

กลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนและปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์

Chinese Slang Word Formation Strategies and Factors

Causing Chinese Slang Words in Social Media

เจียง หวี | Jiang Yu¹

สัททยา สัทธิวิเศษ | Sahattaya Sittivised²

ทิวาพร อุดมวงศ์ | Tiwaporn Udomwong³

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการสร้างคำสแลงและวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ คำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงปี พ.ศ. 2557- 2562 ที่พบบ่อยที่สุดตามสถิติที่เว็บไซต์ “สารานุกรมคำสแลงภาษาจีน (流行语百科)” รวบรวมไว้จำนวน 120 คำ ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่เป็นคำร้อยละ และพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่ากลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์ มีจำนวน 6 กลวิธี ได้แก่ การสร้างโดยการสร้างคำใหม่พบมากที่สุด พบจำนวนร้อยละ 45.83 รองลงมาคือการตัดคำหรือย่อคำพบจำนวนร้อยละ 16.66 อันดับที่สามคือการพ้องเสียง พบจำนวนร้อยละ 12.50 อันดับที่สี่คือการใช้ตัวเลขพบจำนวนร้อยละ 10.83 อันดับที่ห้าการใช้อักษรย่อจากสัทอักษรภาษาจีน (Pinyin) พบจำนวนร้อยละ 7.50 และ อันดับที่หก การยืมคำภาษาต่างประเทศ พบจำนวนร้อยละ 6.66 จากวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์ มีทั้งหมด 5 ปัจจัย ได้แก่ (1) อิทธิพลจากภาษาถิ่น (2) อิทธิพลจากภาษาต่างประเทศ (3) การสร้างคำใหม่ (4) ความต้องการสื่อความหมายพิเศษบางอย่าง (5) ความต้องการความรวดเร็วในการสื่อสาร ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถใช้เป็นข้อมูลหรือเนื้อหาให้กับผู้ที่สนใจนำไปศึกษาหรือใช้ประกอบการเรียนการสอน คำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์ต่อไป

คำสำคัญ: กลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีน, ปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลง, สื่อสังคมออนไลน์

¹ นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสอนภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

² อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

³ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Abstract

This research aimed to study the strategies used to form Chinese slang words and to analyze the factors that resulted in Chinese slang words in social media. The sample group used in the study was Chinese slang words in social media from 2014 – 2019. The sample consisted of the most common words found according to statistics on the website “Encyclopedia of Chinese Slang (流行语百科)” and. One hundred and twenty words were collected in total using purposive sampling method. Data were analyzed by using frequency, percentage, and a descriptive analysis. The findings indicated that there were 6 strategies used to form Chinese slang words: first, the most common new word formation found at 45.83%; followed by the word cutting or abbreviation revealed at 16.66%; third, homophones shown at 12.50%; fourth, use of numbers found at 10.83%; fifth, the use of abbreviations from Chinese phonetic characters (Pinyin) indicated at 7.50%; and sixth, foreign language borrowing found at 6.66% respectively. As analyzed the factors that caused Chinese slang words in social media, there were 5 factors: (1) dialect influence (2) foreign language influence (3) new word formation (4) the desire to convey some special meanings and (5) the need for speed in communication. The aforementioned research results can be used as information or content for those who are interested to study or use it for teaching Chinese slang in social media.

Keywords: Chinese Slang Word Formation Strategies, Factors Causing Chinese Slang Words, Social Media

บทนำ

ธรรมชาติของภาษาย่อมมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ตามบริบทของการใช้ภาษา การใช้ภาษาถือว่าเป็นทักษะและศิลปะอย่างหนึ่ง ผู้ใช้อาจมีการเลือกใช้คำหรือสร้างคำขึ้นมาเฉพาะเพื่อสื่อสารกับกลุ่มของตนเอง คำที่ถูกสร้างขึ้นใหม่และใช้สื่อสารกันเฉพาะในกลุ่มเรียกว่า “คำสแลง (slang)” พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้ให้ความหมายของสแลงว่า หมายถึง “ถ้อยคำหรือสำนวนที่ใช้เข้าใจกันเฉพาะกลุ่มหรือชั่วระยะเวลาหนึ่ง ไม่ใช่ภาษาที่ยอมรับกันว่าถูกต้อง” ด้วยการสื่อสารที่ไม่จำกัดเฉพาะหนังสือหรือสิ่งพิมพ์เพียงอย่างเดียว ปัจจุบันในภาษาจีนก็เกิดการใช้คำสแลงในการสื่อสารกันในสื่อออนไลน์เช่นเดียวกัน ซึ่งคำเหล่านี้เดิมทีจะใช้ในวงจำกัดเพียงการสื่อสารออนไลน์เท่านั้น ต่อมาได้มีการขยายวงการใช้ไปสู่การสื่อสารในชีวิตประจำวัน คำสแลงภาษาจีนจะเรียกว่า “网络流行语 Wǎngluò liúxíng yǔ” นักวิชาการชาวจีน Xia Xiaoxiao (2561) ได้ให้คำนิยามของคำสแลงในสื่อออนไลน์ไว้ว่า “ถ้อยคำหรือสำนวนที่นิยมใช้สื่อสารกันในอินเทอร์เน็ต ในสังคมปัจจุบัน มีรูปแบบการสื่อสารและมีภูมิหลังทางภาษาเฉพาะ โดยส่วนมากจะเป็นถ้อยคำหรือโครงสร้างประโยคที่ใช้ในภาษาพูด” การศึกษาสร้างคำสแลงในภาษาจีนนั้นได้มีผู้ศึกษาไว้ก่อนหน้านี้เช่นกัน ในด้านกลวิธีการสร้างคำและการจำแนกประเภท เช่น งานวิจัยของสิทธิพงศ์ มีกุล และ เนตรน้ำทิพย์ บุศดาวงค์ (2563) ได้รวบรวมคำสแลงภาษาจีนจากสื่อสังคมออนไลน์เว่ยป๋อ (微博) ปี พ.ศ. 2562 จำนวน 85 คำ ผลการศึกษาพบว่า คำสแลงภาษาจีนมีวิธีการสร้างคำ 3 วิธีได้แก่ การเปลี่ยนแปลงคำที่มีอยู่ การสร้างคำใหม่ และการยืมคำ นอกจากนี้ งานวิจัยของ กฤษฎี สงไข (2561) ได้ศึกษาประเภทของภาษาจีนที่นิยมใช้บนอินเทอร์เน็ตในปี ค.ศ. 2017 โดยนำหลักการจำแนกประเภทของ Chen (2008 อ้างถึงในกฤษฎี สงไข, 2561) ซึ่งแบ่งกลวิธีเป็น 4 ประเภทแบบที่ใช้ตัวอักษรจีน แบบใช้ตัวย่อ แบบใช้ตัวเลข และแบบใช้สัญลักษณ์ นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยในด้านปัจจัย

ที่ส่งผลต่อการเกิดคำสแลง เช่น Qi Jiantao (2007) ได้ศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดคำสแลงในภาษาจีนตามลักษณะที่มาของคำ พบว่ามีปัจจัยทั้งหมด 4 ประการ ได้แก่ 1) จากการสร้างความหมายใหม่ 2) จากความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ 3) จากความเข้มแข็งของการสื่อสารภาษาถิ่น 4) จากภาษาต่างประเทศ Sheng Ye และ Bu Zhaohui (2018) ได้ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงภาษาจีนตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 2014-2016 พบว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงในภาษาจีนมีทั้งหมด 9 ปัจจัย ได้แก่ 1) เหตุการณ์ที่กระตุ้นให้เกิดการอภิปรายเชิงสะท้อนสังคม 2) อิทธิพลจากบุคคลที่มีชื่อเสียง (จากพฤติกรรมหรือคำพูด) 3) ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ 4) ความเข้มแข็งของภาษาถิ่น 5) เกิดจากงานศิลปะ 6) เกิดจากคำโฆษณา 7) เกิดจากคำขวัญ 8) การแสดงอารมณ์ 9) อิทธิพลจากวัฒนธรรมต่างประเทศหรือคำศัพท์ต่างประเทศ ผลการวิจัยยังพบว่าปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงในภาษาจีนมากที่สุด คือ เกิดจากอิทธิพลจากบุคคลที่มีชื่อเสียง (จากพฤติกรรมหรือคำพูด) คิดเป็นร้อยละ 26 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าสังคมสมัยปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงภาษาจะได้รับอิทธิพลจากกลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียงโดยเฉพาะดารามากที่สุด นอกจากนี้ Meng Yazhe (2563) ได้กล่าวถึงบทบาทของคำสแลงในภาษาจีนไว้ว่าสามารถนำมาใช้แสดงถ้อยคำอย่างอิสระ ไม่ยึดติดกับเป็นมาตรฐานทางภาษา เป็นภาษาที่มีความกระชับ และแพร่หลายไปอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังสามารถใช้ในการพรรณนาให้เกิดจินตภาพได้อย่างชัดเจน สร้างอรรถสทางภาษาได้ดี

จากสภาพการณ์ดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า “คำสแลง” เป็นปรากฏการณ์ทางภาษาที่เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอในสื่อสังคมออนไลน์ อีกทั้งการใช้คำสแลงเหล่านี้ได้เข้ามามีบทบาทในการสื่อสารในสังคมยุคปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีการถ่ายทอดภาษาได้มีอรรถรส และทำให้เกิดจินตภาพ มีความทันสมัยและเหมาะสมกับการสื่อสารอย่างทันยุคทันเหตุการณ์ แต่ทั้งนี้การศึกษาคำสแลงสำหรับผู้เรียนภาษาจีนเป็นภาษาต่างประเทศนั้นจะพบความยากและอุปสรรคในการจดจำคำเหล่านี้ เพื่อให้ง่ายต่อการอธิบายและศึกษาคำสแลงในภาษาจีน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาวิธีการสร้างคำสแลงและวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงปี พ.ศ. 2557- 2562 ที่ปรากฏในเว็บไซต์ “สารานุกรมคำสแลงภาษาจีน (流行语百科)” ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลหรือเนื้อหาให้กับผู้ที่สนใจนำไปศึกษาหรือใช้ประกอบการเรียนการสอนคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ คำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์จากเว็บไซต์ “สารานุกรมคำสแลงภาษาจีน (流行语百科)” ในช่วงปีพ.ศ. 2557- 2562

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ คำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์ที่พบบ่อยที่สุดตามสถิติที่เว็บไซต์ “สารานุกรมคำสแลงภาษาจีน (流行语百科)” ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยผู้วิจัยคัดเลือกเฉพาะคำสแลงที่มีสถิติการใช้สูงสุดจำนวน 20 คำในแต่ละปี ในช่วงระยะเวลา 6 ปี (พ.ศ. 2557- 2562) รวมทั้งสิ้น 120 คำ

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยศึกษาและคัดเลือกคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ “สารานุกรมคำสแลงภาษาจีน (流行语百科)” ในช่วงปี พ.ศ. 2557- 2562 และคัดเลือกเฉพาะคำศัพท์ 20 อันดับที่มีการใช้

มากที่สุดในแต่ละปี จำนวน 120 คำ เพื่อนำมาวิเคราะห์กลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์ และวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 120 คำ มาวิเคราะห์กลวิธีการสร้างคำ โดยแจกแจงความถี่เป็นร้อยละของแต่ละประเภท และพรรณนาวิเคราะห์ ด้านการวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์จำแนกปัจจัยแต่ละปัจจัยและพรรณนาวิเคราะห์ พร้อมยกตัวอย่างประกอบ

ผลการวิจัย

1. กลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์

จากการวิเคราะห์คำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์ ในช่วงปี พ.ศ. 2557- 2562 จำนวน 120 คำ พบว่า มีกลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนจำนวน 6 กลวิธี โดยเรียงจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดดังนี้

ตารางที่ 1 กลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์

กลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์	จำนวนที่พบ	ค่าเฉลี่ย
(1) สร้างคำใหม่	55	45.83
(2) การตัดคำหรือย่อคำ	20	16.66
(3) การพ้องเสียง	15	12.50
(4) การใช้ตัวเลข	13	10.83
(5) การใช้อักษรย่อจากสัทอักษรภาษาจีน (Pinyin)	9	7.50
(6) การยืมคำภาษาต่างประเทศ	8	6.66
รวม	120	99.98

จากตารางที่ 1 พบว่าคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์ที่นำมาวิเคราะห์ทั้งหมด 120 คำ มีกลวิธีการสร้างโดยการสร้างคำใหม่มากที่สุด พบจำนวน 55 คำ คิดเป็นร้อยละ 45.83 รองลงมาคือการตัดคำหรือย่อคำ จำนวน 20 คำ คิดเป็นร้อยละ 16.66 อันดับที่สามคือการพ้องเสียง พบ 15 คำ คิดเป็นร้อยละ 12.50 อันดับที่สูงที่สุดคือการใช้ตัวเลข พบ 13 คำ คิดเป็นร้อยละ 10.83 อันดับที่สูงที่สุดคือการใช้อักษรย่อจากสัทอักษรภาษาจีน (Pinyin) จำนวน 9 คำ คิดเป็นร้อยละ 7.50 และ อันดับที่ 6 การยืมคำภาษาต่างประเทศ พบ 8 คำ คิดเป็นร้อยละ 6.66 ผลที่ได้จากการศึกษาและแสดงตัวอย่างของกลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์ ในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้

1.1. สร้างคำใหม่ กลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์โดยกลวิธีการสร้างคำใหม่พบมากที่สุด จำนวน 55 คำ คิดเป็นร้อยละ 45.83 ตัวอย่างเช่น

ตารางที่ 2 ตัวอย่างกลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์โดยวิธีการสร้างคำใหม่

คำสแลงภาษาจีน	กลวิธีการสร้างคำใหม่	ความหมาย
啃老族 kěnlǎozú	สร้างคำใหม่โดยการนำคำว่า “啃 kěn” (แทะ) “老 lǎo” (คนแก่) “族 zú” (ชาติพันธุ์) มารวมกันแล้วได้ความหมายใหม่	พวกแทะพ่อแม่ หมายถึง คนที่ถึงวัยทำงาน กลับยังให้พ่อแม่เลี้ยงดูอยู่
女汉子 nǚhànzi	สร้างคำใหม่โดยการนำคำว่า “女 nǚ” (ผู้หญิง) “汉子 hànzi” (ชายฉกรรจ์) มา รวมกันแล้วได้ความหมายใหม่	หญิงแกร่ง คือ หญิงที่สามารถทำงานช่วยเหลือตัวเอง หาเงินเองได้โดยไม่ต้องพึ่งผู้ชาย

คำสแลงภาษาจีน	กลวิธีการสร้างคำใหม่	ความหมาย
小鲜肉 xiǎoxiānròu	สร้างคำใหม่โดยการนำคำว่า “小 xiǎo” (เล็ก) “鲜 xiān” (สด) “肉 ròu” (เนื้อ) มารวมกันแล้วได้ความหมายใหม่	เนื้อสดชิ้นเล็ก (หนุ่มน้อยน่ารัก) หมายถึงหนุ่มน้อยที่อายุประมาณ 12-20 ปี หน้าตาหล่อเหลา
肥宅 féizhái	สร้างคำใหม่โดยการนำคำว่า “肥 féi” (อ้วน) “宅 zhái” (บ้าน) มารวมกันแล้วได้ความหมายใหม่	คนอ้วนที่ชอบเก็บตัวอยู่แต่ในบ้าน
吃货 chīhuò	สร้างคำใหม่โดยการนำคำว่า “吃 chī” (กิน) “货 huò” (สินค้า) มารวมกันแล้วได้ความหมายใหม่	คนกินเก่ง, คนกินจุ, นักกิน

1.2. การตัดคำหรือย่อคำ กลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์โดยกลวิธีการตัดคำหรือย่อคำ พบจำนวน 22 คำ คิดเป็นร้อยละ 18.33 ตัวอย่างเช่น

ตารางที่ 3 ตัวอย่างกลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์โดยวิธีการตัดคำหรือย่อคำ

คำสแลงภาษาจีน	กลวิธีการตัดคำหรือย่อคำ	ความหมาย
高大上 gāodàshàng	เป็นการย่อคำ คำว่า “高 gāo” มาจากคำว่า “高端 gāoduān” (ระดับสูง) “大 dà” มาจากคำว่า “大气 dàqì” (ใจกว้าง) และ “上 shàng” มาจากคำว่า “上档 shàngdàng” (เกรดดี, ชั้นเยี่ยม)	หรูหรา มีรสนิยม
不造 bú zào	เป็นการตัดเสียงพยัญชนะ จาก คำว่า “不知道 bù zhidào” เป็น “不造 bú zào”	ไม่รู้, ไม่ทราบ
网红 wǎng hóng	เป็นการย่อคำ คำว่า “网 wǎng” มาจากคำว่า “网络 wǎngluò” (อินเทอร์เน็ต) “红 hóng” มาจากคำว่า “红人 hóng rén” (บุคคลที่มีชื่อเสียง, คนดัง)	บุคคลที่มีชื่อเสียงในโลกออนไลน์, เน็ตไอดอล
我宣你 wǒ xuān nǐ	เป็นการย่อคำว่า “喜欢 xǐhuān” จากวลี “我喜欢你 wǒ xǐhuān nǐ”	ฉันชอบคุณ
车奴 chēnú	เป็นการย่อคำจากวลีว่า “车子的奴隶 chēzi de núlì” (ทาสรถ)	ทาสแห่งการผ่อนรถ (คนที่หาเงินมาได้ก็ต้องหมดไปกับการผ่อนรถ)

1.3. การพ้องเสียง คือการนำคำที่อ่านออกเสียงเหมือนกันแต่เขียนต่างกันมาใช้สร้างเป็นคำสแลง พบ 15 คำ คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตัวอย่างเช่น

ตารางที่ 4 ตัวอย่างกลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์โดยวิธีการพ้องเสียง

คำสแลงภาษาจีน	กลวิธีการพ้องเสียง	ความหมาย
蓝瘦香菇 lánshòu xiānggū	“蓝 lán” (สีฟ้า) “瘦 shòu” (ผอม) “香菇 xiānggū” (เห็ดหอม) พ้องเสียงกับคำว่า “难受 nánshòu” (เศร้าใจ) “想哭 xiǎngkū” (อยากร้องไห้) ”	เศร้าใจ อยากร้องไห้
照骗 zhàopiàn	มาจากคำว่า “照片 zhàopiàn” (รูปถ่าย) เป็นการนำหน่วยคำ “骗 piàn” (หลอก, หลอกหลวง) ซึ่งพ้องเสียงกับ “片 piàn” มาสร้างเป็นคำสแลง	ภาพหลอกหลวง (รูปภาพที่ไม่เหมือนกับตัวจริง)

คำสแลงภาษาจีน	กลวิธีการพ้องเสียง	ความหมาย
雨女无瓜 yǔnǚwúguā	“雨 yǔ” (ฝน) “女 nǚ” (หญิง) “无 wú” (ไม่) “瓜 guā” (แตง) พ้องเสียงกับคำว่า “与你无关” (ไม่เกี่ยวอะไรกับคุณ)	ไม่เกี่ยวอะไรกับคุณ, ไม่ใช่เรื่องของคุณ
笔芯 bǐxīn	“笔芯 bǐxīn” (ไส้ดินสอ) พ้องเสียงกับคำว่า “比心 bǐxīn” ซึ่งแปลว่าทำท่ามินิฮาร์ท	ทำท่ามินิฮาร์ท (เป็นการใช้นิ้วโป้งกับนิ้วชี้ไขว้กันที่บริเวณปลายนิ้ว คล้ายรูปหัวใจ เป็นสัญลักษณ์ใช้สื่อถึงการส่งมอบหัวใจ)
冲鸭 chōngyā	“冲 chōng” (รุก, ชน) “鸭 yā” (เป็ด) พ้องเสียงกับคำว่า “冲呀 chōngyā” (รุกสิ, ลุยเลย)	รุกสิ, ลุยเลย

1.4 การใช้ตัวเลข กลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์โดยกลวิธีการใช้ตัวเลข พบ 13 คำ คิดเป็นร้อยละ 10.83 ตัวอย่างเช่น

ตารางที่ 5 ตัวอย่างกลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์โดยวิธีการใช้ตัวเลข

คำสแลงภาษาจีน	กลวิธีการใช้ตัวเลข	ความหมาย
7878 qībāqībā	ตัวเลข “7878 qībāqībā” มีเสียงใกล้เคียงกับคำว่า “去吧去吧 qùbaqùba” แปลว่า “ไปเถอะไปเถอะ”	ไปเถอะไปเถอะ
555 wǔwǔwǔ	ตัวเลข “555 wǔwǔwǔ” มีเสียงใกล้เคียงกับคำว่า “呜呜呜 wūwūwū” เป็นคำเลียนเสียงร้องไห้	อือ ๆ (คำเลียนเสียงแสดงอาการร้องไห้)
1314 yī sānyī sì	ตัวเลข “1314 yī sānyī sì” มีเสียงใกล้เคียงกับคำว่า “一生一世 yīshēng yīshì” แปลว่า “ตลอดไป, ชั่วชีวิต, ชั่วนิรันดร์”	ตลอดไป, ชั่วชีวิต, ชั่วนิรันดร์
1	ตัวเลข “1 yī” มีเสียงใกล้เคียงกับคำช่วยเสริมน้ำเสียงแสดงอาการตอบรับ หรือขานรับ “嗯 èng (อืม)” แสดงความหมายว่า “ใช่, ได้, เห็นด้วย”	อืม (คำช่วยเสริมน้ำเสียงแสดงความหมาย “ใช่, ได้, เห็นด้วย”)
9494	ตัวเลข “9494 jiùsìjiùsì” มีเสียงใกล้เคียงกับคำว่า “就是就是 jiùshì jiùshì” แปลว่า “ใช่แล้ว, แน่نون”	ใช่แล้ว, แน่نون

1.5 การใช้พยัญชนะจากสัทอักษรภาษาจีน (Pinyin) กลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์โดยกลวิธีการใช้พยัญชนะจากสัทอักษรภาษาจีน (Pinyin) พบจำนวน 9 คำ คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตัวอย่างเช่น

ตารางที่ 6 ตัวอย่างกลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์โดยวิธีการใช้พยัญชนะจากสัทอักษรภาษาจีน (Pinyin)

คำสแลงภาษาจีน	กลวิธีการใช้พยัญชนะจากสัทอักษรภาษาจีน (Pinyin)	ความหมาย
PYQ	“PYQ” มาจากพยัญชนะของสัทอักษรภาษาจีน “朋友圈 péngyǒuquān (กลุ่มเพื่อน)”	กลุ่มเพื่อน (ในสื่อออนไลน์)
PLMM	“PLMM” มาจากพยัญชนะของสัทอักษรภาษาจีน “漂亮美眉 piàoliang měiméi (น้องสาวคนสวย)”	น้องสาวคนสวย, คนสวย, สาวสวย
XSWL	“XSWL” มาจากพยัญชนะของสัทอักษรภาษาจีน “笑死我了 xiàosǐ wǒ le (ข้าจะตายอยู่แล้ว)”	ข้าจะตายอยู่แล้ว, ข้ามาก

คำสแลงภาษาจีน	กลวิธีการใช้อักษรย่อจากสัทอักษรภาษาจีน (Pinyin)	ความหมาย
BB	“BB ” มาจากอักษรย่อของสัทอักษรภาษาจีน “宝宝 bǎobao (ที่รัก, เบบี)”	ที่รัก, เบบี (ใช้เรียกคนรัก)

1.6 การยืมคำภาษาต่างประเทศ กลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์ โดยการยืมคำภาษาต่างประเทศที่ศึกษาพบจำนวน 8 คำ โดยแบ่งเป็นภาษาอังกฤษ จำนวน 7 คำ และภาษาเกาหลี จำนวน 1 คำ คิดเป็นร้อยละ 6.66 ตัวอย่างเช่น

ตารางที่ 7 ตัวอย่างกลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์โดยวิธีการยืมคำภาษาต่างประเทศ

คำสแลงภาษาจีน	กลวิธีการยืมคำภาษาต่างประเทศ	ความหมาย
因吹斯挺	“因吹斯挺 yīnchuī sītǐng” เป็นการยืมคำจากภาษาอังกฤษด้วยการเทียบเสียงจากคำว่า “interesting”	น่าสนใจ
奈斯	“奈斯 nàisī” เป็นการยืมคำจากภาษาอังกฤษด้วยการเทียบเสียงจากคำว่า “nice”	เยี่ยม, สุดยอด, ดีมาก
爱豆	“爱豆 àidòu” เป็นการยืมคำจากภาษาอังกฤษด้วยการเทียบเสียงจากคำว่า “idol”	ไอดอล (คนหรือสิ่งที่ได้รับความชื่นชมหรือคลั่งไคล้อย่างมาก)
Wuli	“Wuli” เป็นการเทียบเสียงมาจากภาษาเกาหลี “우리 (uli)” หมายถึง “เรา, พวกเรา” ใช้เรียกคนที่ เป็นเพื่อนรุ่นเดียวกัน คนรัก หรือดาราที่ชื่นชม โดยการนำคำว่า “Wuli” ไปวางไว้หน้าชื่อคน โครงสร้างที่ใช้คือ “Wuli + ชื่อคน”	เรา, พวกเรา

2. ปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์

จากวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ (1) อิทธิพลจากภาษาถิ่น เช่น คำสแลง 蓝瘦香菇 lánshòu xiānggū เป็นคำในโลกออนไลน์ที่นิยมเป็นอย่างมากในปี 2560 เนื่องจากมีชายชาวนานหนึ่งอัดคลิปวิดีโอเพื่อบรรยายความโศกเศร้าเสียใจที่หญิงคนรักทิ้งตนไป ในคลิปชายชาวนานหนึ่งต้องการออกเสียงว่า “难受想哭 nánshòu xiāngkū” แปลว่า “เศร้าใจ อยากร้องไห้” แต่ด้วยการออกเสียงสำเนียงภาษาถิ่นคำนี้จะออกเสียงเป็น “蓝 lán” (สีฟ้า) “瘦 shòu” (ผอม) “香菇 xiānggū” (เห็ดหอม)” แปลตรงตัวว่า “เห็ดหอมสีฟ้าผอม” ด้วยความน่ารักของภาษาที่ใช้ โลกออนไลน์จึงช่วยกันแชร์คลิปนี้ไปอย่างรวดเร็ว ทำให้คลิปวิดีโอนี้โด่งดังไปทั่วประเทศจีน และสำนวน 蓝瘦香菇 lánshòu xiānggū (เศร้าใจ อยากร้องไห้) จึงเป็นสแลงที่ได้รับความนิยมอันดับต้น ๆ ของโลกออนไลน์ในปี 2560 (2) อิทธิพลจากภาษาต่างประเทศ เช่น คำว่า “奈斯 nàisī” เป็นการยืมคำจากภาษาอังกฤษด้วยการเทียบเสียงจากคำว่า “nice” และคำว่า “Wuli” เป็นการเทียบเสียงมาจากภาษาเกาหลี “우리 (uli)” หมายถึง “เรา, พวกเรา” จากคำสแลงดังกล่าวจะเห็นได้ว่าภาษาต่างประเทศก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดคำสแลงใหม่ ๆ ในภาษาจีน (3) การสร้างคำใหม่ เช่น คำว่า “车奴 chēnú (ทาสรถ)” หรือ “脱粉 tuōfěn (ยกเลิกติดตาม)” เป็นปรากฏการณ์ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม จึงมีความจำเป็นต้องมีการสร้างคำใหม่ขึ้นมาเพื่อใช้แทนความหมายที่เกิดขึ้นมาใหม่ตามสถานการณ์ปัจจุบัน (4) ความต้องการสื่อความหมายพิเศษบางอย่าง เช่น ความหมายในเชิงเสียดสี 照骗 zhàopiàn (ภาพหลอกลวง, รูปภาพที่ไม่เหมือนกับตัวจริง) ความหมายเชิงลบ บางอย่าง เช่น 吃藕 chīǒu (แปลตรงตัวว่า “กินรากบัว” หากเป็นคำสแลงแปลว่า “น่าเกลียด”) ใช้แทนการพูดตรง ๆ ว่า “丑 chǒu (น่าเกลียด)” ใช้แสดงความหมายในเชิงน่ารัก ผ่อนคลาย เช่น ใช้ตัวเลข 333 คล้ายเป็นการทำปากจูบ ๆ เป็นต้น และ (5) ความต้องการความรวดเร็วในการสื่อสาร เช่น ลดจำนวนการกดแป้นพิมพ์ โดยใช้

ตัวเลขสื่อสาร เช่น การใช้ตัวเลข “1yī” แทน “嗯 èng (อืม, ใช่, ได้, เห็นด้วย)” การใช้อักษรย่อจากสัทอักษรภาษาจีน (Pinyin) ใช้คำสแลง “XSWL” แทน “笑死我了 xiàosǐ wǒ le (ข้าจะตายอยู่แล้ว)” การย่อคำ หรือตัดคำในการสื่อสารให้สั้นลง เช่น จาก “不知道 bù zhīdào” เป็น “不造 búzào” เป็นต้น

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์กลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์ และปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์ มีประเด็นที่นำมาอภิปรายผลดังนี้

ผลการวิเคราะห์กลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์พบมากที่สุด คือ การสร้างคำใหม่จำนวน 55 คำ คิดเป็นร้อยละ 45.83 ทั้งนี้เนื่องจากคำสแลงภาษาจีนเป็นคำศัพท์ที่นำมาจากสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งจากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบัน วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และการดำเนินชีวิตของโลกมีความเปลี่ยนแปลงไป มนุษย์มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการสื่อสารมากขึ้น นวัตกรรม สิ่งของใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมายความต้องการการสื่อสารภาษาในรูปแบบใหม่ ๆ หรือเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ใหม่ ๆ ย่อมเกิดขึ้นตามมา การใช้คำสแลงเป็นอีกวิธีการหรือรูปแบบหนึ่งในการสร้างคำเพื่อสื่อความหมายใหม่ ๆ จึงทำให้ผลวิจัยที่ได้คือการสร้างคำใหม่มีจำนวนมากเป็นอันดับหนึ่งของจำนวนกลวิธีการสร้างคำทั้งหมด ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Qi Jiantao (2007) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดคำสแลงในภาษาจีนตามลักษณะที่มาของคำ พบว่ามีปัจจัยทั้งหมด 4 ประการ ได้แก่ 1) จากการสร้างความหมายใหม่ 2) จากความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ 3) จากความเข้มแข็งของการสื่อสารภาษาถิ่น 4) จากภาษาต่างประเทศ ปัจจัยที่เกิดจากการสร้างความหมายใหม่มีจำนวนที่พบมากที่สุด และในประเด็นผลการศึกษาที่พบว่า กลวิธีที่ใช้น้อยที่สุดคือการยืมคำภาษาต่างประเทศ พบ 8 คำ คิดเป็นร้อยละ 6.66 ทั้งนี้เนื่องจากเอกลักษณ์หนึ่งของชาวจีน คือ จะเป็นผู้ที่มีความคิดชาตินิยมและมีความจงรักภักดีต่อชาติสูง เป็นผู้ที่มีความรักและหวงแหนในภาษาและวัฒนธรรมของตนเอง โดยเฉพาะวัฒนธรรมด้านภาษา จะสังเกตได้ว่าการยืมคำภาษาต่างประเทศมาใช้ในภาษาจีนนั้นจะยืมมาใช้น้อยมาก คำสแลงเป็นคำที่กลุ่มวัยรุ่นหรือกลุ่มโลกออนไลน์ใช้สื่อสารกัน กลุ่มนี้ส่วนใหญ่แล้วจะมีความคุ้นชินกับการสื่อสารกับชาวต่างชาติและเสฟสื่อออนไลน์ในต่างประเทศเสมอ ๆ จึงทำให้เกิดการใช้คำสแลงที่เป็นคำภาษาต่างประเทศขึ้น แต่ก็มีจำนวนการใช้เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ Qi Jiantao (2007) และ Sheng Ye และ Bu Zhaohui (2018) ที่ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงภาษาจีนทั้งสองงานวิจัยได้จัดลำดับปัจจัยที่มาจากภาษาต่างประเทศอยู่ในอันดับสุดท้ายทั้งสองผลงานวิจัย

จากวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์ มีทั้งหมด 5 ปัจจัย ได้แก่ (1) อิทธิพลจากภาษาถิ่น (2) อิทธิพลจากภาษาต่างประเทศ (3) การสร้างคำใหม่ (4) ความต้องการสื่อความหมายพิเศษบางอย่าง (5) ความต้องการความรวดเร็วในการสื่อสาร ซึ่งปัจจัยทั้งหมดนี้ได้สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของภาษากับปรากฏการณ์บางอย่างในสังคมในยุคและช่วงเวลา ๆ นั้น และมีบทบาทมากขึ้นในยุคสังคมปัจจุบัน ภาษาทุกภาษาย่อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ สอดคล้องกับแนวคิดของ ธวัช ปุณณทก (2553) ได้อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงภาษาหรือวิวัฒนาการภาษาไว้ว่า ภาษาเป็นเครื่องมือที่มนุษย์ใช้สื่อสารซึ่งกันและกัน ฉะนั้นจึงเกิดการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอไม่ว่าภาษาใด และภาษาที่ใช้สื่อสารกันจะมีการเปลี่ยนแปลงมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับการใช้สื่อสารว่าสื่อสารบ่อยครั้งเพียงใด นอกจากนี้การรับวัฒนธรรม ศาสนา หรือมีอาณาเขตติดต่อกันก็ย่อมทำให้ภาษาเปลี่ยนแปลง อันเนื่องมาจากการปนภาษาได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

(1) ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นเนื้อหาเสริมในการสอนคำสแลง และหลักการใช้คำสแลงในภาษาจีน เพื่อให้ผู้เรียนได้มีความรู้เกี่ยวกับคำสแลงที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์

(2) คำสแลงภาษาจีนที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เป็นคำศัพท์เฉพาะกลุ่ม และมีความยากต่อการเข้าใจ หากนำคำสแลงภาษาจีนไปใช้ในการจัดการเรียนการสอน กลุ่มผู้เรียนควรเป็นกลุ่มผู้ที่มีพื้นฐานภาษาจีนอยู่ในระดับกลางขึ้นไป ไม่เหมาะกับผู้เรียนที่เริ่มเรียนหรือเรียนอยู่ในระดับต้น เพราะจะทำให้ยากต่อการเข้าใจและทำให้ผู้เรียนเกิดความท้อแท้ในการเรียนภาษาจีนได้

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

(1) คำสแลงเกิดขึ้นใหม่ตลอดเวลาและสถานการณ์ควรมีการศึกษาคำสแลงในภาษาจีนเป็นระยะ

(2) คำสแลงเป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างซับซ้อนและมีภูมิหลังด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ควรมีการศึกษากว้างขวางการแปลคำสแลงภาษาจีนเป็นภาษาไทย เพื่อใช้ได้หลักการและแนวทางการแปลที่เหมาะสมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กฤษฎี สงไข. (2561). วลีภาษาจีนที่นิยมใช้บนอินเทอร์เน็ตในปี ค.ศ. 2017 กับการสะท้อนสังคม. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 10(ฉบับพิเศษ), 316-326.

ธวัช ปุณโณทก. (2553). วิวัฒนาการภาษาไทยและอักษรไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน. (2554, 29 มิถุนายน 2563). ระบบค้นหาคำศัพท์พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน 2554.

สืบค้นจาก <https://dictionary.orst.go.th/>

สิทธิพงศ์ มีกุล และ เนตรนันทิพย์ บุตตาวงศ์. (2563). การศึกษาวิเคราะห์คำสแลงภาษาจีนที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์.

วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 16(1), 98-115.

สารานุกรมคำสแลงภาษาจีน (流行语百科). (2563, 29 มิถุนายน). Buzzword Encyclopedia. สืบค้นจาก <https://www.lxybaike.com/>

ภาษาอังกฤษ

Meng Yazhe. (2563). The application of situational teaching method in teaching Chinese as a foreign language online new words case study on the intermediate and advanced level Of Chinese learners as the teaching target. Education research, 3(2), 138-139.

Qi Jiantao. (2007). Origins of Popular Modern Chinese Sayings and Their English Translation. Journal of Dalian University, 28(2), 138-140.

Sheng Ye and Bu Zhaohui. (2018). The Origin, Meaning and its Classification of Network Buzzwords—The Case of “Cyber Words” in 2014-2016. Modern Linguistics, 6(2), 335-341.

Xia Xiaoxiao. (2561). "Internet Buzzwords" Teaching in Teaching Chinese as a Foreign Language. Northern Literature, 2008(18), 35-42.