



การศึกษาเปรียบเทียบคำศัพท์ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ “โควิด-19”
ตามมุมมองของค่านิยมระหว่างสังคมจีนและไทย

ฉินตงตง*

วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

อีเมล: whajm@hotmail.com

กนกพร นุ่มทอง**

ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

อีเมล: kanokporn.n@ku.th

รับบทความ: 20 กันยายน 2566

แก้ไขบทความ: 30 พฤษภาคม 2566

ตอบรับบทความ: 21 มิถุนายน 2566

บทคัดย่อ: งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบค่านิยมระหว่างสังคมจีนและไทยในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จากคำศัพท์ใหม่ยอดนิยม 6 คำที่มีความเกี่ยวข้องกับ “โควิด-19” โดยวิเคราะห์คำศัพท์ใหม่ในทั้ง 4 ด้านของทฤษฎี Linguistic Memes ได้แก่ ปัจจัยในการเกิดคำศัพท์ ช่องทางในการกระจายข้อมูล วิธีการในการกระจายข้อมูล และสถานการณ์ที่ก่อให้เกิด ซึ่งคำศัพท์ภาษาจีนใหม่ที่ได้รับการนิยาม 6 คำมาจาก “10 คำศัพท์ใหม่ที่ได้รับเลือกให้เป็นคำแห่งปี” ของปี ค.ศ. 2020 และปี ค.ศ. 2021 จัดโดยศูนย์ติดตามและวิจัยทรัพยากรภาษาแห่งชาติและสำนักพิมพ์ชางอู และคำศัพท์ใหม่ภาษาไทยยอดนิยม 6 คำมาจากกูเกิลเทรนด์ “คำค้นหายอดนิยมแห่งปี” ของปี พ.ศ. 2563 และ ปี พ.ศ. 2564 ผลการวิจัยพบว่า รัฐบาลและประชาชนจีนมุ่งมั่นดำเนินการด้าน “นโยบายโควิดเป็นศูนย์” แบบพลวัต โดยภาครัฐและประชาชนมีการทำสงครามอย่างจริงจังกับไวรัส เห็นได้จากคำศัพท์ใหม่ยอดนิยมเกี่ยวกับการรับมือกับการระบาดของโควิด-19 สะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมของสังคมจีนที่มีค่านิยมยึดกรรมสิทธิร่วมกันเป็นหลัก ในส่วนของรัฐบาลและประชาชนไทยให้น้ำหนักความสำคัญในด้านเศรษฐกิจ คำศัพท์ใหม่ยอดนิยมส่วนมากเกี่ยวกับมาตรการการเยียวยาของรัฐต่อผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ประโยชน์ที่ประชาชนได้รับจากมาตรการดังกล่าวเข้ามามีส่วนช่วยในการกระตุ้นการบริโภค ประชาชนมีความพอใจที่ได้รับการเยียวยาในส่วนของการใช้จ่าย ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นจริงที่ว่าสังคมไทยคือสังคมแห่งการบริโภคนิยม ซึ่งเป็นค่านิยมของสังคมไทย สะท้อนให้เห็นว่าคนไทยยึดความเป็นปัจเจกบุคคลเป็นหลัก

คำสำคัญ: โควิด-19; คำศัพท์ใหม่; เปรียบเทียบค่านิยมระหว่างสังคมจีนและไทย

* First author

E-mail address: whajm@hotmail.com

** Corresponding author

E-mail address: kanokporn.n@ku.th

A Comparison of Social Values Between China and Thailand Using “COVID-19” and Its Related New Words

Qin Dongdong

International College, Sripatum University

E-mail: whajm@hotmail.com

Kanokporn Numtong

Eastern Languages Department, Faculty of Humanities, Kasetsart University

E-mail: kanokporn.n@ku.th

Received: 20th September 2022

Revised: 30th May 2023

Accepted: 21th June 2023

Abstract: This study aims to compare social values between China and Thailand during the COVID-19 pandemic. It is based on the theory of linguistic memes, which considers situations for triggering, channels for diffusion, methods for diffusion, and circumstances for formation. The method used in our study is to compare the top six recently created Chinese words related to “COVID-19” from “Hanyu Pandian,” which is held by The Commercial Press and the National Language Resources Monitoring and Research Center, and the top six recently created Thai words related to “COVID-19” from Google Trends Thailand. According to our research, battling the pandemic is a concern for both the Chinese government and the populace. The new Chinese words therefore refer to aiding the pandemic-affected areas. The values of collectivism were reflected in it. The economy is a bigger concern for the Thai government and people than the pandemic is. The majority of the popularly searched words relate to government relief measures. These actions can provide alleviation for the populace and stimulate consumption in line with the social values of prioritizing happiness and consuming with enjoyment. Individual-centered ideals are reflected in consistency.

Keywords: COVID-19; New words; Compare social values between China and Thailand

从“新冠肺炎”及其衍生新造词角度对比中泰社会价值观

覃冬冬

泰国斯巴顿大学国际学院

电子邮箱: whajm@hotmail.com

吴琼

泰国农业大学人文学院东方语言学系

电子邮箱: kanokporn.n@ku.th

收稿日期: 2022-08-31

修回日期: 2023-05-30

接受日期: 2023-06-21

摘要: 本文从 2020 与 2021 年中国国家语言资源监测与研究中心和商务印书馆联合主办的“汉语盘点”年度十大新词语中选取热度最高的 6 个与“新冠肺炎”相关的汉语新造词, 同时在泰国谷歌趋势榜中选取热搜趋势度最高的 6 个与“COVID-19”相关的泰语新造词, 根据语言模因理论分析新造词的形成条件、传播渠道、传播机制与方式、触发语境等四个方面, 探究对比在新冠疫情蔓延的背景下, 中泰两国人民社会价值观的异同。本文研究发现, 中国政府与人民更关注对疫情的抗击, 热搜中的新造词都与援助疫区相关, 体现了以集体主义为主的社会价值观。相对于疫情, 泰国政府与人民更忧心经济, 热搜的新造词绝大部分是政府发放救济金的措施, 这些措施能让人民获得救济, 也鼓励人民消费, 与安享快乐、喜爱消费的社会价值观一致, 是以个人为中心的价值观的反映。

关键词: 新冠肺炎; 新造词; 中泰社会价值观对比

1. 引言

2020 年初，一场突如其来的疫情肆虐全球，给世界各国人民的生活造成了巨大的影响，也给各国经济社会的发展造成了重创，时至今日，疫情依然蔓延，远未结束。然而，这场始料未及的疫情却彻底改变了人们原本社交、购物、阅读、思考的习惯与方式，这场疫情也将在人类历史进程中留下深深的印记。在这期间，人们日常生活中的话题自然离不开疫情，每天各国的新闻头条和热搜中，都少不了与疫情相关的话题与词条，然而由疫情及其衍生出的新造词在各国语言中的形成条件、传播渠道、传播机制与方式、触发语境却不尽相同。语言是展现社会原本模样的一面镜子，是人们表现自己对社会的诉求的一种方式，同时也反映了社会的现状和层出不穷的新事物，折射出人们的思想与观念。本文将通过中泰两国 2020 至 2021 年的热搜词词条筛选出新冠肺炎疫情及其衍生出的新造词，分析对比汉泰新造词的形成条件、传播渠道、传播机制与方式和触发语境，从而探究同一突发公共卫生事件下汉泰新造词产生及传播背后的社会价值观，这一研究对增进两国人民的相互了解有一定的参考价值。

2. 研究方法与范围

2.1 研究目的

本文以汉语“新冠肺炎”与泰语“COVID19”为中心，筛选出相关的热搜度最高的衍生新造词进行对比分析，探析比较新造词背后中泰两国人民的社会价值观，以期提高文化差异意识，促进两国人民相互了解。

2.2 研究方法

本文将从 2020 与 2021 年中国国家语言资源监测与研究中心与商务印书馆等联合主办的“汉语盘点”年度十大新词语中选取热度最高的与“新冠肺炎”相关的新造词。这些新造词语与流行词是中国政府基于大数据语料库，利用语言信息处理技术筛选，并经过专家评议而来的，具有绝对的权威性。

而在泰语方面，本文也将从 2020 年与 2021 年泰国谷歌趋势榜中选取热搜趋势度最高的与“COVID-19”相关的新造词。这些新造词是谷歌趋势基于搜索数据推出的一款分析工具。它通过分析某一地区谷歌搜索引擎每一天的搜索数据，展示出一些关键词或者话题在各个时间段中的频率及其相关统计数据。

本文将根据语言模因理论分析与“新冠肺炎”相关新造词的形成条件、传播渠道、传播机制与方式、触发语境，从而对比中泰两国人民社会价值观的差异。

2.3 研究范围

中国国家语言资源监测与研究中心与商务印书馆等联合主办的“汉语盘点 2020”与“汉语盘点 2021”中年度十大新词语如下：

	2020 年度十大新词	是否与“COVID-19”相关
1	复工复产 (return to work and production)	✓
2	新冠疫情 (COVID-19 pandemic)	✓
3	无症状感染者 (asymptomatic patient)	✓
4	方舱医院 (mobile cabin hospital)	✓
5	健康码 (health QR code)	✓
6	数字人民币 (e-CNY)	✗
7	服贸会 (CIFTIS)	✗
8	双循环 (dual circulation)	✗
9	天问一号 (Tianwen-1 Mars mission)	✗
10	无接触配送 (contactless delivery)	✓

	2021 年度十大新词	是否与“COVID-19”相关
1	七一勋章 (July 1 Medal)	✗
2	双碳 (carbon peaking and carbon neutrality)	✗
3	双减 (double-reduction policy)	✗
4	保障性租赁住房 (government-subsidized rental housing)	✗
5	祝融号 (Zhurong Mars rover)	✗
6	跨周期调节 (cross-cyclical adjustments)	✗
7	减污降碳	✗

	2021 年度十大新词	是否与“COVID-19”相关
	(reduction of pollution and carbon emissions)	
8	动态清零 (dynamic zero-Covid policy)	✓
9	德尔塔 (Delta)	✓
10	破防 (overwhelmed)	✗

复工复产 (return to work and production) 是指因特殊原因而使大部分企业工厂等停止生产活动后, 再由政府统一指导恢复工作和生产。这是因为新冠疫情爆发而导致全中国大部分的企事业单位和工厂停工停产, 在疫情得到有效控制后, “复工复产”自然成为了人们热论的话题。因此, 这与新冠疫情关系密切。

新冠疫情 (COVID-19 pandemic) 指的就是新冠肺炎疫情。

无症状感染者 (asymptomatic patient) 指的是没有相关临床症状但核酸检测呈阳性者。这是新冠疫情中出现的一类感染者。因此与新冠疫情相关。

方舱医院 (mobile cabin hospital) 是以医疗方舱为主要载体, 综合了医疗、医技等功能的户外移动医疗平台。由于新冠疫情初期患者人数激增, 为了缓解各个医院的医疗压力, 方舱医院由此产生。因此这与新冠疫情有直接的关联。

健康码 (health QR code) 属于疫情防控健康码系统, 系统记录个人真实出行数据, 再由个人自行网上申报, 经后台审核后, 生成的属于个人的二维码。这是疫情期间出入通行的一个电子凭证。与新冠疫情紧密相关。

数字人民币 (e-CNY) 是中国人民银行发行的数字形式的法定货币, 很明显与新冠疫情并无关联。

服贸会 (CIFTIS) 全称为中国国际服务贸易交易会, 为全球的服务贸易搭建综合信息平台, 与新冠疫情没有关系。

双循环 (dual circulation) 是中国政府依据国内外环境的变化而做出的重大经济战略部署, 要形成以国内大循环为主体, 国内国际双循环的新发展格局。因此, 这一战略与新冠疫情并无直接联系。

天问一号 (the Tianwen-1 Mars mission) 与祝融号 (Zhurong Mars rover) 分别为火星探测任务和火星车的名称, 属于中国火星探测计划的范畴, 因此与新冠疫情无关。

无接触配送 (contactless delivery) 是指将商品放到指定地点, 减少人们的面对面接触, 以保证双方在配送环节的健康安全。这是人们抗击疫情的手段之一, 也与新冠疫情相关。

七一勋章 (July 1 Medal) 是中共中央用于表彰全国优秀共产党员、全国优秀党务工作者和全国先进基层党组织的荣誉。与新冠疫情没有联系。

双碳 (carbon peaking and carbon neutrality) 和减污降碳 (reduction of pollution

and carbon emissions) 是中国实行低碳环保的战略目标。可见，新冠疫情与其无关系。

双减 (double-reduction policy) 指的是减轻义务教育阶段学生过重作业负担和校外培训负担，与教育相关，与新冠疫情无关。

保障性租赁住房 (government-subsidized rental housing) 是住房的一种类别，主要解决符合条件的新市民、青年人等群体的住房困难问题，以建筑面积不超过 70 平方米的小户型为主，租金低于同地段同品质市场租赁住房租金。因此与新冠疫情没有直接关联。

跨周期调节 (cross-cyclical adjustments) 是中国在“十四五”规划提出的一个概念，主要是建立健全一整套侧重于解决中长期难题的全新宏观调控框架体系，能够有效促进经济总量平衡、结构优化、内外均衡，与新冠疫情没有直接联系。

动态清零 (dynamic zero-Covid policy) 中国新冠肺炎疫情防控的总方针，是利用大数据精准快速扑灭病毒的一种综合防控措施。与新冠疫情有关系。

德尔塔 (Delta) 音译自希腊字母表中的第四个字母。2021 年 5 月，世界卫生组织将最早在印度发现的新冠病毒变异毒株 B.1.617.2 命名为“德尔塔”变体，目前德尔塔变体成为很多国家的主要流行毒株，因而“德尔塔”自然也出现在了中国人民的热搜词中。这与新冠疫情紧密相关。

破防 (overwhelmed) 是网络流行词，指的是遇到一些事或看到一些信息后心理层面受到很大冲击，是一种情感的表达，因此与新冠疫情没有直接关联。

由此可见，2020 年至 2021 年与“新冠肺炎”相关的新词语共有 8 个，即复工复产、新冠疫情、无症状感染者、方舱医院、健康码、无接触配送、动态清零、德尔塔。而其中复工复产、德尔塔非新造词，而是赋予了新义的旧词，其余 6 个都是因新冠疫情而产生的新造词。

泰语中与“COVID-19”相关的衍生词是在泰国谷歌趋势榜中选取热搜趋势最高的 10 个，如下表所示：

	2020 年度十大流行语	是否与“COVID-19”相关
1	เราไม่ทิ้งกัน (我们不离不弃)	✓
2	คนละครึ่ง (一人一半)	✓
3	โควิด-19 (COVID-19)	✓
4	DLTV (通过电视进行远程教育)	✓
5	เยียวยาเกษตรกร (救济农民)	✓
6	เราเที่ยวด้วยกัน (我们一起旅游)	✓

	2020 年度十大流行语	是否与“COVID-19”相关
7	US Election 2020 (2020 美国大选)	x
8	ร้อยเล่ห์มารยา (电视剧《诱爱入局》)	x
9	ลงทะเบียนรับเงินค่าไฟ (注册领取电费补贴)	✓
10	สมัครสอบ ก.พ. (公务员考试报名)	x

	2021 年度十大流行语	是否与“COVID-19”相关
1	เราชนะ (我们赢了)	✓
2	คนละครึ่ง (一人一半)	✓
3	Popcat (啵啵猫)	x
4	วัคซีนโควิด (新冠疫苗)	✓
5	Secondary Grading System (教育评估系统)	x
6	ม.33 เรารักกัน (第 33 条我们互爱)	✓
7	โควิดวันนี้ (今日新冠疫情)	✓
8	อาการโควิด (新冠肺炎症状)	✓
9	กระเช้าสีดา (电视剧《马兜铃》)	x
10	ลอยกระทงออนไลน์ (在线放水灯)	✓

เราไม่ทิ้งกัน (我们不离不弃) 是一个项目名称，是泰国政府在疫情期间推出的一个救济项目，向受新冠疫情影响的民众发放每人每月 5000 铢的救助金，为期 3 个月。

คนละครึ่ง (一人一半) 是一个项目名称，是泰国政府在新冠疫情期间，为了刺激国内消费、减轻人民开支负担、增强小商户资金流动性而实施的一个项目，符合条件的个人到参与此项目

的商家中购买商品时，只需支付 50% 的金额，剩下的 50% 由国家支付给商家，每天上限 150 铢，整个项目不超 800 铢。

โควิด-19 是英语 “COVID-19” 的泰语音译。

DLTV（通过电视进行远程教育）是泰国皇室赞助的卫星远程教育金基会的远程教育方式，1995 年开始提供远程教育服务，2020 年因新冠疫情而重新成为人们热烈讨论的对象。

เยียวยาเกษตรกร（救济农民）是政府救济农民的一项措施，因自然灾害或疫情感染等原因致使农民收入减少，政府为了保证农民的基本生活而直接发放补贴。这一项措施并非新冠疫情产生，但也因农民受新冠疫情影响急需政府的补贴而冲上热搜。

เราเที่ยวด้วยกัน（我们一起旅游）是一个项目名称，是泰国政府推出的一项政策，为了刺激疫情期间国内旅游复苏，通过房费及交通费补贴、降价等方式吸引民众出游。

US Election 2020（2020 美国大选）是当年全球共同关注的焦点，因此入选泰国热搜词条并不意外，但这一话题与 “COVID-19” 没有直接联系。

ร้อยเล่ห์มารยา（《诱爱入局》）和 2021 年度的 กระเช้าสีดา（《马兜铃》）是泰国年度热播电视剧，因此与 “COVID-19” 没有关联。

ลงทะเบียนรับเงินค่าไฟ（注册领取电费补贴）这是政府在疫情期间实施的一项电费补贴措施，如果家庭用低于 150 度/月的电费免交，如果用电量在 150-800 度之间则以 2020 年 2 月份电费额度缴纳，如果用电量在 800-3000 度的减免 50%，如果超过 3000 度以上的减免 30%，另外增值税部分还能够获得 3% 的减免。

สมัครสอบ ก.พ.（公务员考试报名）每年都有公务员考试，因此很明显与 “COVID-19” 并无直接关联。

เราชนะ（我们赢了）是一个项目名称，此项目针对的是疫情期间没有获得政府福利卡、或者没有加入政府 “一人一半” 以及 “一起去旅游” 项目的 “钱包” 信息数据库的民众，这些民众可以注册登录 “เราชนะ”（我们赢了）网站领取相应的政府救济福利。

Popcat 是网络上一只小猫，它的嘴巴一张一合发出 “啾啾” 声，因此被网友称作 “啾啾猫”，它因嘴巴开合得比较魔性而风靡全球，打入泰国热搜榜不足为奇，但也与 “COVID-19” 没有关系。

วัคซีนโควิด（新冠疫苗）接种新冠病毒疫苗是控制疫情扩散的有效方式之一，民众自然高度关注接种情况。

Secondary Grading System 是泰国新颁布的教育评估系统，与教育有关，与 “COVID-19” 无关。

ม.33 เรารักกัน（第 33 条我们互爱）是一个项目名称，也是政府的救济措施之一，救济对象是社会保障条例中第 33 条例规定的自保户，因其他救济政策未能很好地惠及这一类人群，因此政府特地为他们颁布这项措施。

โควิดวันนี้（今日新冠疫情）是泰国疾控厅每日向民众报告的疫情数据，自然是民众每天都关注的话题。

อาการโควิด（新冠肺炎症状）民众关注新冠肺炎患者的临床症状，可以对照自身情况，一

定程度上可监控自己是否感染新冠肺炎。

ลอยกระทงออนไลน์（在线放水灯）由于疫情的影响，许多线下活动都无法举行，以避免人群聚集，因此泰国传统节日水灯节也不能如愿举行，人们只能以在线形式进行。

从以上的解释可以看到，2020 年至 2021 年泰语中与“COVID-19”相关的词语共有 13 个，即 เราไม่ทิ้งกัน（我们不离不弃）、คนละครึ่ง（一人一半）、โควิด-19（COVID-19）、DLTV（通过电视进行远程教育）、เยียวยาเกษตรกร（救济农民）、เราเที่ยวด้วยกัน（我们一起旅游）、ลงทะเบียนรับเงินค่าไฟ（注册领取电费补贴）、เราชนะ（我们赢了）、วัคซีนโควิด（新冠疫苗）、ม.33 เรารักกัน（第 33 条我们互爱）、โควิดวันนี้（今日新冠疫情）、อาการโควิด（新冠肺炎症状）和 ลอยกระทงออนไลน์（在线放水灯）。其中“โควิด-19”（COVID-19）就是“新冠疫情”的泰语音译词，DLTV（通过电视进行远程教育）、เยียวยาเกษตรกร（救济农民）和“ลงทะเบียนรับเงินค่าไฟ”（注册领取电费补贴）虽然与新冠疫情相关，但久已有之，不属于新造词；“วัคซีนโควิด”（新冠疫苗）、“โควิดวันนี้”（今日新冠疫情）、“อาการโควิด”（新冠肺炎症状）的内容与“โควิด-19”（COVID-19）新造词部分存在重复；而“เราไม่ทิ้งกัน”（我们不离不弃）、“คนละครึ่ง”（一人一半）、“เราเที่ยวด้วยกัน”（我们一起旅游）、“เราชนะ”（我们赢了）和“ม.33 เรารักกัน”（第 33 条我们互爱）都是疫情时期新推出的项目的名称，属于新生事物，因而列为新造词。

综上所述，本文所要研究对比的汉语与泰语新造词如下表所示：

序号	汉语“新冠肺炎”及其衍生词	泰语“COVID-19”及其衍生词
1	新冠肺炎 (COVID-19)	โควิด-19 (COVID-19)
2	新冠疫情 (COVID-19 pandemic)	เราไม่ทิ้งกัน (我们不离不弃)
3	无症状感染者 (asymptomatic patient)	คนละครึ่ง (一人一半)
4	方舱医院 (mobile cabin hospital)	เราเที่ยวด้วยกัน (我们一起旅游)
5	健康码 (health QR code)	เราชนะ (我们赢了)
6	无接触配送 (contactless delivery)	ม.33 เรารักกัน (第 33 条我们互爱)
7	动态清零 (dynamic zero-Covid policy)	ลอยกระทงออนไลน์ (在线放水灯)

3. 文献综述

3.1 词语定义

汉语的“新冠肺炎”，为“新型冠状病毒肺炎”的简称。2020 年 2 月 8 日中国国务院联防联控机制成员将“新型冠状病毒感染的肺炎”暂命名为“新型冠状病毒肺炎”，简称“新冠肺

炎”，英文名称“Novel Coronavirus Pneumonia”，简称“NCP”。而随后2月11日世界卫生组织对疾病进行定名后，中国国家卫生健康委员会仅修订了英文名，中文名称不变。

泰语的“โควิด-19”，音译自英语的“COVID-19”。2020年2月11日世界卫生组织对疾病进行定名后，泰国公共卫生部将疾病的泰语名称由先前的“โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019”（2019 新型冠状病毒传染疾病）修改为“โควิด-19”（COVID-19）。

Li (1996:32) 给“新造词”的定义为新出现的、符合民族语言构词法则的、表意明确而能进行交际的词语。本文将依照此定义来界定新造词。

根据 Yi (2013)、Chen (2015)、Khunghongjan (2016) 以及 Phrakhrusakornsuthidham (2019) 对于价值观的阐述，本文将社会价值观的概念归纳为一个社会中人们用以区分好坏标准并指导行为的心理倾向系统。

3.2 研究理论

He & Chen (2014) 认为，语言是模因传播的最得力工具，是文化传承的主要载体，通过语言传播而生成的模因现象就是语言模因。由此可见，潜势模因的选择决定了语言模因的成功与否，然而语言模因的形成条件、传播渠道、传播机制与方式以及传播的触发语境是成为潜势模因的必要条件。

语言模因的形成需要一定的内部语言条件和外部环境条件，其中内部语言条件包括了语言模因的形式特征、语义特征、语用或修辞特征等，而外部环境条件则是相关背景时间的凸显度、公众心理表达的需求度、大众传媒的感召度、整体社会空间的容忍度等，这些都促成了语言模因的形成与发展。

语言模因的传播渠道通常分为教育教学和知识传授、语言自身的运用以及信息的交际和交流三种。

语言模因传播机制与方式分为两类，即“内容相同、形式各异”的基因型传播与“形式相同、内容各异”的模因表现型传播。

需要通过情景语境、语言语境、认知语境和社会语境的触发，潜势模因才能得以传播。

3.3 研究综述

从新冠疫情爆发至今的三年时间中，已有不少学者和研究人员对因新冠肺炎而产生的新造词或赋予新义的旧词进行探索分析。Luo & Wang (2022) 针对新造词、赋予新义的旧词以及普及的专业词出现的现象进行解释，他们认为社会环境背景、语言内部动因、信息媒介的发展及话语主题的转变是促成新语新义的原因。Dechawongse et al. (2021) 解释说明了泰语因新冠肺炎而新造的词的构词方法与产生的途径，他认为新造词主要是音译的英语专有名词、专业词汇与泰语词结合而来的，具有新的含义。而 Wang & Lin (2021) 侧重于从构词特征、韵律特征、语义特征和语用特征方面分析的内部生态环境，同时结合外部生态环境及非生态状况来全面描写新冠疫情热词。Sereechaikul (2021) 认为疫情期间，社交媒体推特推文话题的语言主要使用英文音译词、泰英混合词和缩略词，而话题内容以疫情状况、防疫措施和减少疫情影

响的措施为主。Lu (2021) 则总结了牛津、剑桥和柯林斯公布的年度热词中与新冠疫情相关的新语热词。Onlamoon et al. (2022) 对比泰国两家不同的报刊发现, 与新冠疫情相关的头条新闻中最常使用的同义词类型是单词形式。

除了对语言本身进行研究外, Fu & Pan (2021) 选取疫情期间的高频热词, 通过搜索量趋势等算法分析数据, 对新冠肺炎引发的网络语言舆情进行研究, 并提出相应的治理策略, 降低负面舆情造成的影响及危害。Chiewchan (2021) 调查发现疫情期间, 新闻媒体中的语言使用有六个特征, 包括情感词、同义词、音译词、英文词、政府用词和各种标记, 用以吸引民众对疫情的关注, 同时普及相关知识与措施, 反映了疫情对人民的影响。Wang & Hu (2020) 则强调了在抗疫背景下要坚守的网络语言传播的真实性、纯洁性与合法性原则, 减少社会危害性。

中华文明价值体系的主流源自于儒家思想、儒家的价值观, 而“四德五常”作为儒家两千年来来的基本道德, 也是中国古代社会的基本价值, 影响中国社会至深至远。Chen (2015) 认为经过两千年的发展, 中华文明形成了自己的价值偏好: 责任先于自由、义务先于权利、群体高于个人、和谐高于冲突。价值观属于社会意识形态的范畴, 受社会经济基础的制约, 是在这之中人们利益和需要的反映。2012 年 11 月 8 日, 胡锦涛主席在中国共产党第十八次全国代表大会上的报告 (Hu, 2012) 中表示, 社会主义核心价值体系是兴国之魂, 决定着中国特色社会主义发展方向, 并明确提出了“三个倡导”, 即“倡导富强、民主、文明、和谐, 倡导自由、平等、公正、法治, 倡导爱国、敬业、诚信、友善”, 积极培育和践行社会主义核心价值观, 这 12 个词是社会主义核心价值观的基本内容, 其中, 富强、民主、文明、和谐是国家层面的价值目标, 自由、平等、公正、法治是社会层面的价值取向, 爱国、敬业、诚信、友善是公民个人层面的价值准则。这些都是以中国文化的主流价值观作为基础、作为源泉的, 也是中华文明价值体系的转化和传承。

Yi (2013) 和 Kittitharo (2014) 都从泰国的宗教、制度与信仰的角度来分析泰国社会的基本价值观, 他们都认同泰国人相信业报、信仰鬼神、尊崇财富、尊崇权威、喜爱群聚、安享快乐、喜爱消费, 但 Yi (2013) 还认为泰国人很注重身份, 而 Kittitharo (2014) 则认为泰国人还爱国王、尊崇长者、慷慨大方、崇尚学历、崇尚个人主义、追求仪式感, 此外其他的基本价值观就相对负面, 如自私自利、民族意识薄弱、赌博、不守纪律、喜欢凑热闹。泰国国家文化委员会办公室 (2013, as cited in Khunghongjan, 2016) 确定了泰国社会应该培育的 5 项基本价值观: 自力更生、勤俭节约、遵纪守法、践行宗教美德, 以及爱国爱教爱王。2014 年 7 月 11 日, 巴育上将代表泰国政府在“还幸福于民”的讲话 (Chan-o-cha, 2014) 中表示, 为了建设强大的泰国, 明确定义了泰国人民应遵循的核心价值观, 以鼓励全国人民团结一致, 共同发展。核心价值观一共有 12 项, 具体内容有: 1、爱国家、爱宗教、爱国王; 2、忠诚、奉献、隐忍、有良好的公共意识; 3、孝敬父母、尊敬师长; 4、追求新知、勤奋学习; 5、保护泰国文化习俗; 6、讲道德、守诚信、常乐观、齐分享; 7、了解并学习以国王为元首的民主制; 8、遵纪守法、尊重长辈; 9、依照国王谕旨, 会自省、会思考、会执行、会实践; 10、以九世王倡导的适足经济理念生活, 节省以备不时之需, 富余则扩展业务, 增强抵御能力; 11、身心健康、不畏强权、敬畏宗教; 12、国家集体利益高于个人利益。

以新冠疫情为例，无论是现实生活还是研究文献，我们都可以了解到中泰两国对突发事件、全新事物的描写与表述各有差异，从新造词的产生中体现出了中泰两国人民的思维形式与行事风格截然不同，这是两种社会价值观的外在表现。然而目前尚未有学者由此而比较中泰人民的社会价值观。因此，本文将从新造词的形成条件、传播渠道、传播机制与方式、触发语境这四个方面对两国人民在新冠疫情中最常使用与疫情相关的新造词进行比较研究，尝试剖析对比这些新造词背后的两种社会价值观，以促进中泰两国语言文化交流互鉴，增进中泰两国人民的相互了解。

4. 研究结果

4.1 汉语“新冠肺炎”与泰语“COVID-19”及其衍生新造词的形成条件

从词语的组成结构来看，本文研究的7个汉语新造词“新冠肺炎”、“新冠疫情”、“无症状感染者”、“方舱医院”、“健康码”、“无接触配送”、“动态清零”都为复合词，均属于偏正结构，而且中心词均为民众熟知的常用词，即“肺炎”、“疫情”、“感染者”、“医院”、“码”、“配送”和“清零”，在语言形式上简洁明了，因此方便民众记忆与传播。而这些词的修饰部分却是新词或以前不曾与之相搭配的词，如“新冠”就是一个新词语，是新型冠状病毒的简称，是2019年底才被人类发现的一种严重急性呼吸道传染疾病。而“无症状”、“方舱”、“健康”、“无接触”、“动态”虽然也是大众熟悉的词语，但从未分别与“感染者”、“医院”、“健康”、“无接触”和“动态”相搭配，在泰语里的“คนละครึ่ง”（一人一半）和“ลอยกระทงออนไลน์”（在线放水灯）也属于修饰词与中心词首次搭配。在如今疫情的影响下，这些新结合的词语不需要人们多费什么力气就可以轻松地领会其中的含义。总之，这些新造词的组合模式符合汉语和泰语造词规则，词语表达精炼、通俗易懂，方便人们学习和记忆。

泰语里的“โควิด-19”音译自世界卫生组织为疾病定下的英语名字“COVID-19”，这是一个全新词语，但只有两个音节，易读易模仿，符合强势模因应有的形式特征，因此泰国公共卫生部先前定的“โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019”（2019 新型冠状病毒传染疾病），既长又难记，不符合“语言的经济原则”，很快就被淘汰掉了。“เราไม่ทิ้งกัน”（我们不离不弃）、“เราเที่ยวด้วยกัน”（我们一起旅游）、“เราชนะ”（我们赢了）、“ม.33 เรารักกัน”（第33条我们互爱）基本上都以句子“เรา...(กัน)”（我们一起……）的形式出现，在面对突如其来的疾病时政府用这样相同的句式为救济项目起名，既能拉近人们的心理距离，又能号召民众共克时艰，更容易被大众接受。

这些新词也符合了“语言的经济原则”，即用最少的语言传递最多的信息。如“新冠”源自于“新型冠状病毒”，病毒的全称太长，不方便记忆，于是为了减少记忆负担且能将这种病毒与其他已知病毒区分开来，就分别选取了“新型”和“冠状”两词的首字，缩略为“新冠”，高度概括了病毒的特征。同样的，泰语里“โควิด-19”（COVID-19）发音和记忆既简单又省力。又如“无症状感染者”意思为已经被病毒感染的人却没有临床症状，“无接触配送”指的是不需要与收货人接触的配送服务，在当前的社会语境下，将具体的含义高度概括起来，简练又准确地表达了所有的内容。虽然“เราไม่ทิ้งกัน”（我们不离不弃）、“เราเที่ยวด้วยกัน”（我们一

起旅游)、“เราชนะ”(我们赢了)、“ม.33 เรารักกัน”(第33条我们互爱)是以简单句子形式出现,但只是谓词部分不同,节约了民众的记忆空间,同时又能让民众立即领会措施的内容。

这些新造词中的一些中心语的能产性很高,如“XX码”,除了“健康码”外,在新冠疫情中频频出现在中国社交媒体上的如“红码”、“绿码”、“黄码”、“场所码”、“行程码”等,只需要替换前面的修饰词,就可以成功地转化成不同的表达,贴切地应用到相应的场景中。又如“XX清零”,在新冠疫情中“动态清零”是中国政府的疫情防控总方针,指的是当出现本土新冠病例时,采取有效的综合性防控措施,“发现一起、扑灭一起”,快速切断疫情传播链,使每一起疫情及时终止,感染者“清零”。相应地,各地方也出现了不同范围的防控措施,如“社会面清零”、“社区清零”、“疫情清零”等,这些新出现的词完全能适用于多种不同的场合语境,传播能力强大,易记易理解。对于新冠肺炎的感染者,由于症状的不同而分为“重症感染者”、“轻症感染者”、“无症状感染者”等类型,都能套用“XX感染者”这一模因。同样的,泰语里的“ลอยกระทงออนไลน์”(在线放水灯)来自于高产能的“XXออนไลน์”(在线xx)语言结构,指在线进行某一活动,如“ประชุมออนไลน์”(在线开会)、“ดูทีวีออนไลน์”(在线看电视)、“ปฐมนิเทศออนไลน์”(在线迎新生)等等。同样的还有“คนละครึ่ง”(一人一半)源自于“คนละx”(一人一x),表示“一人一X”,如“คนละอย่าง”(一人一种)、“คนละด้าน”(一人一面)、“คนละทาง”(一人一条路)等。

促成语言模因的形成与发展,除了语言结构内部的条件外,还有外部环境条件。首先,这些新造词都是在新冠肺炎疫情蔓延的情况下产生,而且疫情带给人民生活的影响巨大,那么这些语言自然引发民众关注,成为热点。其次,某个语言单位之所以获得社会群体性仿造、传播,源于民众表达心理诉求的需要,而从这些词中我们也看到疫情下的百姓众生相。此外,这些新造词的权威效应毋庸置疑,要了解什么是新冠肺炎疫情、如何防控新冠肺炎疫情、如何应对经济下行,都与人民生活息息相关,需要国家政府进行总调控,那么大众传媒的感召度在这里得到充分体现,这就让这些语言信息能吸引比较多的注意,也容易得到人们的复制和传播。

4.2 汉语“新冠肺炎”与泰语“COVID-19”及其衍生新造词的传播渠道

汉语的“新冠肺炎”、“新冠疫情”与泰语的“COVID-19”无疑是属于教育教学和知识传授渠道传播的,因为在2019年底之前人类并没有发现这种病毒,对此一无所知,当2019年底病毒出现后迅速向全世界扩散,由于这种疾病传染性强,传播初期死亡率高,引起了全球极大的关注,世界卫生组织为其正式命名后,就被人们广泛复制和传播。泰语热词中的“วัคซีนโควิด”(新冠疫苗)、“โควิดวันนี้”(今日新冠疫情)、“อาการโควิด”(新冠症状)也是由“โควิด-19”(COVID-19)复制传播而来的。但“โควิด-19”(COVID-19)是音译词,因此它也可以看作是在信息的交际和交流的渠道中进行传播的。

而汉语其他的5个词“无症状感染者”、“方舱医院”、“健康码”、“无接触配送”、“动态清零”和泰语的“คนละครึ่ง”(一人一半)、“ลอยกระทงออนไลน์”(在线放水灯)都是一组旧的模因重组出新的模因,“เราไม่ทิ้งกัน”(我们不离不弃)、“เราเที่ยวด้วยกัน”(我们一起旅游)、“เราชนะ”(我们赢了)、“ม.33 เรารักกัน”(第33条我们互爱)大量复制“เรา...(กัน)”

（我们一起……）模因，而且这些模因的基本意思都没有变化，只因外部环境的突然改变，经过信息的重新组合，成为了新的模因变体，这些都是语言自身语用发展而进化成的新的语言模因。

4.3 汉语“新冠肺炎”与泰语“COVID-19”及其衍生新造词的传播机制与方式

前文提到过的汉语的“XX 码”、“XX 清零”、“XX 感染者”，泰语的“คนละครึ่ง”（一人一半）、“ลอยกระทงออนไลน์”（在线放水灯），它们的语言结构和形式都没有变化，但是内容却为另外的词语所取代并产生了全新的意义，同样道理，其他 4 个“新冠肺炎”、“新冠疫情”、“方舱医院”和“无接触配送”，也是内容为新词或以前不相搭配的词所取代，因此汉语“新冠肺炎”及其衍生新造词均属于表现型传播“形式相同、内容各异”的同构异义的横向嫁接。

泰语里的“เราไม่ทิ้งกัน”（我们不离不弃）、“เราเที่ยวด้วยกัน”（我们一起旅游）、“เราชนะ”（我们赢了）、“ม.33 เรารักกัน”（第 33 条我们互爱）是固有的句子格式被原封不动地搬用，属于基因型传播“内容相同、形式各异”的相同信息直接传递。因为这些句子在疫情蔓延的大背景下，“我们不离不弃”、“我们一起旅游”、“我们赢了”和“我们互爱”，用亲切的语言表达了政府愿同民众一起携手面对疫情，共度难关。而泰语中的“โควิด-19”音译自英语 COVID-19，便于不会英语的民众阅读和表达，以提高交际效率，这属于基因型传播“内容相同、形式各异”的相同信息异形传递。

4.4 汉语“新冠肺炎”与泰语“COVID-19”及其衍生新造词的触发语境

语言模因的传播需要语境的触发。汉语“新冠肺炎”与泰语“COVID-19”及其所有衍生新造词很明显是受到“新冠肺炎疫情”这一情景语境触发的。

认知语境是情景语境经过交际者处理加工后的结果，是他们在生活中积累起来的经验。同样是由“新冠肺炎疫情”触发而来，除了汉语“新冠肺炎”、“新冠疫情”与泰语“COVID-19”基本相对应外，其他中泰热搜的相关词语内容大相径庭。汉语中“无症状感染者”和“方舱医院”主要与感染疾病相关，“无接触配送”和“健康码”涉及民众的日常出行，而“动态清零”则是国家防控的总方针。泰语里“เราไม่ทิ้งกัน”（我们不离不弃）、“เราชนะ”（我们赢了）与“ม.33 เรารักกัน”（第 33 条我们互爱）是政府为感染者推出的救济措施，“คนละครึ่ง”（一人一半）和“เราเที่ยวด้วยกัน”（我们一起旅游）是政府为了减轻人们的开支负担、刺激国内消费而推出的项目，“ลอยกระทงออนไลน์”（在线放水灯）属于疫情常态下人们主要的活动方式之一。由此可见，中国侧重于疾病的治疗以及疫情防控，而泰国注重为民众减轻经济负担，两种不同的认知语境触发了不同的潜在语言模因。

4.5 中泰社会价值观对比

He & Chen (2014) 认为，语言传播的根本目的在于受众对于信息的理解，并产生新的传播。语言模因的解读需要借助语境和背景，而默认语境和社会背景则是社会价值观的一个体现。

汉语的 7 个新造词都是使用已有的汉语词语进行重新组合，而且词语中所包含意义都是默认义。一般而言，默认义以原型浮现的语言模因与人们的人生观、价值观或者是生活习惯和文化信仰有较高的契合度（He & Chen, 2014）。从这 7 个词中不难看出，词语都是与疫情本身紧密相关，中国政府、民众抗击疫情的决心也可见一斑。语言背后的社会文化因素是语言模因的母体，它既孕育了语言模因，也为语言模因提供了繁衍环境。2020 年初，疫情爆发后的短时间内，中国政府迅速进行宏观调配，对疫区进行援助，不少人都愿意牺牲个人利益，给患者予物质与精神的鼓励。冲上热搜的新词“无症状感染者”、“方舱医院”、“健康码”、“无接触配送”就是人们在抗疫时最常用的词，需要全体人民始终关注疫情的发展，参与配合抗击疫情，当全国范围内实施封城措施时，人民配合政府，全国经济停摆两个月后，疫情得到有效控制，“复工复产”、“动态清零”迅速提上日程。这些现象都很好地体现了中国人“责任先于自由”和“群体高于个人”的社会价值观。

“โควิด-19”（COVID-19）为英文音译词，在传播的过程中，民众从词语的发音与意义就可以了解这是当下突如其来的传染病的名称，且这一疾病来源于国外，这也为之后泰国疫情宣传和防控时使用的一系列英文音译词设置了认知语境，如 social distancing、face shield、lock down、new normal、online、quarantine、swab、work from home 等等，这便包融了默认语境的多元化，丰富了模因的来源，促进语言模因的理解，以便政府与民众跟进全球疫情的发展与变化，参考国外的相关防疫手段和措施，借鉴国外最新的防疫成果。“เราไม่ทิ้งกัน”（我们不离不弃）、“เราเที่ยวด้วยกัน”（我们一起旅游）、“เราชนะ”（我们赢了）和“ม.33 เรารักกัน”（第 33 条我互爱）中提取出语言模因“เรา...(กัน)”（我们一起……），核心信息都是“让我们一起……”，这需要借助更多的语境信息才能实现理解。受疫情影响，泰国经济受到重创，政府为此出台救济措施，以刺激经济。这些措施是政府向不同的人群发放形式各异的救济金。政府接二连三地出台救济措施，热搜的 20 个词中就有 8 个词与政府的救济措施有关，说明了这些措施是民众需要的，是能解决他们当下的一些问题的，因而获得了民众的高度关注，这是以个人意愿为主的价值观的反映。措施主要是发放救济金和鼓励消费，也符合泰国人安享快乐、喜爱消费的价值观。然而世界银行的数据显示，2020 年泰国国内生产总值增长率为-6.1%，2021 年比 2020 年增长仅 1.6%，可见，仅靠发放救济金、鼓励消费是无法刺激经济的，这不是从根本上解决泰国经济问题的最佳方式。

5. 结语

本文通过语言模因理论对比新冠疫情的背景下汉语“新冠肺炎”与泰语“COVID-19”及其衍生新造词的形成条件、传播渠道、传播机制与方式以及触发语境等四个方面，分析了新造词背后中泰两国人民的社会价值观，得出以下结论：

一、就内部条件而言，新造词模式符合汉泰语的造词规则，表达精炼、通俗易懂、方便学习和记忆。汉语以已有的一般词汇重新搭配为主，泰语则是简单亲切句式与英语音译词为主。新造词都是在新冠肺炎疫情蔓延的情况下产生的，这是它们的外部环境。

二、在传播渠道方面，汉语的“新冠肺炎”、“新冠疫情”与泰语的“COVID-19”属于教

育教学和知识传授渠道传播的，但“โควิด-19”（COVID-19）音译自英语，因此也可以看作是在信息的交际和交流的渠道中进行传播的。其他的新造词则是语言自身语用发展而进化成的。

三、汉语的新造词均属于表现型传播“形式相同、内容各异”的同构异义的横向嫁接。泰语的新造词都属于基因型传播“内容相同、形式各异”的传递，但还有相同信息直接传递和异形传递之细分。

四、汉泰语都受到“新冠肺炎疫情”的情景语境触发，中国担忧疫情胜于一切，泰国担忧经济胜于疫情，认知语境各异，便触发了汉泰语中不同的潜在语言模因。

五、结合以上四个方面以及对照前人总结的中泰社会价值观，汉语新造词体现了“责任先于自由”和“群体高于个人”的集体主义价值观，泰语新造词体现了泰国人喜欢安享快乐、喜爱消费的价值观，也是个人主义的价值观的反映。

6. 讨论

2020 至 2021 年，全球新冠疫情蔓延，人们的生活、学习、工作等各个方面都因此改变，语言作为交际工具，更是因此突然之间增加了大量之前不曾有的新造词。这些新造词的形成和传播能集中体现相同背景下各个国家和民族所持的心理和态度，而这些心理和态度就是社会价值观的反映。

中国是社会主义国家，提倡集体利益高于个人利益，且两千多年的儒家基本道德也让中国人认为集体高于个人。在新冠疫情期间，中国人民同舟共济、守望相助，体现了“责任先于自由”和“群体高于个人”的社会价值观（Chen, 2015），这也让整个国家在困难时期提高了民族凝聚力，从整体上控制了病毒的扩散，为复工复产的实现节约了大量的时间。同时，Chen（2015: 215）也强调“我们坚持‘先于’，不要把它变成‘忽视’……讲‘先于’是对的，但是在有些地方‘先于’讲得不好就容易变成‘忽视’。……就是要坚持这些‘本’、‘先’，但是同时也要关注不被先于的这些东西。”因此，掌握“责任与自由”、“义务与权利”、“群体与个人”之间的关系非常重要，只有把握好各方的平衡，才能真正实现胡锦涛主席 Hu（2012）倡导的社会主义核心价值体系。

泰国是一个崇尚自由与民主的国家。Yi（2013）和 Kittitharo（2014）认为的相信业报、信仰鬼神、尊崇财富、尊崇权威、喜爱群聚、安享快乐、喜爱消费，都是基于个人对基本物质和精神需求的反映，是以个人意愿为主的价值观的表现。疫情期间，经济下行，民众急需救济，政府便出台了救济措施，自然使这些措施得到的关注度高于疫情本身。这些措施让泰国人民获得了政府的救济金，一定程度上减少了个人开支，满足了一些基本物质和精神的需求，让人民能安享现状，也鼓励人民开始消费，这与 Yi（2013）和 Kittitharo（2014）认为的安享快乐与喜爱消费的价值观相一致，受社会经济基础的制约，在价值观的偏好上，这些更偏向于以个人为中心的价值观，是人们利益和需要的反映。而这与时任泰国代理总理巴育 Chan-o-cha（2014）提出的最后一条核心价值观“国家集体利益高于个人利益”并不相符。那么，要达到巴育总理 Chan-o-cha（2014）“为了建设强大的泰国”这一目标，还需要政府与人民共同努力培育和践行最新的 12 项核心价值观。

参考文献

- Chan-o-cha, P. (2014). *TV program from General Prayuth Chan-o-cha titled "Returning Happiness to Thailand"*. Ministry of Justice.
https://www.moj.go.th/attachments/20170315124039_58697.pdf [2022, August 13]
- Chen, L. (2015). *The Core Values of Chinese Civilization*. Beijing: SDX Joint Publishing Company.
- Chiewchan, S. (2021). Language Usage in the News of the COVID-19 Pandemic from Online Newspapers. *Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Sawan Rajabhat University Academic Journal* 8(1), 72-89.
- Dechawongse, S., Nyanaviro, P. W., & Mahaviro, P. S. (2021). COVID-19: CHANGE IN THE THAI LANGUAGE. *Journal of Educational Review Faculty of Educational in MCU* 8(2), 410-420.
- Fu, M., & Pan, J. (2021). Jiyu xinguafeiyan yiqing de wangluo yuyan yuqing yanjiu. *Pinwei · Jingdian* 2021(12), 80-86.
- Google Trends. (2020). *Year in search 2020 Thailand*. Google Trends.
<https://trends.google.co.th/trends/yis/2020/TH/> [2022, August 15]
- Google Trends. (2021). *Year in search 2021 Thailand*. Google Trends.
<https://trends.google.co.th/trends/yis/2021/TH/> [2022, August 15]
- He, Z., & Chen, X. (2014). *Linguistic memes theory and application*. Guangzhou: Jinan University Press.
- Hu, J. (2012). *FIRMLY MARCH ON THE PATH OF SOCIALISM WITH CHINESE CHARACTERISTICS AND STRIVE TO COMPLETE THE BUILDING OF A MODERATELY PROSPEROUS SOCIETY IN ALL RESPECTS--Report to the Eighteenth National Congress of the Communist Party of China on Nov 8, 2012*. The state Council the People's Republic of China. http://www.gov.cn/ldhd/2012-11/17/content_2268826.htm [2022, August 12]
- Khunhongjan, S. (2016). Relationships between Globalization and Basic Values of Thai Society. *Humanity and Social Science Journal, Ubon Ratchathani University* 7(1), 160-185.
- Kittitharo, T. (2014). Changing Values in Present Society. *Journal of MCU Social Science Review* 3(3), 25-37.
- Li, J. (1996). Xinci xinyu yanjiu yu cishu bianzuan. *Lexicographical Studies* 1996(3), 30-38.
- Lu, J. (2021). Xinguan yiqing cuisheng dabao xinyu reci. *The World of English* 2021(03), 104-108.
- Luo, W., & Wang, J. (2022). Analysis of neologisms and new meanings in context of combating COVID-19. *Journal of Zhejiang University of Science and Technology* 34(2), 155-162.

- Ministry of Education. (2020). *Buzzword of 2020*. Ministry of Education of the people's Republic of China. http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/gzdt_gzdt/s5987/202012/t20201222_506997.html/ [2022, August 12]
- Ministry of Education. (2021). *Buzzword of 2021*. Ministry of Education of the people's Republic of China. http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/gzdt_gzdt/s5987/202112/t20211220_588659.html/ [2022, August 12]
- Onlamoon, N., Boonkhan, B., & Sengchuen, N. (2022). English Synonyms in COVID-19 Related News from the Bangkok Post and The Nation Online Newspapers. *Aksara Pibul Journal* 3(1), 104-114.
- Phrakhrusakornsuthidham, Inpech, I., & Intongpan, P., (2019). Buddhist Ways to Promote Thai Social Values. *Journal of MCU Peace Studies* 7(6), 1652-1661.
- Sereechaikul, T. (2021). Features of Language and Contents in COVID-19 Hashtags on Twitter. *Mekong-Salween Civilization Studies Journal* 12(2), 40-60.
- The World Bank. (2021). *Thailand Overview*. World Bank Open Data. <https://data.worldbank.org/country/thailand?view=chart/> [2022, September 13]
- Wang, H. & Lin, G. (2021). Study Ecological Teaching on the Hot Words of COVID-19 in Teaching Chinese as a Foreign Language. *Journal of Mudanjiang University* 2021(1), 75-79.
- Wang, J., & Hu, X. (2020). Kangji yiqing yujing xia de wangluo yuyan chuanbo. *Journal of Fujian Provincial Committee Party School of CPC (Fujian Academy of Governance)* 2020(3), 153-158.
- Yi, C. (2013). *Taiguo Guojia Gaikuang*. Chongqing: Publishing House of Chongqing University.