล่าวไม่เกี่ยวข้องกับการเขียนคำภาษาอังกฤษด้วยตัวอักษรภาษาไทย กล่าวคือ ถึงแม้คำจากภาษาอังกฤษเหล่านี้จะเขียนด้วยตัวอักษรโรมัน ก็ยังถือว่าเป็นการสลับภาษา ไม่ได้เป็นการเปลี่ยนภาษาที่ใช้เป็นสื่อในการสื่อสาร ส่วนลักษณะหรือหน้าที่ของการสลับภาษานั้นอยู่นอกขอบเขตของบทความนี้

5. ผลการวิเคราะห์

5.1 การเลือกภาษาในสื่อหนังสือพิมพ์ของไทย

จากการคัดเลือกหนังสือพิมพ์กลุ่มตัวอย่างและสุ่มเลือกเก็บข้อมูลจากข่าวและคอลัมน์ต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ รวมทั้งหมด 68 ข่าว/คอลัมน์นั้น พบว่า

มีภาษา 2 ภาษาที่สื่อหนังสือพิมพ์เลือก ได้แก่ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยมีปริมาณการเลือกภาษาที่ต่างกัน ดังแสดงในภาพที่ 1 ชาวและคอลัมน์ที่เขียนด้วยภาษาไทยมีจำนวน 58 ข่าว/คอลัมน์ คิดเป็นร้อยละ 85.29 ของข้อมูลทั้งหมด ส่วนชาวและคอลัมน์ที่เขียนด้วยภาษาอังกฤษมีจำนวน 10 ข่าว/คอลัมน์ คิดเป็นร้อยละ 14.71 ของข้อมูลทั้งหมด



ภาพที่ 1. ร้อยละของการเลือกภาษาในสื่อหนังสือพิมพ์ของไทย

ตารางที่ 1

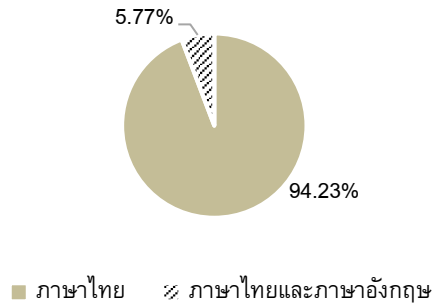
การเลือกภาษาในสื่อหนังสือพิมพ์ของไทย

	หนังสือพิมพ์	ข่าว					บทบรรณาธิการ	คอลัมน์ประจำ
		พาดหัว	การเมือง	เศรษฐกิจ	อาชญากรรม	กีฬา		
1	เดลินิวส์	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย
2	ไทยโพสต์	ไทย	ไทย	ไทย	-	ไทย	ไทย	ไทย
3	ไทยรัฐ	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย
4	คม ชัด ลึก	ไทย	ไทย	-	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย
5	ผู้จัดการรายวัน 360 องศา	ไทย	ไทย	ไทย	-	ไทย	ไทย	ไทย
6	สยามรัฐ	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย
7	ข่าวสด	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย
8	แนวหน้า	ไทย	ไทย	ไทย	-	-	ไทย	ไทย
9	มติชน	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย
10	The Nation	อังกฤษ	อังกฤษ	อังกฤษ	อังกฤษ	อังกฤษ	-	-
11	Bangkok Post	อังกฤษ	อังกฤษ	อังกฤษ	-	อังกฤษ	อังกฤษ	-

จะเห็นได้ว่าโดยภาพรวมแล้ว หนังสือพิมพ์ไทยเลือกภาษาไทยมากกว่าภาษาอังกฤษอย่างเห็นได้ชัด เมื่อพิจารณาการใช้ภาษาโดยละเอียด ดังตารางที่ 1 ที่แสดงการเลือกภาษาในหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ โดยแบ่งออกเป็นข่าวพาดหัว ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวอาชญากรรม ข่าวกีฬา ขบพรรณนาการ และคอลัมน์ประจำ แม้ว่าหนังสือพิมพ์ที่เลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างจะเป็นหนังสือพิมพ์ประเภททั่วไป ที่นำเสนอข่าวหลากหลายด้าน แต่ก็พบว่าหนังสือพิมพ์บางฉบับไม่ได้นำเสนอข่าวบางประเภท บางฉบับไม่มีขบพรรณนาการหรือคอลัมน์ประจำ จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าหนังสือพิมพ์ทุกฉบับเลือกภาษาใดภาษาหนึ่ง คือเลือกภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ ไม่มีหนังสือพิมพ์ฉบับใดที่เขียนข่าวบางข่าวหรือคอลัมน์บางคอลัมน์เป็นภาษาไทย แล้วเขียนข่าวบางข่าวหรือคอลัมน์บางคอลัมน์เป็นภาษาอังกฤษ หนังสือพิมพ์ที่เลือกภาษาไทยก็จะใช้ภาษาไทยทั้งฉบับ ในทำนองเดียวกัน หนังสือพิมพ์ที่เลือกภาษาอังกฤษก็จะใช้ภาษาอังกฤษทั้งฉบับ ดังนั้น ข่าวและคอลัมน์ที่เขียนด้วยภาษาอังกฤษที่พบในงานนี้มาจากหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษทั้งหมด ได้แก่ หนังสือพิมพ์ The Nation และ Bangkok Post

5.2 การเลือกภาษาในสื่อนิตยสารของไทย

จากการคัดเลือกนิตยสารกลุ่มตัวอย่างและสุ่มเลือกคอลัมน์ต่างๆ ในนิตยสารแต่ละเล่ม รวมทั้งหมด 52 คอลัมน์ พบว่ามีภาษา 2 ภาษาที่สื่อนิตยสารเลือกได้แก่ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยมีปริมาณการเลือกภาษาที่ต่างกัน ดังแสดงในภาพที่ 2 คอลัมน์ที่เขียนด้วยภาษาไทยทั้งหมดมีจำนวน 49 คอลัมน์ คิดเป็นร้อยละ 94.23 ของข้อมูลทั้งหมด ส่วนคอลัมน์ที่เขียนด้วยภาษาไทยควบคู่กับภาษาอังกฤษมีจำนวน 3 คอลัมน์ คิดเป็นร้อยละ 5.77 ของข้อมูลทั้งหมด



ภาพที่ 2. ร้อยละของการเลือกภาษาในสื่อวิทยุของประเทศไทย

ตารางที่ 2

การเลือกภาษาในสื่อวิทยุของประเทศไทย

	นิตยสาร	เนื้อหา	บทบรรณาธิการ	บทสัมภาษณ์	คอลัมน์ประจำ 1	คอลัมน์ประจำ 2
1	แพรว	ผู้หญิง/แฟชั่น	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย
2	ดิฉัน	ผู้หญิง/แฟชั่น	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย
3	สุดสัปดาห์	ผู้หญิง/แฟชั่น	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย
4	กุลสตรี	ผู้หญิง/แฟชั่น	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย
5	บ้านและสวน	บ้านและสวน	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย
6	คู่สร้างคู่สม	วิถีชีวิต	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย
7	เพื่อนเดินทาง	การท่องเที่ยว	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย
8	ชีวจิต	สุขภาพ	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย
9	What Hi-Fi?	เครื่องเสียง	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย
10	อัมรินทร์เบบี้ แอนด์คิดส์	แม่และเด็ก	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย
11	การเงินธนาคาร	การเงิน	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย
12	นิตยสารกระป๋อง	ยานยนต์	ไทย	ไทย	ไทย	ไทย
13	ไลฟ์แอนด์โฮม	บ้านและสวน	ไทย	ไทย, อังกฤษ	ไทย, อังกฤษ	ไทย, อังกฤษ

โดยภาพรวมแล้ว ภาษาที่นิตยสารเลือกมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกันกับภาษาที่สื่อหนังสือพิมพ์เลือก คือเลือกภาษาไทยมากกว่าภาษาอังกฤษอย่างเห็นได้ชัด ตารางที่ 2 แสดงการเลือกภาษาในนิตยสารแต่ละเล่ม โดยแบ่งออกเป็นบทบรรณาธิการ บทสัมภาษณ์ และคอลัมน์ประจำสองคอลัมน์ จะเห็นได้ว่าไม่มีนิตยสารเล่มใดเลยที่เลือกภาษาอังกฤษทั้งหมด นิตยสารส่วนใหญ่เลือกภาษาไทย โดยมี

นิตยสารเพียงหนึ่งเล่ม คือนิตยสารไลฟ์แอนด์โฮม ที่เลือกทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยใช้ทั้งสองภาษาควบคู่กันไปในคอลัมน์เดียวกัน การเลือกภาษาในลักษณะดังกล่าวเป็นลักษณะที่แตกต่างจากนิตยสารเล่มอื่นๆ ดังจะได้อภิปรายต่อไป

6. อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า โดยภาพรวมแล้ว ภาษาไทยยังคงมีสถานะเข้มแข็งในแวดวงสื่อ ยังคงทำหน้าที่เป็นภาษาหลักในสื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสาร กล่าวคือ สื่อสิ่งพิมพ์ทั้งสองประเภทโดยส่วนใหญ่เลือกภาษาไทยมากกว่าภาษาอังกฤษอย่างชัดเจน คือเลือกภาษาร้อยละ 85.29 ในสื่อหนังสือพิมพ์และร้อยละ 94.23 ในนิตยสาร อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการเลือกภาษาในสื่อทั้งสองประเภทจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่ามีความแตกต่างกันบางประการ

สื่อหนังสือพิมพ์ของไทยแบ่งออกได้เป็นหนังสือพิมพ์ที่เลือกภาษาไทยและหนังสือพิมพ์ที่เลือกภาษาอังกฤษ กล่าวคือ หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะเลือกภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ ภาษาใดภาษาหนึ่ง และจะใช้ภาษานั้นเขียนข่าวทุกข่าวหรือคอลัมน์ทุกคอลัมน์ จากหนังสือพิมพ์กลุ่มตัวอย่างที่นำมาวิเคราะห์ มีหนังสือพิมพ์ 2 ฉบับที่เลือกภาษาอังกฤษ ได้แก่ Bangkok Post และ The Nation สำหรับ Bangkok Post เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษรายวันที่ก่อตั้งขึ้นใน พ.ศ.2489 ปัจจุบันดำเนินการโดยบริษัท โพสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีหนังสือพิมพ์อื่นๆ ในเครือ เช่น โพสต์ทูเดย์ M2F และ Student Weekly เป็นต้น (“Overview: Nature of business”, 2016) ส่วน The Nation ก่อตั้งขึ้นใน พ.ศ.2514 ในชื่อ The Voice of the Nation เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษฉบับแรกที่มีเจ้าของเป็นคนไทย (“ประวัติเนชั่น”, ม.ป.ป.) ปัจจุบันเครือเนชั่น กรุ๊ป มีสิ่งพิมพ์อื่นๆ ในเครือ ได้แก่ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์คม ชัด ลึก นิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ และนิตยสารเนชั่นจูเนียร์

บรรณาธิการ ที่เขียนด้วยภาษาไทยเท่านั้น แต่ไม่มีคอลัมน์ใดเลยที่เขียนด้วยภาษาอังกฤษอย่างเดียว ดังนั้น แม้ว่าจะเป็นนิตยสารสองภาษา แต่ในเชิงปริมาณแล้ว ในนิตยสารเล่มนี้ใช้ภาษาไทยมากกว่าภาษาอังกฤษ นอกจากนี้ จากภาพที่ 3 และ 4 จะเห็นว่าเนื้อหาส่วนที่เขียนเป็นภาษาไทยจะอยู่ก่อนส่วนที่เขียนเป็นภาษาอังกฤษ ส่วนที่เป็นภาษาไทยอยู่ทางซ้าย ส่วนภาษาอังกฤษอยู่ทางขวา หรือส่วนที่เป็นภาษาไทยอยู่ด้านบน แล้วต่อด้วยส่วนที่เป็นภาษาอังกฤษอยู่ด้านล่าง คอลัมน์ใดที่มีการนำเสนอเนื้อหาโดยใช้สองภาษาควบคู่กันก็จะมีลักษณะเช่นนี้ทั้งหมด ดังนั้น หากพิจารณาทั้งในแง่รูปแบบของการนำเสนอเนื้อหาและปริมาณการใช้ภาษาทั้งสองภาษาแล้วพบว่า แม้นิตยสารไลฟ์แอนด์โฮมจะระบุว่าเป็นนิตยสารสองภาษา แต่ก็ให้ความสำคัญกับภาษาไทยมากกว่าภาษาอังกฤษ เห็นได้จากการที่ปริมาณการใช้ภาษาไทยมีมากกว่าภาษาอังกฤษ และการนำเสนอภาษาไทยไว้ก่อนภาษาอังกฤษ

เมื่อพิจารณาส่วนที่เป็นชื่อคอลัมน์และชื่อหัวข้อของบทความในนิตยสารไลฟ์แอนด์โฮม พบว่าชื่อคอลัมน์จะเป็นภาษาอังกฤษเสมอ เช่น "Editor's Note" "Life Corner" เป็นต้น ส่วนชื่อหัวข้อของบทความมีลักษณะการตั้งชื่อโดยใช้ภาษาอังกฤษควบคู่กับภาษาไทย โดยจะใช้ภาษาอังกฤษขึ้นก่อน แล้วจึงตามด้วยภาษาไทย เช่น "The Home Maker ถอดตัวตอนที่ไร้ตัวตน พงศ์ภัทร เอื้อสังคมเศรษฐ์" "Small Medium Home สุขแบบเล็กๆ" การตั้งชื่อคอลัมน์เป็นภาษาอังกฤษและการตั้งชื่อบทความโดยใช้ภาษาอังกฤษขึ้นก่อนแล้วตามด้วยภาษาไทยเป็นรูปแบบที่ไม่ได้พบเฉพาะในนิตยสารไลฟ์แอนด์โฮมเท่านั้น แต่พบในนิตยสารกลุ่มตัวอย่างที่เลือกภาษาไทยเล่มอื่นๆ ด้วย เช่น "Make It Unique ส่วนนี้ไม่มีคำว่า "ธรรมดา" (บ้านและสวน) "Short hair, if you dare ตัดสั้นเลยไหม ถ้าใจกล้าพอ" (แพรว) "Pregnancy Surprise! อย่างนี้ก็มิด้วย รวมอาการแปลกที่คนไม่ท้องไม่รู้" (อัมรินทร์เบบีแอนด์คิสส์) "The Moment of Pride หิริญกฤษฏี ภัทรปิรณัฐกุล" (กุลสตรี) ดังนั้น จะเห็นได้ว่าแม้เนื้อหาจะเขียนด้วยภาษาไทย แต่นิตยสารภาษาไทยหลายเล่มก็นิยมตั้งชื่อคอลัมน์เป็นภาษาอังกฤษ และตั้งชื่อหัวข้อมบทความเป็นภาษาอังกฤษควบคู่กับภาษาไทย โดยใช้ภาษาอังกฤษขึ้นก่อนแล้วตามด้วยภาษาไทย ดังตัวอย่างจากสารบัญที่แสดงในภาพที่ 5



ภาพที่ 5. ตัวอย่างสารบัญของนิตยสารชีวิต ฉบับวันที่ 1 มีนาคม 2560

ในนิตยสารที่เลือกภาษาไทยบางเล่มยังพบว่ามีการตั้งชื่อหัวข้อบทความเป็นภาษาอังกฤษล้วน แม้ว่าเนื้อหาจะเขียนเป็นภาษาไทยก็ตาม เช่น “Healthy Happy Meal” (กุลสตรี) “Summer in Style” (เพื่อนเดินทาง) “For the Love of Fashion 2” (ดิฉัน) ในขณะที่เดียวกันก็มีนิตยสารภาษาไทยที่ไม่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นชื่อคอลัมน์หรือชื่อหัวข้อบทความเลย ได้แก่ นิตยสารนักร้องกระบะและนิตยสารคู่สร้างคู่สม นิตยสารภาษาไทยบางเล่มวงเล็บชื่อนิตยสารเป็นภาษาอังกฤษไว้ที่หน้าปก เช่น เพื่อนเดินทาง (Traveller's Companion) อัมรินทร์เบบี้แอนด์คิดส์ (Amarin Baby & Kids) ในขณะที่นิตยสาร What Hi-Fi? เขียนชื่อนิตยสารตรงหน้าปกเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น โดยไม่มีภาษาไทย นอกจากนี้ ยังมีนิตยสารการเงินธนาคาร ที่เนื้อหาเขียนเป็นภาษาไทยทั้งหมด ชื่อคอลัมน์บางส่วนเป็นภาษาอังกฤษ แต่สารบัญชานิตยสารมีลักษณะเป็นสองภาษา คือเขียนด้วยภาษาไทยและภาษาอังกฤษควบคู่กัน แม้ว่าเนื้อหาจะเขียนเป็นภาษาไทยทั้งหมดก็ตาม

จะเห็นได้ว่าภาษาอังกฤษถูกเลือกใช้ควบคู่ไปกับภาษาไทยในสื่อมวลชน
ของไทย โดยเฉพาะในการตั้งชื่อคอลัมน์หรือชื่อหัวข้อของบทความ รวมถึงในสารบัญ
ลักษณะดังกล่าวอาจถูกนำมาใช้เพื่อดึงดูดผู้อ่าน ดังที่ศิริรัตน์ ประจักษ์ทิพย์

(Prajakthip, 2011) พบว่าผู้ผลิตนิตยสารมองว่าภาษาอังกฤษสามารถสื่อความได้สั้นและกระชับมากกว่าภาษาไทย อีกทั้งตัวอักษรภาษาอังกฤษสามารถจัดวางได้ง่ายกว่าจึงอาจเป็นไปได้ว่าการเลือกใช้ภาษาอังกฤษให้ปรากฏทั้งในสารบัญและในหน้าของเนื้อหา นั้น ส่วนหนึ่งก็เพื่อให้สามารถดึงดูดผู้อ่านได้ดียิ่งขึ้นและเพื่อให้การจัดหน้ากระดาษสวยงาม นอกจากนี้ การเลือกใช้ภาษาอังกฤษควบคู่กับภาษาไทยในนิตยสารอาจเกิดจากคุณค่าที่สังคมให้แก่ภาษาอังกฤษ กล่าวคือ ในสังคมไทยภาษาอังกฤษเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นสมัยใหม่ (Snodin, 2014) การใช้ภาษาอังกฤษจึงมีส่วนช่วยเสริมให้นิตยสารฉบับนั้นๆ ดูทันสมัยและเป็นสากลมากขึ้น ซึ่งเป็นลักษณะที่พึงประสงค์ของนิตยสารโดยทั่วไป ที่ต้องการนำเสนอเรื่องราวที่เป็นปัจจุบันและทันต่อเหตุการณ์

7. สรุป

โดยภาพรวมสื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารของไทยยังคงเลือกภาษาไทยมากกว่าภาษาอังกฤษ ผลการวิจัยนี้เป็นหลักฐานที่แสดงให้เห็นว่าแม้ว่าสถานการณ์ในสังคมจะเปลี่ยนไป แต่ภาษาไทยก็ยังคงทำหน้าที่เป็นภาษาหลักในสื่อสิ่งพิมพ์ของไทยทั้งสองประเภท นอกจากนี้ แม้ว่าในภาพรวมแล้วปริมาณการเลือกภาษาไทยในนิตยสารจะมากกว่าในสื่อหนังสือพิมพ์ แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่าภาษาอังกฤษมีบทบาทในนิตยสารมากกว่าในสื่อหนังสือพิมพ์ กล่าวคือ สื่อหนังสือพิมพ์จะเลือกภาษาใดภาษาหนึ่ง เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยหรือหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ ในขณะที่นิตยสารพบว่ามึลักษณะการเลือกภาษาแบบสองภาษา คือทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษควบคู่กันในนิตยสารฉบับเดียว นอกจากนี้ นิตยสารของไทยยังใช้ภาษาอังกฤษประกอบในส่วนต่างๆ ของนิตยสาร แม้ว่าจะเป็นนิตยสารที่เลือกภาษาไทยก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นการเขียนชื่อนิตยสารตรงหน้าปก การตั้งชื่อคอลัมน์ การตั้งชื่อหัวข้อบทความ หรือการเขียนสารบัญ ที่มีการเลือกภาษาอังกฤษ รูปแบบการเลือกใช้ภาษาอังกฤษในลักษณะดังกล่าวพบในนิตยสารกลุ่มตัวอย่างหลายเล่มและหลายประเภท จึงเป็นที่น่าสนใจว่าแม้นิตยสารจะไม่ได้

เลือกภาษาอังกฤษเป็นหลัก แต่ภาษาอังกฤษก็มีบทบาทสำคัญในสื่อ นิตยสารของ
ไทย

รายการอ้างอิง

- จำนง วิบูลย์ศรี และดวงทิพย์ วรพันธุ์. (2527). *ภาษากับมวลชน: วัฒนาการของภาษาเพื่อ
การเสนอข่าวในหนังสือพิมพ์ไทย*. กรุงเทพฯ: โครงการเผยแพร่ผลงานวิจัย
ฝ่ายวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จำนง วิบูลย์ศรี และดวงทิพย์ วรพันธุ์. (2530). *หนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: โครงการเผยแพร่ผลงานวิจัย ฝ่ายวิจัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นวลทิพย์ เพิ่มเกษร. (2545). ลักษณะการใช้ภาษาในหนังสือพิมพ์ไทย. *วรรณวิทัศน์*,
126-136.
- ประวัติเนชั่น. (ม.ป.ป.). สืบค้นเมื่อ 9 มิถุนายน 2561 จาก
http://www.nationgroup.com/about_2.php
- พรรณทิพา อินตะะ. (2555). การปนภาษาอังกฤษในนิตยสารภาษาไทย.
วารสารพินนศวรรสาร, 8(1), 33-42.
- กิมพลีชัย เตชะราชันย์. (2561). พัฒนาการบทบาทของภาษาอังกฤษในนโยบายการเรียน
การสอนภาษาไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 10(3).
- ระวีวรรณ ประกอบผล. (2530). *นิตยสารไทย*. กรุงเทพฯ: โครงการเผยแพร่ผลงานวิจัย
ฝ่ายวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศยามล ไทระญง. (2553). *การปนภาษาอังกฤษในภาษาไทยในนิตยสารวัยรุ่น* (วิทยานิพนธ์
มหาบัณฑิต สาขาภาษาศาสตร์). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- Bell, A. (2014). *The guidebook to sociolinguistics*. Chichester: Wiley Blackwell.
- Blom, J. P. & Gumperz, J. J. (1972). Social meaning in linguistic structure: Code-
switching in Norway. In J. J. Gumperz & D. Hymes (Eds.), *Directions in*
Sociolinguistics (pp. 407-434). New York: Holt, Rinehart and Winston.

- Fishman, J. A. (1964). Language maintenance and language shift as a field of inquiry: A definition of the field and suggestions for its further development. *Linguistics*, 2(9), 32-70.
- Fishman, J. A. (1965). Who speaks what language to whom and when?. *Linguistics*, 1(2), 67-88.
- Fishman, J. A. (1972). Domains and the relationship between micro- and macrosociolinguistics. In J. J. Gumperz and D. Hymes (Eds.), *Directions in sociolinguistics: The ethnography of communication* (pp. 435-453). New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Janhom, W. (2011). *English-Thai code-mixing in Thai health magazines* (Master's dissertation). Srinakharinwirot University, Bangkok.
- Kunarawong, P. (2014). Thai-English code mixing and code switching in Cosmopolitan magazine. *NIDA Journal of Language and Communication*, 19(22), 30-57.
- Masavisut, N., Sukwiwat, M., and Wongmontha, S. (1986). The power of the English language in Thai media. *World Englishes*, 5(2), 197-207.
- Muysken, P. (2000). *Bilingual speech: A typology of code-mixing*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Myers-Scotton, C. M. (1988). Code-switching as indexical of social negotiations. In M. Heller (Ed.), *Codeswitching* (pp. 151-186). Berlin: Mouton de Gruyter.
- Myers-Scotton, C. M. (1993). *Duelling languages: Grammatical structure in codeswitching*. Oxford: Oxford University Press.
- Overview: *Nature of business*. (2016). Retrieved 23 May 2017 from <http://www.postpublishing.co.th/>
- Prajakthip, S. (2011). *English-Thai mixing on international women magazine's covers and how this trend has developed and changed in the past six years: A case study of Thai edition of Marie Claire magazine* (Master's dissertation). Thammasat University, Bangkok.

- Simpson, A. & Thammasathien, N. (2007). Thailand and Laos. In A. Simpson (Ed.), *Language and national identity in Asia* (pp. 391-414). Oxford: Oxford University Press.
- Snodin, N. S. (2014). English naming and code-mixing in Thai mass media. *World Englishes*, 33(1), 100-111.