

บทความวิจัย (Research Article)

ปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงจีนในสื่อสังคมออนไลน์ช่วงปี พ.ศ. 2555-2563

Factors Influencing the Emergence of Chinese Slang Online

From 2012 to 2020

ชุตินา เข้มเจริญ* และปริญญ์ มงคลพาณิชย์

Chutima Khemcharoen* and Parinya Mongkolpanich

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงจีนในสื่อสังคมออนไลน์ช่วงปี พ.ศ. 2555-2563 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ คำสแลงจีนในสื่อสังคมออนไลน์ช่วงปี พ.ศ. 2555-2563 จากเว็บไซต์ไทยและจีนที่ให้ความรู้เกี่ยวกับคำศัพท์จีนและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศจีน ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง รวบรวมคำสแลงจีนได้จำนวน 135 คำ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่เป็นร้อยละ และพรรณนาวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่า คำสแลงจีนเกิดจากปัจจัยที่แตกต่างกันซึ่งแบ่งเป็น 7 ด้าน มีสัดส่วน ดังนี้ อันดับหนึ่งด้านการสร้างคำใหม่ คิดเป็นร้อยละ 35.56 อันดับสองด้านสื่อสังคมออนไลน์และมัลติมีเดีย คิดเป็นร้อยละ 17.78 อันดับสามด้านการแพร่หลายของภาษาต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 14.81 อันดับสี่ด้านวงการบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 10.37 อันดับห้าด้านการเมืองการปกครอง คิดเป็นร้อยละ 8.89 อันดับหกด้านปรากฏการณ์ทางสังคม คิดเป็นร้อยละ 6.67 และอันดับเจ็ดด้านเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.92 ผลการศึกษาสามารถเป็นข้อมูลให้กับผู้ที่สนใจศึกษาภาษาจีนให้เข้าใจคำสแลงจีนและสภาพสังคมจีนได้ดีขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับคำสแลงจีน และการบูรณาการสภาพสังคมจีนในด้านต่าง ๆ ผ่านคำสแลงจีนได้

คำสำคัญ: ปัจจัย การเกิดคำสแลง คำสแลงจีน ภาษาจีน สื่อสังคมออนไลน์

Abstract

This research studied factors influencing the emergence of Chinese slang online from 2012 to 2020. Samples were Chinese slang words gathered from online media posted from 2012 to 2020 on Thai and Chinese websites intended to provide knowledge about Chinese vocabulary and national data. 135 Chinese slang words were collected by specific sampling. Data was analyzed by frequency distribution, percentage, and descriptive analysis. Results were that Chinese slang word use was influenced by seven factors: 1) word formation (35.56 percent); 2) social media and multimedia (17.78 percent); 3) foreign language prevalence (14.81 percent); 4) entertainment industry (10.37 percent); 5) politics and administration (8.89 percent); 6) social phenomena (6.67 percent); and 7) economics (5.92%). These findings may help Chinese language researchers better understand

คณะวิทยาการการเรียนรู้และศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จังหวัดปทุมธานี 12121

Learning Science and Education, Thammasat University, Pathum Thani 12121

*Corresponding author; email: chutima.kh@lsed.tu.ac.th

(Received: 26 May 2022; Revised: 11 November 2022; Accepted: 3 March 2023)

DOI: <https://doi.org/10.14456/psruhss.2024.9>

Chinese slang and relevant social conditions as well as teaching and learning management related to Chinese slang for instructors through integrating national social conditions in diverse fields through slang.

Keywords: Factors, Emergence, Chinese slang, Chinese, Social media

บทนำ

ภาษาเป็นเครื่องมือที่มนุษย์ใช้ในการสื่อสารเพื่อสะท้อนความคิด อารมณ์ ความรู้สึก ผ่านการฟัง พูด อ่าน และเขียน ธรรมชาติของภาษาย่อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามกาลเวลา ในทุก ๆ สังคมจะมีคำที่ถูกสร้างขึ้นใหม่เพื่อใช้ในการสื่อสาร และด้วยความต่างทางสภาพสังคมและวัฒนธรรมของมนุษย์นี้เองที่ส่งผลให้เกิดรูปแบบของภาษาในลักษณะหนึ่งที่ใช้สื่อสารกันเฉพาะกลุ่มที่เรียกว่า “คำสแลง” ขึ้นมา พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้ให้ความหมายของคำสแลงไว้ว่า ถ้อยคำหรือสำนวนที่ใช้กันเฉพาะกลุ่มหรือใช้ในระยะเวลาหนึ่ง ไม่ใช่ภาษาที่ได้รับการยอมรับว่าถูกต้อง กัญญนัช ชะนะจิตร์ (2560) ได้สรุปความหมายของคำสแลงจากคำนิยามของนักภาษาศาสตร์ไว้ว่า คำสแลงคือ ภาษาที่ใช้กันเฉพาะกลุ่มและใช้เพียงชั่วคราว ไม่ถูกยอมรับว่าเป็นภาษาทางการ ถูกสร้างขึ้นเพื่อสื่ออารมณ์ความรู้สึกซึ่งให้ความหมายได้ทั้งด้านบวกและด้านลบในภาษาจีนตามพจนานุกรมของจีน (中国社会科学院语言研究所, 2016) เรียกคำสแลงว่า “俚语 [lǐyǔ]” หมายถึง ถ้อยคำที่เป็นภาษาพูด ไม่เป็นทางการ และเป็นที่ยอมรับใช้กันเฉพาะกลุ่ม เฉพาะพื้นที่ Meng (2020) กล่าวว่า คำสแลงจีนมีความกระชับ สามารถใช้แสดงถ้อยคำอย่างอิสระ สร้างอรรถรสทางภาษาได้ดี ใช้พรรณนาให้เกิดจินตภาพได้อย่างชัดเจน ไม่ยึดติดมาตรฐานทางภาษาและแพร่หลายได้รวดเร็ว Xia (2018) ให้นิยามของคำสแลงในสื่อออนไลน์ไว้ว่า ถ้อยคำหรือสำนวนที่นิยมใช้สื่อสารกันบนอินเทอร์เน็ต มีรูปแบบการสื่อสารและมีภูมิหลังทางภาษาเฉพาะ มักจะเป็นถ้อยคำหรือโครงสร้างประโยคในภาษาพูด

ปัจจุบันคำสแลงในภาษาจีนมีการใช้และแพร่หลายไปอย่างรวดเร็ว อันเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ประเทศจีนมีแอปพลิเคชันมากมายที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร เช่น QQZone, Weibo, Leshi, Wechat, Baidu Tieba เครือข่ายสังคมออนไลน์เหล่านี้ได้เปิดโอกาสให้ผู้คนได้สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นผ่านภาษาได้อย่างกว้างขวางขึ้นในรูปแบบที่เปิดกว้างกว่าการพบปะกันโดยตรง มีการใช้คำ การสร้างคำ และการให้ความหมายของคำขึ้นมาใหม่จนเกิดเป็นคำสแลง

จากการสืบค้นงานวิจัยเกี่ยวกับคำสแลงจีนในประเทศไทยที่ผ่านมาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างคำสแลงไทยและจีนในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านการสร้างและการสื่อความหมายหรือนัยของคำสแลง ส่วนการศึกษาด้านปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลง โดยเฉพาะคำสแลงจีนโดยตรงนั้นในประเทศไทยยังพบน้อยมาก อีกทั้ง ผู้วิจัยเห็นว่าคำสแลงที่เกิดขึ้นในทุกสังคมปัจจุบัน ล้วนเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงปรากฏการณ์ทางภาษาที่เกิดขึ้น และหากพิจารณาในด้านปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงแล้วจะเห็นว่ามีความหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในแต่ละช่วงเวลาก็มีทั้งปัจจัยที่เหมือนกันและแตกต่างกัน แต่อีกสิ่งหนึ่งที่พบคือในทุกช่วงเวลามีคำสแลงเกิดขึ้นใหม่เป็นจำนวนมาก และคำสแลงเหล่านี้ก็มีบทบาทเป็นอย่างมากในการใช้สื่อสารกันในสังคม เราปฏิเสธมิได้เลยว่าช่องทางการสื่อสารผ่านโลกออนไลน์ เปรียบเสมือนเครื่องมือที่ช่วยกระจายคำสแลงให้แพร่หลายได้อย่างรวดเร็วจนเกิดเป็นปรากฏการณ์ทางภาษา

เนื่องจากการเกิดคำสแลงนั้นมีที่มาจากหลายมิติ และยังเป็นคำที่ใช้เฉพาะกลุ่มที่ได้รับความนิยมเพียงชั่วระยะเวลาหนึ่งจึงอาจก่อให้เกิดปัญหาในการสื่อสาร ผู้ใช้จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจ ตีความ วิเคราะห์ จึงจะสามารถเข้าใจได้ อีกทั้งคำสแลงนั้นเกิดเร็ว ตายเร็ว หากไม่มีการศึกษาวิจัยหรือบันทึกก็จะทำให้ภาษาชุดนี้ หรือคำศัพท์ชุดนี้หายไป

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงเงินในสื่อสังคมออนไลน์ช่วงปี พ.ศ. 2555-2563 เพราะอยากทราบในช่วงเวลาดังกล่าวมีปัจจัยใดบ้างที่ทำให้เกิดคำสแลงขึ้นและคำสแลงเหล่านั้นสะท้อนสภาพสังคมอย่างไร เนื่องจากคำสแลงเป็นคำที่ใช้สื่อสารเฉพาะกลุ่ม การศึกษาคำสแลงจะช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจความหมายที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อและเข้าใจสภาพสังคมในช่วงเวลานั้นได้ ผลการศึกษานอกจากจะใช้เป็นข้อมูลให้กับผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับภาษาจีนให้เข้าใจคำสแลงเงินและสภาพสังคมจีนได้มากขึ้นแล้ว ยังมีประโยชน์ในการนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับคำสแลงเงินและการบูรณาการสภาพสังคมจีนในด้านต่าง ๆ ผ่านคำสแลงเงินได้

ทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าที่ผ่านมาได้มีการศึกษาเรื่องคำสแลงในสองประเด็นหลัก คือ การศึกษาในด้านการสร้างและการสื่อความหมายของคำสแลง และการศึกษาในด้านปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลง

การศึกษาในด้านการสร้างและการสื่อความหมายของคำสแลงมีดังนี้

อุษณา กาญจนทัต (2542) ได้แบ่งวิธีการสร้างคำสแลงไว้ดังนี้ 1) การนำคำหรือวลีที่มีอยู่แล้วมาสื่อความหมายใหม่ 2) การสร้างคำใหม่ขึ้นเพื่อสื่อความหมาย 3) การนำคำจากภาษาถิ่นหรือภาษาอื่น ๆ มาใช้แทนคำเดิม 4) การพวนคำ 5) การเลียนเสียงธรรมชาติ 6) การกำหนดคำให้สื่อความหมายด้วยเสียง 7) การเปลี่ยนเสียงวรรณยุกต์ 8) การใช้คำที่มีสัมผัส 9) การใช้คำย่อ 10) การตัดหรือย่อพยางค์ 11) การรวบเสียงหรือคำให้สั้นลง 12) การแผลงคำ 13) การใช้คำอุปมา และ 14) การใช้คำอุปลักษณ์

ก่อชาติ ชำนาญช่าง (2546) ศึกษาลักษณะคำสแลงของสาวประเภทสองในกรุงเทพฯ พบว่าวิธีการสร้างคำที่ใช้บ่อยที่สุดคือการสร้างคำใหม่ รองลงมาคือการนำคำหรือวลีที่มีอยู่แล้วมาสื่อความหมายใหม่ ถัดมาคือการยืมคำทั้งจากภาษาต่างประเทศและภาษาถิ่น ส่วนวิธีที่พบน้อยที่สุดก็คือการกำหนดคำให้สื่อความหมายด้วยเสียง

Yang (2011) ได้กล่าวว่าคำสแลงที่สร้างขึ้นใหม่แบ่งได้ 7 ประเภท คือ 1) การเกิดคำใหม่ 2) การใช้คำใหม่ 3) การยืมคำใหม่ 4) การแต่งคำใหม่ 5) การปรับปรุงคำ 6) การตัดย่อคำ และ 7) คำใหม่ในอินเทอร์เน็ต

Li (2013) ได้ศึกษาเปรียบเทียบคำสแลงไทยและจีนในด้านวิธีการสร้างคำสแลง ลักษณะการใช้คำสแลง และปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลง โดยรวบรวมคำสแลงไทยจากนิตยสาร A day และคำสแลงจีนจากนิตยสาร Youth Literary Digest Kuaidian ในเดือนมิถุนายน 2554 – เดือนพฤษภาคม 2555 พบว่าทั้งคำสแลงไทยและจีนต่างถูกสร้างขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงคำที่มีอยู่และมีวิธีการสร้างที่คล้ายคลึงกัน เช่น การขยายความหมายจากเดิม การย่อคำ การประสมคำใหม่ การยืมคำ การพ้องเสียง การเลียนแบบ ลักษณะการใช้คำสแลงพบว่าทั้งคำสแลงไทยและจีนส่วนใหญ่ใช้สื่อความหมายโดยนัยและใช้สื่ออารมณ์

กฤษฎี สงไข (2561) ศึกษาประเภทของภาษาจีนที่นิยมใช้บนอินเทอร์เน็ตในปี ค.ศ. 2007 พบว่าแบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ แบบที่ใช้ตัวอักษรจีน แบบที่ใช้ตัวอักษรย่อ แบบที่ใช้ตัวเลขแทนความหมาย และแบบที่ใช้สัญลักษณ์

สิทธิพงศ์ มีกุล และเนตรนันทิพย์ บุตดาวงค์ (2563) ศึกษาวิธีการสร้างคำและลักษณะการสื่อความหมายของคำสแลงเงินที่ปรากฏในสังคมออนไลน์ Weibo ปี พ.ศ. 2562 พบว่าการสร้างคำสแลงมี 3 วิธี คือ การ

เปลี่ยนแปลงคำที่มีอยู่ การสร้างคำใหม่ และการยืมคำ ส่วนการสื่อความหมายของคำสแลงมี 3 รูปแบบ คือ การสื่อความหมายโดยนัย การสื่อความหมายโดยตรง และการสื่อความหมายเชิงอารมณ์

สรุปได้ว่า การสร้างคำสแลงนั้นจะมีการสร้างขึ้นในลักษณะที่หลากหลาย เช่น นำคำเดิมมาสื่อความหมายใหม่ คำสร้างใหม่ คำจากภาษาต่างประเทศหรืออื่นอื่น คำเปลี่ยนเสียง คำที่เปลี่ยนจากอักขรวิธีมาตรฐาน และการเปลี่ยนแปลงความหมาย ส่วนการสื่อความหมายของคำสแลงนั้นส่วนมากจะเป็นการสื่อความหมายโดยตรง การสื่อความหมายโดยนัย และการสื่ออารมณ์

ส่วนการศึกษาในด้านปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงมีดังนี้

อุษณา กาญจนทัต (2542) ได้กล่าวถึงที่มาของการเกิดคำสแลงไว้ 4 ประการ คือ 1) เกิดจากกลุ่มคนที่แตกต่างกันสร้างคำศัพท์ที่ไม่ใช่ภาษามาตรฐานขึ้นมาใช้เฉพาะกลุ่ม 2) เกิดจากการนำคำจากภาพยนตร์และเพลงไปใช้ 3) เกิดจากสื่อต่าง ๆ เช่น ละครโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมจนคนนำคำและวลีต่าง ๆ ไปใช้ 4) เกิดจากเหตุการณ์ในสังคม 5) เกิดจากการแข่งขัน มหรสพ การละเล่น การพนัน 6) เกิดจากวรรณกรรม วรรณคดี และนิทาน 7) เกิดจากประเพณีและความเชื่อ และ 8) เกิดจากคำอุทาน

Zhang (2006) ศึกษาเกี่ยวกับลักษณะพิเศษทางสังคมและภาษาของคำสแลงพบว่า ภาษาเป็นปรากฏการณ์ที่เชื่อมโยงกับการพัฒนาสังคมอย่างใกล้ชิด การประยุกต์ใช้ภาษาและการสื่อสารสามารถสะท้อนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคม จนทำให้เห็นวิวัฒนาการทางภาษาได้ คำสแลงก็เป็นผลผลิตจากการเปลี่ยนแปลงนี้ ซึ่งส่วนมากเกี่ยวข้องกับการแสดงอารมณ์และความรู้สึก และยังจัดเป็นคำที่ไม่เป็นมาตรฐานอีกด้วย เนื่องจากองค์ประกอบของคำไม่ตรงตามบรรทัดฐานในข้อกำหนดทางภาษา

Qi (2007) ศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดคำสแลงในภาษาจีน พบว่ามีทั้งหมด 4 ปัจจัย คือ 1) จากการสร้างความหมายใหม่ 2) จากความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ 3) จากความเข้มแข็งของภาษาถิ่น และ 4) จากภาษาต่างประเทศ

Liu (2009) ศึกษาคำสแลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และเปรียบเทียบกับคำสแลงที่เกิดขึ้นในอดีต โดยการวิเคราะห์ด้านภาษาศาสตร์และด้านสังคมวัฒนธรรมถึงปัจจัยที่ทำให้คำสแลงนั้นได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ผลการศึกษาพบว่า คำสแลงไม่เพียงแต่เป็นปรากฏการณ์ทางภาษาชนิดหนึ่ง แต่ยังเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งด้วย คำสแลงที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลาทั้งที่เป็นภาษาพูดและภาษาเขียนต่างก็มีลักษณะพิเศษที่สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในแต่ละลำดับ ดังนั้น การศึกษาเกี่ยวกับคำสแลงจึงช่วยให้เข้าใจบริบททางสังคมที่เกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ได้

Li (2013) ได้ศึกษาเปรียบเทียบคำสแลงไทยและจีนในด้านวิธีการสร้างคำสแลง ลักษณะการใช้คำสแลง และยังได้ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงไทยและจีนด้วย พบว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงไทยและจีนมีทั้งปัจจัยที่เหมือนและต่างกัน ปัจจัยที่เหมือนกัน ได้แก่ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม ความต้องการของผู้ใช้ภาษา ผลกระทบจากกระแสโลกาภิวัตน์ และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะการเผยแพร่ผ่านสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่วนปัจจัยที่แตกต่างกัน ได้แก่ ปัจจัยจากตัวภาษา ปัจจัยจากสภาพสังคมและการศึกษา ปัจจัยจากวัฒนธรรม และความเชื่อของผู้ใช้ภาษา

Partridge (อ้างถึงใน กัญญนัช ชะนะจิตร์, 2560) กล่าวถึงที่มาของคำสแลงว่ามาจากสาเหตุ 13 ประการ คือ 1) ความคึกคะนองเพื่อสร้างความสนุกสนาน 2) เพื่อแสดงความเฉลียวฉลาด 3) เพื่อความแปลกใหม่ 4) เพื่อสร้างภาพพจน์ 5) เพื่อสร้างความประหลาดใจ 6) หลีกเลียงภาษาดั้งเดิมที่ใช้กันมา 7) เพื่อกระชับถ้อยคำ 8) ทำให้ภาษามีความหลากหลาย 9) เพื่อความง่ายในการสื่อความ 10) หลีกเลียงการกล่าวถึงความทุกข์ 11) เพื่อสร้างความสัมพันธ์ 12) เพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวของกลุ่ม 13) เพื่อใช้สื่อสารกันเฉพาะกลุ่ม

กัญญนัช ชะนะจิตร (2560) กล่าวว่าคำสแลงเกิดมาจากปัจจัยหลัก 4 ประการ คือ 1) เพื่อเพิ่มความสุขสนทนาในการสนทนา 2) เพื่อสร้างความสัมพันธ์ให้เป็นหนึ่งเดียวของกลุ่ม 3) เพื่อเลี่ยงคำหยาบหรือคำเดิมที่ไม่ทันสมัย และ 4) เพื่อแสดงเหตุการณ์หรือสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

Sheng & Bu (2018) ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงจีนตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 2014-2016 พบว่าในช่วงเวลาดังกล่าวมีทั้งหมด 9 ปัจจัย ได้แก่ 1) เหตุการณ์ที่สะท้อนสังคม 2) บุคคลที่มีชื่อเสียง 3) ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ 4) ภาษาถิ่น 5) ศิลปะ 6) คำโฆษณา 7) คำขวัญ 8) การแสดงอารมณ์ และ 9) อิทธิพลจากวัฒนธรรมหรือคำศัพท์ต่างประเทศ

สรุปได้ว่าปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงมีอยู่หลายปัจจัย ขึ้นอยู่กับว่าผู้วิจัยจะใช้สิ่งใดเป็นเกณฑ์ เช่น หากใช้เรื่องการสื่อสารเป็นเกณฑ์ ก็จะได้ปัจจัยในเรื่องของการสร้างความสนุกสนานในภาษา หรือเพื่อการสื่อสารกันเฉพาะกลุ่ม หากใช้บริบททางสังคมเป็นเกณฑ์ก็สามารถจำแนกปัจจัยการเกิดคำสแลงที่เกี่ยวข้องกับสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เป็นต้น ดังนั้น การศึกษาปัจจัยการเกิดคำสแลงจึงศึกษาได้หลายแง่มุม แต่ละแง่มุมก็สะท้อนสังคมในแต่ละยุคสมัยได้ ส่วนการศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงจีนในสื่อสังคมออนไลน์ช่วงปี พ.ศ. 2555-2563 นั้นยังมิได้มีการศึกษาอย่างกว้างขวางนัก จึงเป็นที่น่าสนใจว่าช่วงเวลาดังกล่าวมีปัจจัยใดบ้างที่ทำให้เกิดคำสแลงเหล่านั้นขึ้นมา

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงจีนในสื่อสังคมออนไลน์ช่วงปี พ.ศ. 2555-2563

วิธีดำเนินการวิจัย

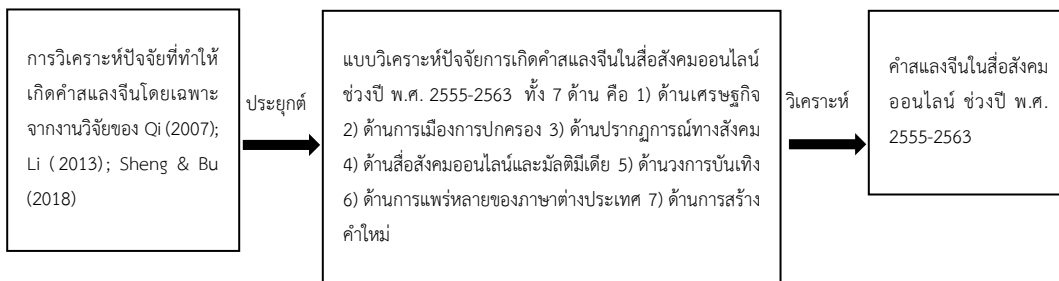
การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) แบบบรรยาย มีรายละเอียดดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คำสแลงจีนในสื่อสังคมออนไลน์ช่วงปี พ.ศ. 2555-2563 จากเว็บไซต์ไทยและจีนที่ให้ความรู้เกี่ยวกับคำศัพท์จีนและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศจีน เช่น www.xinhua.com, www.thai.china.com, www.stsbeijing.org, chinesexpert.net ตลอดจนสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในประเทศจีนเป็นอย่างมากจากการจัดอันดับของเว็บไซต์ www.bullvpn.com เช่น Wechat, Baidu Tieba, QQ, Sina Weibo, Youku (สิทธิพงศ์ มีกุล และเนตรนันทิพย์ บุตดาวงค์, 2563) ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยพิจารณาคำสแลงที่เหมาะสมกับผู้เรียนที่มีพื้นฐานภาษาจีนอยู่ในระดับกลางขึ้นไป และเป็นคำที่เกิดขึ้นหรือยังคงใช้อยู่ในช่วงปีที่ศึกษา ซึ่งผู้วิจัยรวบรวมได้ทั้งสิ้น 135 คำ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เนื่องจากการศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงจีนโดยตรงในประเทศไทยนั้นเป็นหัวข้อการวิจัยที่ยังมีผู้วิจัยอยู่น้อยมาก ส่วนใหญ่ที่พบมักจะเป็นการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างคำสแลงไทยและคำสแลงจีน ทั้งในด้านการสร้างคำและการสื่อความหมายหรือนัยของคำสแลง ส่วนด้านปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงจีนโดยตรงในประเทศไทยนั้น จะพบเพียงการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างคำสแลงไทยและคำสแลงจีนมากกว่า ดังนั้นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบวิเคราะห์ปัจจัยการเกิดคำสแลงจีนที่ผู้วิจัยประยุกต์มาจากงานวิจัยของชาวจีนทั้ง 4 ท่านที่การศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงจีนโดยเฉพาะ ได้แก่ Qi (2007); Li (2013); และ Sheng & Bu (2018) แล้วนำมาสร้างเป็นเกณฑ์การจำแนกปัจจัยการเกิดคำสแลงจีนได้ 7 ด้าน คือ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านการเมืองการปกครอง 3) ด้านปรากฏการณ์ทางสังคม 4) ด้านสื่อสังคมออนไลน์และมัลติมีเดีย 5) ด้านวงการบันเทิง 6) ด้านการแพร่หลายของภาษาต่างประเทศ และ 7) ด้านการสร้างคำใหม่

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์คำสแลงจีนแต่ละคำแล้วจึงจำแนกคำสแลงแต่ละคำตามปัจจัยแต่ละด้านพร้อมยกตัวอย่างประกอบในแต่ละคำ จากนั้นสรุปจำนวนคำสแลงที่พบในแต่ละปัจจัยโดยแจกแจงความถี่เป็นร้อยละ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์คำสแลงเงินในสื่อสังคมออนไลน์ช่วงปี พ.ศ. 2555-2563 จำนวน 135 คำ จำแนกได้ 7 ปัจจัย คือ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านการเมืองการปกครอง 3) ด้านปรากฏการณ์ทางสังคม 4) ด้านสื่อสังคมออนไลน์และมัลติมีเดีย 5) ด้านวงการบันเทิง 6) ด้านการแพร่หลายของภาษาต่างประเทศ และ 7) ด้านการสร้างคำใหม่ ซึ่งปัจจัยแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านเศรษฐกิจ ตัวอย่างคำที่พบ 重整旗鼓 [Chóng zhěng qí gǔ] “ถอยหลังกลับไปตั้งหลัก” เป็นคำที่คนจีนใช้เพื่อเตือนประเทศของตนเอาไว้ว่าเงินควรกลับไปตั้งหลักทบทวนการดำเนินนโยบายต่าง ๆ ให้ดี เพื่อที่จะได้ไม่เพลี่ยงพล้ำในการก้าวสู่เวทีโลก เพราะสถานการณ์ของประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2561 ที่ต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคหลายด้าน ตั้งแต่ทำให้ความเป็นปฏิปักษ์ที่หลายประเทศทั้งตะวันตกและตะวันออกมีต่อจีนเพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากการปฏิบัติตนของผู้นำจีนผ่านการดำเนินนโยบายต่าง ๆ ทางด้านเศรษฐกิจที่ได้แสดงออกต่อชาวต่างชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสหรัฐอเมริกา หรือความสัมพันธ์ระหว่างจีนกับประเทศในเอเชียอย่างมาเลเซีย ลาว ศรีลังกา และปากีสถาน ที่ต่อว่าจีนเกี่ยวกับโครงการลงทุนของจีนว่าเอื้อประโยชน์ต่อจีนมาก แต่กลับสร้างหนี้ให้กับชาติเจ้าของพื้นที่ ในขณะที่ภาพรวมของภาคธุรกิจจีนช่วงปลายปีที่เป็นช่วงขาลงของหลายกิจการ เช่น หุ่นยนต์ เทคโนโลยีที่เคยพุ่งสูงช่วงต้นปีต่างพร้อมใจร่วงกันระเนระนาด การล้มละลายของบริษัทแรกๆ ที่ให้บริการแชร์ริงรถจักรยานอย่าง Ofo และอีกหลายบริษัทด้านเทคโนโลยีในจีนที่ต้องปลดพนักงาน ทำให้คำว่า 重整旗鼓 ซึ่งเดิมถูกใช้ในหลายวงการของสังคมจีน แต่สำหรับกรณีนี้หมายถึงการกลับไปตั้งหลักใหม่เพื่อที่จะก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคงถูกใช้ในบริบทที่ประเทศจีนต้องประสบปัญหาหลายอย่างในปีดังกล่าว (ซัชวาล ชูติกรมธรรม, 2561)

2. ด้านการเมืองการปกครอง ตัวอย่างคำที่พบ 14 亿护旗手 [shí sì yì hù qí shǒu] “ผู้พิทักษ์ ธงชาติจีน 1,400 ล้านคน” (ชินหัวไทย, 2562) คำนี้เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2562 จากเหตุการณ์ทางการเมืองของจีนและฮ่องกงที่มีผู้ประท้วงในฮ่องกงปลดธงชาติจีนทิ้งลงทะเล ทั้งนี้ จุดเริ่มต้นของเหตุการณ์เกิดขึ้นเมื่อชายหนุ่มชาวฮ่องกงได้สังหารแฟนสาวในขณะที่เขาทั้งสองอยู่ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวที่ไต้หวัน หลังจากการฆาตกรรม ทางฮ่องกงพยายามเรียกร้องให้ไต้หวันส่งตัวผู้ร้ายมาดำเนินคดี แต่เนื่องจากฮ่องกงและไต้หวันต่างไม่ได้มีสนธิสัญญาที่จะสามารถส่งตัวผู้ร้ายข้ามแดนให้แก่กันได้ จึงทำให้ทางไต้หวันไม่สามารถนำตัวชายคนดังกล่าวให้มารับผิดได้ ด้วยเหตุนี้ทางฮ่องกงจึงได้ทำการเสนอร่างกฎหมายเกี่ยวกับการส่งตัวผู้ร้ายข้ามแดนขึ้นมาใหม่ แต่ผลที่ออกมาก็คือ กฎหมาย

ใหม่นี้ไม่เพียงแต่จะใช้กับได้หวนเท่านั้นแต่ยังรวมไปถึงประเทศจีนด้วย ประเทศจีนจึงถือโอกาสให้อ่องกงส่งตัวผู้ร้ายข้ามแดนมาดำเนินคดีที่จีน จึงเป็นชนวนทำให้ชาวฮองกงไม่พอใจและออกมาประท้วงจีน จนเหตุการณ์บานปลายกลายเป็นความขัดแย้งที่ขยายวงกว้างถึงระดับประเทศ ผู้ประท้วงในฮองกงจึงได้ปลดธงชาติจีนทิ้งทะเล จึงทำให้เกิดกระแสผู้พิทักษ์ธงชาติจีนบนแผ่นดินใหญ่ขึ้นมา และเหตุการณ์ยังบานปลายออกไปเมื่อมีบุคคลผู้มีชื่อเสียงหลายคนในวงการบันเทิงทั้งของจีนและฮองกงต่างพากันแสดงตนเป็นหนึ่งในจำนวนผู้พิทักษ์ธงชาติจีนหลังจากสถานีโทรทัศน์ CCTV ได้รายงานว่ “มีผู้พิทักษ์ธงชาติจีนอยู่ถึง 1,400 ล้านคน” และเรียกร้องให้ช่วยกันแชร์โพสต์เพื่อประกาศตัวว่าเป็นผู้พิทักษ์ธงชาติจีน จึงทำให้คำนี้กลายเป็นคำที่แพร่หลายไปทั่วโลกออนไลน์

ตัวอย่างคำอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับด้านการเมืองการปกครองของจีน เช่น 稳 [wěn] “มั่นคง” เป็นคำที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ซึ่งชาวจีนเลือกให้เป็นคำประจำปี พ.ศ. 2562 นอกจากนี้ ยังมีคำอื่น ๆ ที่ถูกเสนอจากผู้เชี่ยวชาญรวมไปถึงประชาชนอีกหลายคำ อย่างคำว่า 店小二 [diàn xiǎo' er] ซึ่งมีความหมายสื่อถึงลูกจ้างร้านหรือพนักงานบริการที่หน้าที่สำคัญคือ การสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ต่อมาผู้นำนมณฑลเจียงไค่คำนี้มาใช้เพื่อให้เจ้าหน้าที่ของรัฐทำตัวเหมือนลูกจ้างร้านในการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน และในปี พ.ศ. 2561 ผู้นำเขตปกครองพิเศษฮ่องกงยังไค่เน้นให้รัฐบาลทำตัวเหมือนลูกจ้างร้านด้วยเช่นกัน จนต่อมากมีการใช้คำนี้เพื่อสื่อถึงการให้เจ้าหน้าที่ของรัฐประพฤติปฏิบัติตัวทำหน้าที่รับใช้ประชาชนให้ดีเหมือนลูกจ้างร้าน

3. ด้านปรากฏการณ์ทางสังคม ตัวอย่างคำที่พบ 蓝瘦香菇 “ฟ้า ผอม เห็ดหอม” ที่มาของคำนี้เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2559 จากชายออกหักคนหนึ่งซึ่งอยู่ที่เมืองหนานหนิง มณฑลกว่างสีของจีน ได้อัดคลิปลงใน Weibo ระบายความรู้สึกของตนเองซึ่งมีคำว่า 难受想哭 “เศร้าใจ อยากร้องไห้” อยู่ด้วยแต่ด้วยสำเนียงภาษาถิ่นของเขาจึงทำให้ออกเสียงเพี้ยนจาก 难受想哭 [nán shòu xiǎng kū] เป็น 蓝瘦香菇 [lán shòu xiānggū] แทนซึ่งทำให้ความหมายของคำก็เปลี่ยนไป ต่อมาคลิปดังกล่าวนี้มีผู้เข้ามารับชมและแชร์ต่อเป็นจำนวนมากเพราะความตลกของคำ ทำให้คำนี้เป็นคำแสลงที่ได้รับความนิยมอย่างมาก (ฝ่ายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง, 2559) เช่นเดียวกันกับเหตุการณ์ในปี พ.ศ. 2562 ชายคนหนึ่ง สีน้ปากลุ่มใจ คิ้วขมวด เคร่งเครียด เขาได้ถ่ายคลิปวิดีโอลงใน Kuaishou และพูดระบายความรู้สึกของตัวเองซึ่งในนั้นมีประโยคว่า 我太难了! [Wǒ tài nán le] แปลตรงตัวคือ ฉันยากเกินไป แต่ในที่นี้เขาใช้สื่อความรู้สึกท้อแท้ กดดัน เครียดกับสถานการณ์ที่ตนเองเผชิญอยู่ ต่อมาคลิปดังกล่าวถูกแชร์และมีผู้คนนำคำนี้ไปใช้เป็นจำนวนมากในการดัดพ้อหรือบ่นเมื่อต้องเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ ที่ทำให้ปวดหัวหรือเรื่องที่ทำให้เครียด จนทำให้คำนี้กลายเป็นคำที่ได้รับความนิยม

นอกจากนี้เหตุการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ประเทศจีน ได้มีบางคำที่เกี่ยวกับเหตุการณ์นี้กลายเป็นคำต้องห้ามที่ถูกตรวจสอบ (Censor) โดยหน่วยงานจากรัฐบาลจีน ดังนั้น การที่ชาวจีนจะพูดคุยกันในประเทศที่อ่อนไหวเช่นนั้นบนโลกออนไลน์นั้น จึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนวิธีการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารโดยอาศัยการสร้างคำใหม่ขึ้นมาเพื่อหลีกเลี่ยงการถูกแทรกแซงและตรวจตราจากหน่วยงานของรัฐบาลจีน ซึ่งคำที่ถูกสร้างขึ้นมานี้มีทั้งคำที่คิดขึ้นมาแบบง่าย ๆ ไม่ซับซ้อน ไปจนถึงคำที่คิดขึ้นมาใหม่โดยใช้การสร้างคำที่พลิกแพลงซับซ้อนมากยิ่งขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงการถูกตรวจตราจากรัฐบาลจีน ตัวอย่างเช่น

Red Ten คำนี้ชาวจีนต้องการสื่อความหมายถึงสภากาชาด (Red Cross) ของจีนที่ยังทำงานได้ไม่ดีพอ และถูกวิพากษ์วิจารณ์ในเรื่องการกระจายสิ่งของไปช่วยเหลือประชาชนทั่วประเทศ และเพื่อหลีกเลี่ยงการถูกตรวจสอบจากหน่วยงานของรัฐบาลจีน ชาวจีนจึงพลิกแพลงโดยการเปลี่ยนจาก Red Cross เป็นคำว่า Red Ten ซึ่งคำว่า “Ten” มีที่มาจากคำที่สัญลักษณ์ของเครื่องหมายสภากาชาดที่เป็นเครื่องหมายบวก (+) สีแดงนั้น มีความคล้ายคลึงกับตัวอักษรจีน “十” ซึ่งมีความหมายว่า “สิบ” หรือ “Ten” ในภาษาอังกฤษนั่นเอง

F4 เดิมที่เป็นชื่อของกลุ่มศิลปินนักร้องชายของไต้หวันโด่งดังมากทั่วเอเชียตั้งแต่ช่วงต้นปี พ.ศ. 2543 ซึ่งมีสมาชิกทั้งหมด 4 คน แต่ในปัจจุบันกลายเป็นคำที่ชาวเน็ตจีนใช้อ้างถึงนักการเมืองระดับภูมิภาค ได้แก่ ผู้ว่าการมณฑลหูเป่ย์ เลขาธิการพรรคคอมมิวนิสต์สาขาหูเป่ย์ นายกเทศมนตรีเมืองอู่ฮั่น และเลขาธิการพรรคเมืองอู่ฮั่น ทั้งสี่คนนี้ชาวจีนจำนวนมากเห็นว่าเป็นคนที่ต้องรับผิดชอบมากที่สุดต่อการระบาดของโรคที่แพร่กระจายไปอย่างกว้างขวาง เพราะการปกปิดข้อมูลของพวกเขาในช่วงแรกเริ่มที่โรคนี้เกิดขึ้น

นอกจากนี้ยังมีคำว่า Wh มาจาก “武汉” [Wūhàn] สื่อถึงเมืองอู่ฮั่น, Hb มาจาก “湖北” [Húběi] สื่อถึงมณฑลหูเป่ย์, Zf มาจาก “政府” [Zhèngfǔ] สื่อถึงรัฐบาลจีน, Jc มาจาก “警察” [Jīngchá] สื่อถึงตำรวจ ซึ่งคำเหล่านี้มาจากการใช้อักษรย่อของคำอ่านพินอิน เพื่อหลีกเลี่ยงการใช้คำที่กล่าวถึงรัฐบาลจีนโดยตรง จึงนับเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่ผู้คนเลือกใช้คำเหล่านี้เพื่อสื่อสารกันบนสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ให้ถูกตรวจสอบจากหน่วยงานของทางการจีน รวมถึง การใช้ภาพหมี่แพนด้า หรือคำว่า 国宝 [guóbào] ที่มีความหมายว่าสมบัติของชาติเพื่อสื่อถึงหน่วยงานด้านความมั่นคงของประเทศจีน หรือคำว่า 35 May หรือ 65 April ก็เป็นคำเก่าที่ใช้กันมานานแล้วแทนเหตุการณ์วันที่ 4 มิถุนายน พ.ศ. 2532 ซึ่งเป็นคำที่ถูกทางการจีนตรวจสอบ เนื่องจากเป็นวันที่มีการปราบปรามกลุ่มผู้ชุมนุมประท้วงรัฐบาลจีนเพื่อเรียกร้องประชาธิปไตยที่จัตุรัสเทียนอันเหมิน โดยความหมายของ 35 May คือวันที่ 35 ของเดือนพฤษภาคม ส่วนความหมายของ 65 April คือวันที่ 65 ของเดือนเมษายน ซึ่งตรงกับวันที่ 4 เดือนมิถุนายนหรือวันที่เกิดเหตุการณ์ดังกล่าว บางครั้งก็จะใช้เป็นตัวเลขว่า 82 หรือ 8x8 ซึ่งต่างมีค่าเท่ากับ 64 อันเป็นตัวเลขที่สื่อถึงวันที่ 4 เดือนมิถุนายน (เดือนที่ 6) ของปีนั่นเอง จะเห็นได้ว่า คำเหล่านี้บางคำใช้มาตั้งแต่ก่อนเกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาแต่ปัจจุบันก็ยังใช้อยู่ เพราะทุกครั้งที่คนจีนจะสื่อสารเกี่ยวกับรัฐบาลจีนก็จะต้องหลีกเลี่ยงไม่สื่อสารโดยตรงเพื่อไม่ให้ถูกทางการจีนจับได้ (แอมเนสตี้ อินเตอร์เนชั่นแนล, 2563)

4. ด้านสื่อสังคมออนไลน์และมัลติมีเดีย ตัวชี้วัดที่บ่งบอกความเจริญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตของจีนได้เป็นอย่างดีก็คือ การที่คำว่า 5G 元年 [wǔ G yuánnián] “ปีแห่งศักราช 5G” ถูกคัดเลือกให้เป็นคำฮิตประจำปี พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นปีที่อยู่ในระหว่างการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจระหว่างจีนกับสหรัฐอเมริกา (ทีเอ็นเอ็นออนไลน์, 2562) จีนมียุทธศาสตร์ “Made in China 2025” ที่ต้องการพัฒนาให้จีนเป็นผู้นำของโลกในด้านเทคโนโลยีที่มี Huawei เป็นผู้นำเทคโนโลยี 5G ถึงแม้เทคโนโลยีนี้จะทำให้สหรัฐอเมริกาารู้สึกว่าจีนกำลังเป็นภัยคุกคาม แต่ในมุมมองของจีนเองแล้วกลับรู้สึกว่าเป็นความภาคภูมิใจของชาติ โดยเฉพาะการเปิดใช้ 5G อย่างเป็นทางการครั้งแรกที่สถานีรถไฟหวงเจียว นครเซี่ยงไฮ้ เมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมานี้ และเป็นที่คาดกันว่านวัตกรรม 5G จะทำให้เกิดการพัฒนาด้านอุตสาหกรรม พลังงาน และสุขภาพในจีนมากขึ้น รัฐบาลจีนยังหวังว่าจะใช้เครือข่ายนี้ในการจัดระเบียบประชากรและเมืองด้วย ดังนั้น การเปิดใช้ 5G ของจีนก่อนประเทศอื่นใดในโลกจึงเป็นดังการนำพาประเทศเข้าสู่ยุคใหม่แห่งการสื่อสารไร้สาย อีกทั้งในปัจจุบัน Huawei ยังเป็นบริษัทเทคโนโลยีอันดับหนึ่งของจีนและมีสถานี 5G มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งของโลกจากการทำสัญญาเครือข่าย 5G ไปแล้วกว่า 30 ประเทศทั่วโลก ฉะนั้นคำว่า “5G 元年” คำนี้จึงเกิดขึ้นและถูกกล่าวถึงเป็นอย่างมากในปัจจุบัน

จากความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตนี้เอง จึงทำให้ในภาษาจีนก็เกิดคำสแลงใหม่ ๆ ที่เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตขึ้นด้วยเช่นกัน อย่างคำว่า 996 [jiǔjiǔliù] เป็นตัวเลขที่บ่งบอกถึงระบบการทำงานแบบหนึ่งของคนจีน พบมากในบริษัทที่ทำงานเกี่ยวกับด้านไอทีอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะเริ่มงานตั้งแต่เก้าโมงเช้าถึงสามทุ่มหรือ 9 a.m. - 9 p.m. และทำงาน 6 วันต่อสัปดาห์ จึงเป็นที่มาของตัวเลข 996 หรือคำว่า 五毛 [wǔmáo] ซึ่งถูกใช้เป็นคำสแลงเสียดสีกลุ่มทหาร IO ที่รับจ้างทำงานให้กับพรรคคอมมิวนิสต์เพื่อสนับสนุนการทำงานของทางรัฐบาลจีน โดยคำว่า 五毛 [wǔmáo] สื่อถึงจำนวนเงิน 5 เหม่า หรือ 0.5 หยวนของจีน (10 เหม่า มีค่าเท่ากับ 1 หยวน) ซึ่งปัจจุบันคำนี้ถูกใช้เป็นคำสแลงสื่อถึงอัตราจ้างขั้นต่ำของ IO ที่จีน (IO ย่อมาจาก

Internet Commentator หมายถึง กลุ่มคนที่คอยกดไลก์หรือแชร์โพสต์ที่สนับสนุนการทำงานของพรรคคอมมิวนิสต์ (จีน) ซึ่งพวกเขาจะได้รับค่าตอบแทน 5 เหม่า ต่อ 1 โพสต์หรือหนึ่งข้อความ และบางครั้งก็เรียกว่า 五毛党 [wǔmáodǎng] ได้ด้วยเช่นกัน โดยคำว่า 党 [dǎng] หมายถึงพรรค ในที่นี้สื่อถึงพรรคคอมมิวนิสต์ของรัฐบาลจีนนั่นเอง นอกจากนี้ยังมีคำอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นและนิยมใช้สื่อสารกันในสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ 柠檬精 [níngméngjīng] คนขี้อิจฉา、照骗 [zhàopiàn] รูปที่ผ่านการแต่งด้วยแอปพลิเคชันต่าง ๆ、踢一脚 [tī yī jiǎo] การกดติดตาม (Follow) หรืออีกความหมายหนึ่งคือ การกระแทกโลกที่ชาวเน็ตนิยมใช้กัน、灌水 [guàn shuǐ] การปั่นกระทู้、转帖 [zhuǎntiē] การแปะลิงก์หรือการแชร์ลิงก์、拉黑 [lāhēi] การบล็อก、点赞 [diǎnzàn] การกดไลก์、楼主 [lóuzhǔ] เจ้าของกระทู้、沙发 [shāfā] เลียนเสียงคำว่า So Fast สื่อถึงคนที่เข้ามาตอบเป็นคนแรก、楼上 [lóushàng] ความคิดเห็นข้างบน、楼下 [lóuxià] ความคิดเห็นข้างล่าง (เมฆม สอดส่องกฤษ, 2556)

5. ด้านวงการบันเทิง ในงานวิจัยนี้หมายรวมทั้งสื่อบันเทิงและบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการบันเทิง โดยแต่ละปีวงการบันเทิงของจีนมีการผลิตผลงานออกมาเป็นจำนวนมากและมีความหลากหลาย เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดคาสแลงในภาษาจีน เช่น 脑子进水 [nǎozi jìn shuǐ] “โง่หรือเพี้ยน ไม่ปกติ” จากละครเรื่อง 我家有喜》、确认过眼神 [quèrèn guò yǎnshén] “ยืนยันด้วยสายตา” ส่วนหนึ่งในเนื้อเพลง 《醉赤壁》ของศิลปินได้หวิน 林俊杰 หรือที่รู้จักกันในชื่อว่า JJ Lin ซึ่งถูกยกให้เป็นคำฮิตประจำปี พ.ศ. 2561 (baike.baidu, 2018) นอกจากนี้ยังมีอีกหลากหลายคำที่เกิดขึ้นจากบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการบันเทิง เช่น ปี พ.ศ. 2560 กับรายการ 《中国有嘻哈》รูปแบบของรายการคือการแข่งขันหาแร็ปเปอร์หน้าใหม่ของประเทศ ในรายการนี้มีศิลปินชายที่มีชื่อเสียงอันดับต้น ๆ ของประเทศอย่าง 吴亦凡 หรือ Cris Wu ร่วมทำหน้าที่เป็นหนึ่งในกรรมการตัดสินด้วย ทุกครั้งเขาจะถามผู้แข่งขันด้วยประโยคที่ว่า 你有 Freestyle 吗? [Nǐ yǒu Freestyle ma?] ซึ่งมีความหมายตรงตัวว่าคุณฟรีสไตล์ได้ไหม แต่ในบริบทนี้สื่อถึงการแร็ปสด ซึ่งเป็นการคิดเนื้อเพลงไปแล้วก็ร้องแร็ปสดไปด้วย โดยเป็นเทคนิคที่ยากพอสมควรสำหรับกลุ่มคนที่เรียกว่าแร็ปเปอร์ ซึ่งจากคำพูดของเขาก็ได้ทำให้คำว่า “Freestyle” กลายเป็นคำฮิตขึ้นมาในช่วงเวลาข้ามคืน (爱秀美, 2019)

6. ด้านการแพร่หลายของภาษาต่างประเทศ ตัวอย่างคำที่พบจะมีหลายลักษณะ เช่น การเกิดคำใหม่ที่เป็นการใช้ภาษาอังกฤษแต่สื่อความหมายในภาษาจีน จนทำให้คำบางคำในลักษณะนี้ได้รับความนิยมและถูกใช้อย่างแพร่หลายกลายเป็นอีกหนึ่งคาสแลงในภาษาจีน อย่างคำว่า Chick “ไก” เป็นคาสแลงในภาษาจีนหมายถึง “โสเภณี” ซึ่งเคยมีเหตุการณ์ในประเทศจีน ปี พ.ศ. 2559 ที่มีข่าวจากหนังสือพิมพ์เซี่ยงไฮ้เคลียร์รายงานว่า มีร้านไก่ทอดร้านหนึ่งที่มีฉลากเสฉวนชื่อร้านว่า “叫个鸡” [jiào ge jī] โดยทางร้านได้ใช้ชื่อภาษาอังกฤษกำกับตามความหมายตรงตัวในภาษาจีนเลยว่า “Call A Chicken” จุดขายของร้านคือการนำคำว่า “鸡” ที่แปลว่าไก่มาใช้ในเมนูอาหารโดยเล่นความหมายระหว่างภาษาอังกฤษกับภาษาจีน (叫个鸡, 2017) และการตั้งชื่อของทางร้านนี้เองที่ทำให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์จากสังคม เนื่องจากได้ตั้งชื่อเมนูอาหารและเครื่องดื่มที่สื่อไปในทางลามก เช่น ไก่ทอดชุด Vergin Chick เครื่องดื่ม Sex Partner และเมนูอื่น ๆ อีกมากมาย รวมทั้ง มีการจัดโปรโมชั่นเรียกลูกค้าและใช้สโลแกนว่า “อิมใจไปกับชิก” ซึ่งการใช้ชื่อเมนูอาหารและเครื่องดื่มดังกล่าวนี้สร้างความไม่ประทับใจแก่ลูกค้าและผู้พบเห็นจนถูกร้องเรียน และท้ายที่สุดทางร้านก็ออกมาขอโทษและแก้ไขในสิ่งที่เกิดขึ้น

นอกจากนี้ การได้เรียนรู้ภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษมากขึ้นของชาวจีนในยุคปัจจุบันหลังนโยบายการเปิดประเทศก็ทำให้คนจีนรู้ภาษาอังกฤษมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นจีนที่มีการสร้างคาสแลงใหม่ผสมผสานระหว่างคำภาษาอังกฤษและคำจีน อาทิ การใช้ตัวย่อภาษาอังกฤษเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการสื่อสาร เช่น BRB มาจาก Be right back, TTYL มาจาก Talk to you later การใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษปนกับตัวเลข เช่น B4 มาจาก Before, 3Q มาจาก Thank you การเลียนเสียงภาษาอังกฤษของคำนั้น ๆ ออกมาเป็นเสียงภาษาจีนที่

ใกล้เคียงกัน อย่าง 爱豆 [ài' dòu] idol, 狗带 [gǒudài] go die, 奈斯 [nàisi] nice, 粉丝[fěnsī] fans, 黑客 [hēikè] hacker, 米兔 [mǐtù] me too เป็นต้น

7. ด้านการสร้างคำใหม่ พบว่าแต่ละคำสแลงที่พบก็มีกลวิธีการสร้างที่แตกต่างกัน ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยจำแนกออกเป็น 4 วิธี ดังนี้

7.1) การเปลี่ยนแปลงคำที่มีอยู่ การเปลี่ยนรูปคำโดยใช้อักษรย่อจากสัทอักษรหรือพินอินในภาษาจีน เช่น GG ใช้แทน 哥哥 [gēge] พี่ชาย, MM ใช้แทน 妹妹 [mèimei] น้องสาว การใช้ตัวเลขเพื่อสื่อความหมาย เช่น 88 [bā bā] ใช้แทน 拜拜 [bài bài] ลา ก่อน เป็นการเลียนเสียงคำว่า byebye, 520 [wǔ èr líng] ใช้แทน 我爱你 [wǒ ài nǐ] ฉันรักเธอ, 555 [wǔ wǔ wǔ] ใช้แทน 呜呜呜 [wū wū wū] อือ ๆ ๆ เป็นการเลียนเสียงร้องไห้, 7456 [qī sì wǔ liù] ใช้แทน 气死我啦 [qì sǐ wǒ la] โกรธมาก, 9494 [jiǔ sì jiǔ sì] ใช้แทน 就是! 就是! [jiùshì jiùshì] นั่นสิ ๆ หรือว่าฉันแหละ การใช้การออกเสียงที่คล้ายคลึงกัน เช่น 神马 [shénmǎ] เทพม้า ใช้แทน 什么 [shénme] อะไร, 鸭梨 [yālǐ] ลูกแพร์เปิด ใช้แทน 压力 [yālì] กดดัน, 杯具 [bēijù] เครื่องแก้ว ใช้แทน 悲剧 [bēijù] เรื่องเศร้า, 辣鸡 [lājī] ไก่เผ็ด ใช้แทน 辣鸡 [lājī] ขยะ, 妹纸 [mèizhǐ] กระดาษ น้องสาว ใช้แทน 妹子 [mèizi] น้องสาว

7.2) การสร้างคำใหม่ ทั้งจากการประสมคำเกิดเป็นคำใหม่ เช่น 雷人 [léirén] อาการตกใจ ทั้งจนพูดไม่ออก, 驴友 [lǚyǒu] เพื่อนลุย เพื่อนที่เที่ยวผจญภัยไปด้วยกัน, 光棍 [guānggùn] คนโสด, 剩女 [shèngnǚ] ผู้หญิงชั้นคน และการเกิดคำใหม่ที่เป็นลักษณะเฉพาะของภาษาจีนเท่านั้น เรียกว่า “Chinglish” ซึ่งมาจาก “Chinese” + “English” เป็นการคิดคำขึ้นมาใหม่โดยใช้ภาษาจีนผสมกับภาษาอังกฤษ หรือที่คนทั่ว ๆ ไปเข้าใจกันว่าเป็น “ภาษาอังกฤษแบบฉบับคนจีน” เช่น Geiliable มาจากคำภาษาจีน 给力 [gěilì] กับ able สื่อความหมายเหมือนคำเดิมในภาษาจีนว่าเก่งมาก ยอดเยี่ยมมาก และมีรูปปฏิเสธคือ Ungeiliable (China News Network, 2011), Smilence มาจาก 笑 [xiào] “ยิ้ม” ก็คือ smile ส่วนคำว่า 而不语 [ér bù yǔ] คนจีนแปลว่าความเงียบ ซึ่งก็คือ silince ในภาษาอังกฤษ รวมกันจึงเป็นคำว่า Smilence, Together คำนี้ถูกคิดขึ้นจากการนำคำว่า together หรือ 一起 [yìqǐ] “อยู่ด้วยกัน” รวมกับคำว่า gay หรือ 同性恋 [tóngxìngliàn] “พวกกรักร่วมเพศ” ในภาษาจีน เพื่อสื่อความหมายแสดงถึงการอยู่ร่วมกันของคนเพศเดียวกัน ซึ่งคำว่า together นี้ นอกจากจะเป็นคำสแลงใหม่ที่เกิดขึ้นและใช้กันอย่างแพร่หลายในโลกออนไลน์ของชาวจีนแล้ว ยังเป็นการแสดงให้เห็นถึงการเปิดกว้างในการยอมรับเรื่องความรักในเพศเดียวกันในสังคมปัจจุบันที่มากขึ้นของหนุ่มสาวชาวจีนอีกด้วย (Newshoo, 2012)

7.3) การยืมคำ ซึ่งมีทั้งการยืมคำภาษาต่างประเทศและการยืมคำภาษาถิ่นต่าง ๆ มาใช้ในการสื่อสาร จนได้รับความนิยมและใช้กันอย่างแพร่หลายในเวลาต่อ ๆ มา เช่น 木有 [mù yǒu] เป็นคำที่ออกเสียงเพี้ยนไปจากสำเนียงจีนกลางของคำว่า 没有 [méiyǒu] ไม่มี และถูกใช้อย่างแพร่หลายพบได้ในหลายมณฑลของจีน อาทิ มณฑลยูนนาน เหอเป่ย์ เหอหนาน, 虾米 [xiāmǐ] ความหมายตรงตัวคือกุ้งฝอย แต่ภาษาทางใต้สำเนียงหมิ่นหนานมีความหมายว่า 什么 [shénme] อะไร

7.4) การสร้างคำแบบอื่น ๆ ผู้วิจัยพบคำสแลงที่ถูกสร้างขึ้นจากการเลียนแบบคำเดิมที่มีอยู่ก่อนแล้ว โดยอาจเปลี่ยนคำนำหน้าหรือเปลี่ยนคำที่อยู่ข้างหลังของคำเดิม ในที่นี้ผู้วิจัยได้รวบรวมคำสแลงเหล่านั้นและจำแนกเป็นรูปแบบต่าง ๆ ได้ 4 รูปแบบ คือ 1) ใช้รูปแบบ X 二代 สื่อถึงกลุ่มคนที่เป็นทายาทรุ่นที่สองของตระกูลซึ่งมีคุณลักษณะ (X) เหมือนรุ่นพ่อแม่ เช่น 富二代 [fù' èr dài] ลูกหลานคนที่เป็นมหาเศรษฐีหรือทายาทลำดับที่สองของวงศ์ตระกูลที่ร่ำรวย, 农二代 [nóng èr dài] คนที่มีอาชีพเป็นชาวนาเหมือนรุ่นพ่อแม่ของตนเอง, 医二代 [yī' èr dài] คนที่มีอาชีพเป็นแพทย์เหมือนรุ่นพ่อแม่ของตนเอง 2) ใช้รูปแบบ XX 控 จะสื่อความในภาษาไทยได้

ประมาณว่า “ตกเป็นทาสของ XX” หรือ “แพ้ทางให้กับ XX” เช่น 猫控 [māokòng] ทาสแมว、狗控 [gǒukòng] ทาสสุนัข、制服控 [zhìfúkòng] แพ้คนในเครื่องแบบ 3) ใช้รูปแบบ XX 奴 ในที่นี้จะสื่อความในภาษาไทยได้ว่า “ตกเป็นทาสของ XX” หรือเรียกสั้น ๆ ได้ว่าเป็น “ทาส XX” ซึ่งคล้ายกับรูปแบบ XX 控 เช่น 房奴 [fángnú] ทาสบ้าน、车奴 [chēnú] ทาสรถ、卡奴 [kǎnú] ทาสบัตรเครดิต และ 4) ใช้รูปแบบ XX 族 族 ซึ่งคำนี้ชาวเน็ตจีนใช้เรียกกลุ่มคนที่มีลักษณะหรือบุคลิกภาพคล้ายคลึงกัน เช่น 追星族 [zhuīxīngzú] กลุ่มคนที่คลั่งไคล้ไล่ตามดารา、低头族 [dītóuzú] กลุ่มคนที่ติดโทรศัพท์มือถือ、背包族 [bēibāozú] กลุ่มคนที่ชอบเดินทางผจญภัย

เนื่องด้วยกลวิธีการสร้างคำใหม่ที่หลากหลายนี้เอง จึงทำให้การศึกษาวิจัยนี้พบว่าปัจจัยด้านการสร้างคำใหม่เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงมากที่สุด จากที่กล่าวมาทั้งหมด สามารถนำข้อมูลการวิจัยมาสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

ตาราง 1 สัดส่วนและตัวอย่างคำของปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงในสื่อสังคมออนไลน์ช่วงปี พ.ศ. 2555-2563

ปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงในสื่อสังคมออนไลน์	จำนวนที่พบ (คำ)	ค่าเฉลี่ย
(1) ด้านเศรษฐกิจ	8	5.92
คำสแลงที่พบนอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้น ได้แก่ 贸易摩擦 [màoyì móócā] ความขัดแย้งทางการค้า, 夜经济 [yuèjīngjì] เศรษฐกิจราตรี, 开放 [kāifàng] การเปิดกว้างทางการค้า, 业务 [yèwù] ธุรกิจ, 税收 [shuìshōu] ภาษี, 墙 [qiáng] กำแพงภาษี, 金色十年 [jīnsè shí nián] ทศวรรษทอง		
(2) ด้านการเมืองการปกครอง	12	8.89
คำสแลงที่พบนอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้น ได้แก่ 我和我的祖国 [wǒ hé wǒ de zǔguó] ฉันและมาตุภูมิของฉัน, 难 [nán] ความยากลำบาก, 学习强国 [xuéxí qiáng guó] พลัแห่งการเรียนรู้, 命运共同体 [mìngyùn gòngtóngtǐ] การมีอนาคตร่วมกันของมวลมนุษยชาติ, 佛系 [fóxi] การใช้ชีวิตที่เรียบง่ายแบบพระ, 退群 [tuìqún] การถอนตัวออกจากสนธิสัญญา, 硬核 [yìnghé] แข็งแกร่ง สุดยอด, 锦鲤 [jǐnlǐ] ปลาหลิ่ว สัญลักษณ์ความเป็นสิริมงคลของจีน, 教科书式 [jiàokeshì shù shì] แบบตำราสอน, 官宣 [guān xuān] คำประกาศทางการ, 双减 [shuāng jiǎn] ลดคู่		
(3) ด้านปรากฏการณ์ทางสังคม	9	6.67
คำสแลงที่พบนอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้น ได้แก่ 国宝 [guóbǎo] หน่วยงานด้านความมั่นคงของจีน		
(4) ด้านสื่อสังคมออนไลน์และมัลติมีเดีย	24	17.78
คำสแลงที่พบนอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้น ได้แก่ 版主 [bǎnzhǔ], 斑竹 [bānzhú] และ 板猪 [bǎn zhū] สื่อความหมายเดียวกันคือเจ้าของกระทู้, 纯净水 [chúnjìng shuǐ] หรือ 水蒸气 [shuǐ hēngqì] กระทู้ที่ไร้สาระ, 拍砖头 [pāi zhuāntóu] การด่าความเห็นอื่น ๆ ในกระทู้, ZT การแปะลิงก์หรือการแชร์ลิงก์, LZ เจ้าของกระทู้, LS ความคิดเห็นข้างบน, LX ความคิดเห็นข้างล่าง		
(5) ด้านวงการบันเทิง	14	10.37
คำสแลงที่พบนอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้น ได้แก่ 我靠 [wǒ kào] และ 哇靠 [wā kào] คำอุทานแสดงอารมณ์แปลกใจไม่พอใจ, 我说了算 [wǒ shuō le suàn] ผมเป็นใหญ่, 你听我的 [nǐ tīng wǒ de] คุณฟังผม, 你幸福吗? [nǐ xìngfú ma?] คุณแฮปปี้ไหม, 我 kao! I 服了 you [wǒ kao! I fū le you] แสดงถึงความทึ่งและยอมรับในตัวของคนหนึ่ง, Hold 住 [Hóld zhù] เอาอยู่ รูปปฏิเสธคือ Hold (不) 住 [Hóld (bú) zhù] เอาไม่อยู่, 喜欢一个人需要理由吗? [xǐhuān yī gè rén xūyào lǐyóu ma?] ชอบใครสักคนต้องมีเหตุผลไหม, 漂亮就行了 [piàoliàng jiù xíng le] สวยก็ใช้ได้แล้ว, 说好的 XX 呢 [shuō hǎo de XX ne] XX ที่เคยตกลงกันได้ละ, 听 XX 的话 [tīng XX de huà] ฟังคำ XX		
(6) ด้านการแพร่หลายของภาษาต่างประเทศ	20	14.81
คำสแลงที่พบนอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้น ได้แก่ 打 call [dǎ call] กรีด, 厉害了 Word 哥 [lìhai le Word gē] สุดยอดเลยพี่ชาย, AA 制 [AA zhì] การเฉลี่ยจ่ายเท่า ๆ กัน (AA มาจากคำว่า All Apart), Townhouse ใช้แทน 汤耗子 [tāng hàozi] บ้านแบบตะวันตก, Who cares? ใช้แทน 谁在乎? [Shéi zàihū?] ใครสนใจ, SP มาจาก Support ใช้แทน 支持 [zhīchí] สนับสนุน, SOHO มาจาก Small Office Home Officer แทน 在家办公 [zài jiā bàngōng]		

ปัจจัยที่ทำให้เกิดค่าสแลงเงินในสื่อสังคมออนไลน์	จำนวนที่พบ (คำ)	ค่าเฉลี่ย
ทำงานที่บ้าน, OIC มาจาก Oh I see, CUL8R มาจาก See you later (ใช้เลข 8 ที่อ่านว่า eight เป็นเสียงสระของคำว่า later)		
(7) ด้านการสร้างคำใหม่	48	35.56
คำสแลงที่พบนอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้น ได้แก่ 宅男 [zhǎinán] โอตาคุผู้ชาย, 宅女 [zhǎinǚ] โอตาคุผู้หญิง, 金龟婿 [jīnguīxù] สามียที่มีฐานะร่ำรวย, 心塞 [xīnsāi] ความรู้สึกที่ไม่ดี รู้สึกแย่ แต่พูดอะไรไม่ออก, 小鲜肉 [xiǎo xiānròu] ผู้ชายที่อายุน้อย ๆ และหน้าตาดี, 猪头 [zhūtóu] โง่, 青蛙 [qīngwā] ผู้ชายที่หน้าตาซีเหร่ อับลักษณ์, 把妹 [bǎmèi] การจีบสาว หลีหึง, 鸡店 [jīdiàn] ซ่องหรือสถานที่ที่มีผู้หญิงขายบริการทางเพศให้ผู้ชาย, 鸭店 [yādian] สถานที่ที่มีผู้ชายขายบริการทางเพศให้ผู้หญิง, 正太控 [zhèngtàikòng] คนที่แพทางเด็กหนุ่มน่ารัก ๆ (Shotacon), 大叔控 [dàshūkòng] คนที่แพทางผู้ชายที่อายุมากกว่าประมาณรุ่นคุณอา, 孩奴 [háinú] ทาสลูก, 月光族 [yuèguāngzú] กลุ่มคนที่ใช้เงินสุรุ่ยสุร่าย ใช้เงินเดือนชนเดือน ไม่มีเหลือเก็บ		
รวม	135	100.00

จากตาราง 1 จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ทำให้เกิดค่าสแลงเงินในสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดอันดับหนึ่งคือด้านการสร้างคำใหม่ พบจำนวน 48 คำ คิดเป็นร้อยละ 35.56 อันดับสองคือด้านสื่อสังคมออนไลน์และมัลติมีเดีย พบจำนวน 24 คำ คิดเป็นร้อยละ 17.78 อันดับสามคือด้านการแพร่หลายของภาษาต่างประเทศ พบจำนวน 20 คำ คิดเป็นร้อยละ 14.81 อันดับสี่คือด้านวงการบันเทิง พบจำนวน 14 คำ คิดเป็นร้อยละ 10.37 อันดับห้าคือด้านการเมืองการปกครอง พบจำนวน 12 คำ คิดเป็นร้อยละ 8.89 อันดับหกคือด้านปรากฏการณ์ทางสังคม พบจำนวน 9 คำ คิดเป็นร้อยละ 6.67 และอันดับเจ็ดคือด้านเศรษฐกิจ พบจำนวน 8 คำ คิดเป็น ร้อยละ 5.92

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดค่าสแลงเงินในสื่อสังคมออนไลน์ช่วงปี พ.ศ. 2555-2563 ที่พบมากที่สุดคือปัจจัยด้านการสร้างคำใหม่ จำนวน 48 คำ คิดเป็นร้อยละ 35.56 รองลงมาคือด้านสื่อสังคมออนไลน์และมัลติมีเดีย จำนวน 24 คำ คิดเป็นร้อยละ 17.78 ทั้งสองปัจจัยนี้สะท้อนถึงสถานการณ์ของโลกปัจจุบันที่มนุษย์ล้วนมีความเกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันมากขึ้น การสร้างคำสแลงเพื่อสื่อความหมายใหม่ ๆ จึงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามมา ผลวิจัยที่ได้จึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Qi (2007) ที่พบว่าปัจจัยการเกิดค่าสแลงที่พบมากที่สุดนั้นคือปัจจัยด้านการสร้างคำใหม่ ลักษณะของคำใหม่ที่เกิดขึ้นนั้นมีรูปแบบเฉพาะ เป็นภาษาที่ใช้เพื่อการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ การที่ประเทศจีนมีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรวดเร็ว เช่น การมี 5G ใช้เป็นประเทศแรกของโลก หรือการมีแพลตฟอร์มที่หลากหลายเพื่อรองรับการใช้งานของประชากรที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในการสื่อสารของผู้คนมากขึ้น ทำให้ทุกคนต้องการความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารกัน นามาซึ่งวิธีการต่าง ๆ ทั้งการพิมพ์ข้อความโดยตัดคำให้สั้น ใช้คำศัพท์ที่แปลกและแตกต่างจากภาษาทั่วไป หรือใช้สัญลักษณ์แทนก็มี สิ่งเหล่านี้เป็นเหตุผลที่ทำให้การเกิดค่าสแลงเงินจากสื่อสังคมออนไลน์และมัลติมีเดียอยู่ในอันดับต้น ๆ เช่นกัน

ปัจจัยที่มาเป็นอันดับที่สามคือ ปัจจัยด้านการแพร่หลายของภาษาต่างประเทศ แม้ว่าชาวจีนจะมีความเป็นชาตินิยมสูง มีความรักและหวงแหนในวัฒนธรรมของตนเองโดยเฉพาะด้านภาษาก็ตาม แต่กลับพบว่าในสังคมออนไลน์จีนปัจจุบันมีแนวโน้มในการเกิดค่าสแลงประเภทนี้มากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นที่มีความคุ้นชินกับการสื่อสารกับชาวต่างชาติและเสพสื่อออนไลน์ต่างประเทศอยู่เสมอ ประกอบกับการที่จีนเปิดประเทศมากขึ้น สถานศึกษาในประเทศจีนตั้งแต่ระดับเด็กเล็กจนถึงระดับมหาวิทยาลัยเปิดคอร์สภาษาอังกฤษอย่างกว้างขวางเลยทำให้เยาวชนรุ่นใหม่ได้รับการศึกษาภาษาต่างประเทศมากขึ้น สอดคล้องกับที่ เฉียนตง (2555) กล่าวว่าแนวโน้มความ

นิยมภาษาต่างประเทศในประเทศจีนมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นมากจากอดีต ครอบครัวคนจีนนิยมส่งลูกหลานไปเรียนต่างประเทศเพิ่มขึ้นและยังสอดคล้องกับการศึกษาของภาษาจีน (2561) ที่พบว่ารูปแบบการสร้างคำภาษาจีนที่ใช้ในอินเทอร์เน็ตจำนวนไม่น้อยได้รับอิทธิพลมาจากภาษาอังกฤษ สิ่งเหล่านี้บ่งบอกว่าชาวจีนคุ้นเคยกับภาษาต่างประเทศมากขึ้นจนส่งผลต่อการสร้างคำสแลงลักษณะนี้ขึ้นมา ปัจจัยด้านการบันเทิง ประเทศจีนเป็นประเทศหนึ่งในโลกที่อุตสาหกรรมบันเทิงทั้งละคร ภาพยนตร์ เพลง และรายการโทรทัศน์ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายจนมีผู้ติดตามจากทั่วโลก เหล่าดารานักแสดง นักร้อง คนในวงการบันเทิงของจีนเองก็มีแฟนคลับมากมายทั่วโลก ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมหรือคำพูดของบุคคลเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลต่อสังคมในหลายลักษณะ หนึ่งในนั้นคือเรื่องการใช้คำพูดที่ติดหูคนทั่วไป เมื่อเหล่าแฟนคลับได้พร้อมใจกันใช้คำเหล่านั้นตามดาราที่ตนชื่นชอบจึงเกิดเป็นคำสแลงขึ้น ซึ่งการศึกษาของ Sheng & Bu (2018) ช่วยสนับสนุนอย่างชัดเจนว่าอิทธิพลจากกลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียงโดยเฉพาะศิลปินดารา ส่งผลต่อการใช้ภาษาเป็นอย่างมาก และยังตรงกับการศึกษาของอุษณา กาญจนทัต (2542) ที่พบว่าการใช้คำที่ผู้คนนำคำหรือวลีต่าง ๆ ที่ได้ยินจากเพลง ละครโทรทัศน์ไปใช้ก็เป็นต้นเหตุของการเกิดคำสแลงได้เช่นกัน

ส่วนปัจจัยด้านการเมืองการปกครอง และด้านปรากฏการณ์ทางสังคมมักเกี่ยวกับการวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของรัฐบาล ซึ่งระบบการปกครองทำให้รัฐมีอำนาจตรวจตราการแสดงความคิดเห็นของประชาชน ทำให้ประชาชนไม่มีอิสระอย่างเต็มที่ ถึงแม้จะมีคำสแลงที่เกิดจากการเลี่ยงไปใช้คำอื่นที่มิถุนัยเสียดสิริรัฐบาลก็ตาม แต่การแสดงความคิดเห็นของประชาชนก็ถูกจำกัด คำสแลงที่เกิดจากปัจจัยเหล่านี้จึงมีไม่มาก ส่วนปัจจัยด้านเศรษฐกิจนั้นอาจเป็นเพราะในช่วงระยะเวลาที่เก็บข้อมูลวิจัย เศรษฐกิจของประเทศจีนมีการเจริญเติบโตด้วยดีมาโดยตลอดในระยะเวลาที่ยาวนาน จนมาประสบภาวะเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2561 มีคนตกงานเป็นจำนวนมาก หลายบริษัทยักษ์ใหญ่อย่างเช่น Ofo เลิกกิจการ รวมทั้งปัญหากับอีกหลายประเทศที่เป็นปฏิปักษ์ต่อจีน จนเกิดการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ ในปีนั้นจึงเกิดคำสแลงที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจจีนขึ้นมากมาย

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงจีนในสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งมีทั้งหมด 7 ปัจจัยดังกล่าวข้างต้นล้วนทำให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของภาษากับเหตุการณ์บางอย่างที่เกิดขึ้นในสังคม ณ ช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ที่สะท้อนว่าภาษาย่อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ความเปลี่ยนแปลงนั้นจะนำมาสู่วิวัฒนาการทางภาษาหรือไม่อย่างไรขึ้นอยู่กับพฤติกรรมและวิธีที่มนุษย์ใช้ภาษาเป็นสื่อกลางในการสื่อสารด้วยนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ผู้ที่สนใจทำการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้สามารถนำผลการวิจัยไปศึกษาต่อยอดในเชิงเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยการเกิดคำสแลงจีนและคำสแลงภาษาอื่นได้ เพราะปัจจัยเชิงสังคมที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของแต่ละภาษาอาจมีปัจจัยที่แตกต่างกัน

2. ครู อาจารย์สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับคำสแลงจีนและการบูรณาการสภาพสังคมจีนในด้านต่าง ๆ ผ่านคำสแลงจีนได้ แต่เนื่องจากคำสแลงเป็นคำศัพท์เฉพาะกลุ่มผู้เรียนควรมีพื้นฐานความรู้ภาษาจีนอยู่ในระดับกลางขึ้นไป เพื่อไม่ให้ยากต่อการทำความเข้าใจเกินไป ด้วยเหตุนี้จึงไม่เหมาะกับผู้เรียนที่เพิ่งเริ่มเรียนภาษาจีนหรือมีความรู้ภาษาจีนอยู่ในระดับต้น เพราะจะทำให้ผู้เรียนรู้สึกว่ายากเกินไป จนอาจเกิดความท้อแท้ในการเรียนภาษาจีนได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาคำสแลงจีนอย่างต่อเนื่องโดยใช้หนังสือ เอกสาร และงานวิจัยภาษาจีนเพิ่มเติม

2. ควรใช้หลักการวิเคราะห์ทางภาษาศาสตร์ร่วมด้วย เพื่อทำให้เห็นอิทธิพลของภาษาที่มีต่อปัจจัยการเกิดคำสแลงได้มากขึ้น

3. ควรมีการศึกษาคำสแลงจีนที่ใช้เฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มคนที่มีสายงานอาชีพเดียวกัน กลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน เพื่อจะได้เห็นมุมมองสะท้อนสังคมผ่านคำสแลงเฉพาะกลุ่มนั้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้เป็นผลงานที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัย ประเภททุนนักวิจัยรุ่นใหม่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตามสัญญาเลขที่ TUYR 20/2562

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎี สงไข. (2561). วลีภาษาจีนที่นิยมใช้บนอินเทอร์เน็ตในปี ค.ศ. 2017. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 10(ฉบับพิเศษ), 316-326.
- ก่อชาติ ชำนาญช่าง. (2546). *การศึกษาลักษณะคำสแลงของสาวประเภทสองในกรุงเทพมหานคร* (สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กัญญนัช ชะนะจิตร. (2560). *การสร้างคำและความหมายของสแลงในเฟซบุ๊ก* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เจี่ยตง. (2555). *มหาอำนาจจีนบนทางแพร่ง [Da Wei ji]* (กนิษฐา ลีลามณี และคณะ, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: มติชน. (ต้นฉบับพิมพ์ปี ค.ศ. 2006).
- ชัชวาล ชูติกรมธรรม. (2561). *มองย้อนจีนปี 2018 ปีแห่งการถอยกลับไปตั้งหลัก*. สืบค้น 31 มีนาคม 2563, จาก https://medium.com/@chatchawal_sun
- จีนหัวไทย. (2562). *สำรวจพบหนุ่มสาวจีนกว่า 70% เชื่อมั่น “เศรษฐกิจกลางคืน”*. สืบค้น 11 เมษายน 2563, จาก https://www.xinhuaithai.com/eco/60589_20191215
- ทีเอ็นเอ็นออนไลน์. (2562). *ไปต่อ! หัวเว่ยรวบสัญญา 5G ใน 30 ประเทศทั่วโลก*. สืบค้น 3 มีนาคม 2563, จาก <https://www.tnnthailand.com/content/9456>
- ฝ่ายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง. (2559). “*蓝瘦，香菇 คัพพ์ใหม่ในโลกออนไลน์จีน*”. สืบค้น 31 มีนาคม 2561, จาก <https://www.stsbeijing.org/contents/12986>
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *ระบบค้นหาคำศัพท์พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน 2554*. สืบค้น 14 มิถุนายน 2563, จาก <https://dictionary.orst.go.th/>
- เมฆม สอดส่องกฤษ. (2556). *ภาษาจีนโดนใจ คนวัยไซเบอร์*. กรุงเทพฯ: ภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- สิทธิพงศ์ มีกุล, และเนตรน้ำทิพย์ บุตดาวงค์. (2563). *การศึกษาวิเคราะห์คำสแลงภาษาจีนที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 16(1), 98-115.
- อุษณา กาญจนทัต. (2542). *วิทยวรรณนา: บทความทางภาษาและวรรณคดีไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- แอมเนสตี อินเตอร์เนชันแนล. (2563). *เผอและแพนด้า : ผู้ใช้โซเชียลจีนสร้างภาษาใหม่*. สืบค้น 14 มิถุนายน 2563, จาก <https://www.amnesty.or.th/latest/blog/739/>
- baike.baidu. (2018). *确认过眼神*. Retrieved June 14, 2020, from <https://baike.baidu.com/item/%E7%A1%AE%E8%AE%A4%E8%BF%87%E7%9C%BC%E7%A5%9E/22832658>

- China News Network. (2011, December). *Geliable! 网上流行“中式英文”(组图)*. Retrieved June 14, 2020, from <http://roll.sohu.com/20110308/n304069958.shtml>
- Li, J. (2013). *การศึกษาเปรียบเทียบคำสแลงในภาษาไทยและภาษาจีน* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- Liu, H. (2009). *《当代流行语研究》*, 天津: 天津师范大学文学院.
- Meng, Y. (2020). 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.
- Newshoo. (2012, December). *Sohu News*. Retrieved June 14, 2020, from <http://roll.sohu.com/20110308/n304069958.shtml>
- Qi, J. (2007). Origins of Popular Modern Chinese Sayings and Their English Translation. *Journal of Dalian University*, 28(2), 138-140.
- Sheng, Y., & Bu, Z. (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, X. (2018). "Internet Buzzwords" Teaching in Teaching Chinese as a Foreign Language. *Northern Literature*, 2008(18), 35-42.
- Yang, X. (2011). *Contemporary Chinese New Words and New Language Research*. Beijing: China Social Science Press.
- Zhang, N. (2006). *《论俚语的语言和社会特征》*, 济南: 山东大学 文学与新闻传播学院.
- 中国社会科学院语言研究所. (2006). *《现代汉语词典第七版》*, 北京: 商务印书馆.
- 叫个鸡. (2017). *Call a chicken!!*. Retrieved May 25, 2020, from <https://www.meipian.cn/tr822e5>
- 爱秀美. (2019). 2019 年十大流行语具体是什么 2019 最火的梗有哪些. Retrieved May 30, 2020, from <http://www.mnw.cn/news/ent/xx/2227813.html>