การศึกษาคำทับศัพท์และคำศัพท์บัญญัติใหม่ภาษาเกาหลีในสื่อสังคมออนไลน์

A Study of New Transliterations and Terminology Terms in the Korean Language on Social Media

ภาวนา เพ็ชรพราย[1]
Pawana Petprai[1]

Received: 8 October 2023 **Revised**: 6 December 2023 **Accepted**: 20 December 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารวบรวมและจำแนกคำทับศัพท์และศัพท์บัญญัติใหม่ของเกาหลีที่ปรากฏในสื่อออนไลน์ในปี 2019 วิเคราะห์กระบวนการสร้างคำทับศัพท์และศัพท์บัญญัติใหม่ในภาษาเกาหลีและแบ่งประเภทตามความหมายพร้อมทั้งอธิบายความหมายโดยได้ศึกษาจากเว็บไซต์ Facebook ช่องข่าว YTN , MBCNEWS, KBSWORLD, KBSDRAMA, Arirangkpop, Dripstorage และจากเว็บไซต์Trenda word ที่ปรากฏในช่วงวันที่ 1 มกราคม 2019 - 31 ธันวาคม 2019 ผลการวิจัยพบว่าสามารถรวบรวมคำศัพท์ได้ ทั้งหมด 353 คำ โดยมีคำทับศัพท์และคำศัพท์บัญญัติใหม่ประเภทคำย่อที่ปรากฏเป็นจำนวนมากที่สุด คือ 150 คำ รองลงมาคือ คำประสม จำนวน 145 คำ และคำเดี่ยว จำนวน 58 คำ และเมื่อแบ่งประเภทตามความหมาย มีคำเกี่ยวกับวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ปรากฏมากเป็นอันดับ 1 คือ จำนวน 56 คำ อันดับที่ 2 คือ การบริโภค 44 คำ ลำดับที่ 3 คือ การใช้สื่อโซเชียล 34 คำ และคำที่เกี่ยวกับ เศรษฐกิจ COVID - 19 รูปร่างหน้าตา การศึกษา เป็นต้นและมีคำที่ไม่สามารถจัดเข้ากลุ่มได้อีก จำนวน 106 คำ

คำสำคัญ: คำทับศัพท์, คำศัพท์บัญญัติใหม่, สื่อออนไลน์, ภาษาเกาหลี

Abstract

This study aims to collect and categorize Korean transliterations and terminology that emerged in online media in 2019. The research processes involved the analysis of creating new transliterations and terminology terms in the Korean language and classifying them based on their meanings. The datasets were collected from various online sources, including Facebook pages, YTN news channel, MBCNEWS/KBSWORLD, KBSDRAMA, Arirangkpop, Dripstorage, and the Trenda Word website, covering the period from January 1, 2019, to December 31,

[1] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ E-mail: Pawana_pet@cmru.ac.th
[1] Assistant Professor, Faculty of Humanities and Social Sciences Chiang Mai Rajabhat University, E-mail: Pawana_pet@cmru.ac.th

2019. The results identified new transliterations and terminology terms in social media, totaling 353, with the highest number of abbreviations at 150, followed by compound words at 145, and single words at 58. Furthermore, the result of meaning categorization indicated that words related to life and living nmbered the most at 56, followed by consumption with 44 words, and social media usage with 34 words. Moreover, keywords associated with the COVID-19 pandemic, appearance, study, and economy were also found. Additionally, there were 106 words that did not fit into any specific category.

Keywords: Transliteration, new terminology, online media, korean

บทนำ

เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนผ่านวิวัฒนาการต่างๆ ก็ได้มีการพัฒนาเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นความทันสมัย ความสะดวกสบาย ความรวดเร็วในการใช้ชีวิตของผู้คน โดยเฉพาะการติดต่อสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อินเตอร์เน็ตกลายเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารกันของคนทุกเพศ ทุกวัยและจากทั่วทุกมุมโลก โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ เช่น กลุ่มคนวัยทำงาน นักเรียน นักศึกษา เป็นกลุ่มคนที่สามารถรับรู้เทคโนโลยีทางอินเตอร์เน็ตได้ง่ายและรวดเร็ว ทั้งยังสามารถแบ่งปันประสบการณ์ได้อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น และด้วยวิถีชีวิตของผู้คนที่เปลี่ยนแปลงไป อินเทอร์เน็ตจึงเข้ามามีบทบาท และอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้คน ทำให้มีการกำเนิดเนื้อหาสาระใหม่ๆ รวมถึงคำศัพท์ใหม่ๆ ขึ้นมา เช่น มีการนำคำศัพท์สองคำขึ้นไปมาประสมกันเพื่อให้ได้ความหมายใหม่ หรือการยืมคำจากต่างประเทศมาใช้ จนกล่าวได้ว่าเป็นวิวัฒนาการทางด้านภาษา โดยเฉพาะวิวัฒนาการของภาษาเกาหลีที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อย่างเช่น ภาษาที่เยาวชนใช้ในการสนทนาสื่อสาร ไม่ว่าจะในช่องทางการสื่อสารออนไลน์หรือการโพสข้อความลงในแอพพลิเคชั่นต่างๆ ซึ่งส่งผลให้กลุ่มคนที่อยู่ในช่วงยุคก่อนหน้านั้น เช่น กลุ่มคนในวัยทำงานหรือวัยพ่อแม่ หรือแม้กระทั่งชาวต่างชาติที่เรียนภาษาเกาหลีไม่สามารถเข้าใจคำทับศัพท์หรือคำศัพท์บัญญัติใหม่ๆ ทำให้เกิดอุปสรรคในการติดต่อสื่อสาร เช่น เกิดความไม่เข้าใจความหมายของคำและเกิดการสงสัยว่าคำศัพท์เหล่านั้นแปลว่าอะไร มีความหมายว่าอย่างไรโดยคำศัพท์เหล่านั้นเป็นคำศัพท์ที่ไม่ปรากฏในพจนานุกรม อีกทั้งใช้กันเฉพาะกลุ่มหรือเฉพาะวัย ในบางบริบทการใช้คำทับศัพท์หรือศัพท์บัญญัติใหม่จะช่วยหลีกเลี่ยงการใช้คำศัพท์เดิมหรือคำศัพท์ทางการ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้คำเหล่านี้ก็เพื่อช่วยให้การสื่อสารมีความรวดเร็ว กระชับ หรือแม้แต่การพิมพ์ข้อความในระบบการแชทออนไลน์ก็มีส่วนช่วยให้ประหยัดเวลาได้เพิ่มมากขึ้น

ดังนั้น การศึกษาเรื่องคำทับศัพท์และคำศัพท์บัญญัติใหม่ที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเอกสาร บทความต่างๆ ทางเว็บไซต์ รายการโทรทัศน์ ข่าว การแชทออนไลน์ จึงมีความจำเป็นอย่างมาก เพื่อช่วยลดอุปสรรคและปัญหาในการสื่อสาร อีกทั้งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนการสอน และการทำงานทางด้านภาษาเกาหลีให้บรรลุราบรื่นและสัมฤทธิ์ผล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารวบรวมและจำแนกคำทับศัพท์และศัพท์บัญญัติใหม่ของเกาหลีที่ปรากฏในสื่อออนไลน์ ในปี 2019

2. เพื่อวิเคราะห์กระบวนการสร้างคำทับศัพท์และศัพท์บัญญัติใหม่ของชาวเกาหลี จำแนกประเภทตามความหมาย พร้อมทั้งอธิบายความหมายของคำทับศัพท์และศัพท์บัญญัติใหม่ในภาษาเกาหลี

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ได้ดำเนินการดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์

https://www.facebook.com/ytn.co.kr, https://www.facebook.com/MBCnews, https://www.facebook.com/KBSWORLD, https://www.facebook.com/KBSdrama, https://www.facebook.com/arirangkpop, https://www.facebook.com/dripstorage, https://maily.so/trendaword/posts/e6b1b3, https://xn--cw4by6x.com/2021trendawordtest, และhttps://maily.so/trendaword

เนื่องจากเป็นเว็บไซต์ที่มีรายการของช่องโทรทัศน์ที่มีชื่อเสียงของเกาหลี ได้แก่ YTN , MBC , KBS และช่อง Arirang ที่คนเกาหลีและต่างชาติสามารถที่จะเข้าชมและสามารถพิมพ์ข้อความแสดงความคิดเห็นได้ โดยเผยแพร่ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2019 - 31 ธันวาคม 2019

2.วิเคราะห์วิธีการสร้างคำตามหลักทฤษฎีการสร้างคำบัญญัติใหม่ของสถาบันภาษาเกาหลีแห่งชาติ (국립국어원, 2019) และแปลความหมายเป็นภาษาไทย

3.วิเคราะห์ความหมายและจัดแบ่งประเภทตามหลักทฤษฎีของสถาบันภาษาเกาหลีแห่งชาติ (국립국어원, 2019)

ผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมคำทับศัพท์และศัพท์บัญญัติใหม่ของเกาหลี โดยการนำข้อมูลที่ได้ศึกษามาวิเคราะห์และเสนอผลการวิเคราะห์ โดยใช้ตารางประกอบคำบรรยาย จำแนกเป็น 2 ขั้นตอน คือการวิเคราะห์การสร้างคำศัพท์บัญญัติใหม่และวิเคราะห์ตามความหมาย ต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปตามลักษณะการสร้างคำศัพท์บัญญัติใหม่

ผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลคำทับศัพท์และศัพท์บัญญัติใหม่ภาษาเกาหลีที่ปรากฏในสื่อออนไลน์ในช่วงปี 2019 นั้น ปรากฏทั้งคำเดี่ยว คำประสม คำย่อ และคำที่ยืมมาจากภาษาต่างประเทศ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 คำทับศัพท์และศัพท์บัญญัติใหม่ที่ปรากฏในปี 2019

ประเภทของคำ		จำนวน		ร้อยละ	
1. คำเดี่ยว단일어 (ทา-นี-รอ)	1.1 คำเป็น คำตายและรากศัพท์ 생성어 (แซง-ซอง-ออ) เช่น네넴띤, X나, 줍깅...	26	58	7.37	16.43
	1.2 คำยืมจากต่างประเทศที่เป็นคำศัพท์บัญญัติใหม่ 차용어 (ช้า-ยง-ออ) เช่น 업토버, 페이스펙, 홈로원...	32		9.06	

ตารางที่ 1 คำทับศัพท์และศัพท์บัญญัติใหม่ที่ปรากฏในปี 2019 (ต่อ)

ประเภทของคำ		จำนวน		ร้อยละ	
2. คำประสม 복합어 (โพ-กั่า-บอ)	2.1 คำประสมรากศัพท์กับรากศัพท์ 합성어 (ฮับ-ซอง-ออ) เช่น간선상차, 기범주, 뇌절..	75	145	21.25	41.08
	2.2 รากศัพท์ที่ประสมด้วยการเติมอุปสรรคและวิภัตติปัจจัย 파생어 (พ้า-แซง-ออ) เช่น이모카세,인싸력...	40		11.33	
	2.3 รากศัพท์ประสมกับภาษาต่างประเทศ 혼성어 (ฮน-ซอง-ออ) เช่น눈바디, 떡켓팅,파이세대...	30		8.50	
3. คำย่อ 축약어 (ชู้-กยา-กอ) เช่น 근자감, 돈미새, 삼일절…		150		42.49	
รวม		**353**		100	

จากตารางด้านบนสรุปได้ว่าการสนทนาในภาษาเกาหลีผ่านทางสื่อออนไลน์นั้นปรากฏคำย่อ 축약어 (ชู้-กยา-กอ) เป็นอับดับ 1 จำนวน 150 คำ คิดเป็นร้อยละ 42.49 คำประสม 복합어 (โพ-กั่า-บอ)เป็นลำดับที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 41.08 โดยมีวิธีการสร้างคำประสมออกเป็น 3 วิธี คือ การประสมรากศัพท์กับรากศัพท์ จำนวน 75 คำ คิดเป็นร้อยละ 21.25 การประสมคำด้วยการเติมอุปสรรค วิภัติและปัจจัย จำนวน 40 คำ คิดเป็นร้อยละ 11.33 และรากศัพท์ประสมระหว่างคำยืมจากต่างประเทศที่เป็นคำศัพท์บัญญัติใหม่혼성어 (ฮน-ซอง-ออ) จำนวน 30 คำ คิดเป็นร้อยละ 8.50 ส่วนลำดับต่อไป คือ การใช้คำยืมจากภาษาต่างประเทศ จำนวน 32 คำ คิดเป็นร้อยละ 9.06 และคำเดี่ยว 단일어 (ทา-นี-รอ) ปรากฏจำนวนน้อยที่สุด คือ จำนวน 26 คำ คิดเป็นร้อยละ 7.37 โดยที่คำศัพท์บัญญัติใหม่หรือคำทับศัพท์ใหม่นั้นเป็นคำที่คนเกาหลีส่วนใหญ่นิยมใช้กันในสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากความสะดวกรวดเร็วในการพิมพ์หรือเพื่อการประหยัดเวลา อีกทั้งการใช้คำย่อก็เป็นสิ่งที่ได้รับอิทธิพลมาจากการใช้ อิโมติคอน อิโมติชันหรือการใช้สติ๊กเกอร์ในระบบสื่อออนไลน์ต่างๆ ด้วยเช่นกัน โดยคำศัพท์บัญญัติใหม่หรือคำทับศัพท์ที่ใช้ในสื่อออนไลน์ภาษาเกาหลีก็มีลักษณะการสร้างคำที่หลากหลายประเภท ดังตัวอย่าง ต่อไปนี้

1. คำเดี่ยว 단일어 **(ทา-นี-รอ)**

สถาบันภาษาเกาหลีแห่งชาติ (국립국어원) (2019) ได้แบ่งประเภทการสร้างคำศัพท์บัญญัติใหม่ออกเป็น คำเป็นและคำตาย หรือรากศัพท์생성어 (แซง-ซอง-ออ) และคำยืมจากต่างประเทศที่เป็นคำศัพท์บัญญัติใหม่차용어 (ช้า-ยง-ออ)

1.1 คำเป็น คำตายและรากศัพท์ 생성어 (แซง-ซอง-ออ) เป็นลักษณะของคำเดี่ยวไม่สามารถสื่อความหมายได้ หรือมีความหมายอยู่ในตัวแล้ว แต่เมื่อนำมาใช้เป็นคำศัพท์บัญญัติใหม่ ความหมายนั้นแตกต่างไปจากความหมายเดิม เช่น

갈비 (คัล-บี) แปลว่า กระดูกซี่โครง

ความหมายว่า ยิ่งเสียเปรียบมากขึ้น มาจากการสร้างคำแบบการย่อคำคือการนำคำว่า 갈 (갈수록) + 비 (비호감) ซึ่งเมื่อเป็นคำศัพท์บัญญัติใหม่ ความหมายไม่ได้เกี่ยวข้องกับกระดูก

ซี่โครงแต่อย่างใด

예문 : 왜 스스로 갈비가 될려고 하오? ทำไมถึงเสียเปรียบอยู่ฝ่ายเดียว

철컹철컹 (ช้อล-ค้อง-ช้อล-ค้อง) คือคำเลียนเสียงธรรมชาติ의성어 (อึย-ซอง-ออ)

ความหมายว่าเสียงดังแกร๊ง แกร๊ง เมื่อนำมาใช้เป็นคำศัพท์บัญญัติใหม่ มีความหมายว่า감옥 (คา-มก) แปลว่า คุก

예문 : 철컹철컹 당해요? ถูกจับเข้าคุกใช่ไหม

1.2. คำยืมจากต่างประเทศที่เป็นคำศัพท์บัญญัติใหม่차용어 (ช้า-ยง-ออ) เช่น

홈로윈 (โฮม-โน-วีน) มาจากคำ Home + Halloween

ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ต้องจัดงานฉลองวันฮาโลวีนที่บ้าน เป็นการนำคำศัพท์ภาษาอังกฤษ คือ คำว่า Home รวมกับ Halloween เป็นการประสมคำใหม่โดยที่แทนเสียงภาษาอังกฤษทั้งสองคำ

예문 : 집에서 안전하게 즐기는 “홈로윈” 트렌드가 이어졌다. แนวโน้มการฉลองฮาโลวีนที่บ้านอย่างสนุกและปลอดภัยกำลังเป็นที่นิยม

일코노미(อิล-โค่-โน-มี) มาจากคำ economic

คำในภาษาอังกฤษ แต่ใช้แทนเสียงด้วยภาษาเกาหลี ซึ่งมีความหมายว่า 1인 경제, 혼자만의 생활을 하며 자신만을 위한 소비를 함. คือ การใช้ชีวิต แบบตัวคนเดียว อยู่คนเดียว และเพื่อตัวเองเท่านั้น

예문 : 혼자만 소비를 즐기는 ‘일코노미’를 아시나요? รู้จักผู้คนที่ชอบใช้ชีวิตแบบตัวคนเดียวไหม

TMT มาจากคำ Too Much Talker

เป็นคำที่ใช้เรียกผู้ที่พูดมากหรือคนที่พูดน้ำไหลไฟดับ เป็นการสร้างคำใหม่ในลักษณะการย่อคำโดยการนำเฉพาะตัวอักษรภาษาอังกฤษมาเรียงต่อกัน

예문 : TMT답게 구냥 말했는데.คนที่พูดมากก็ตอบไปเรื่อย

จากตัวอย่างข้างต้น สรุปได้ว่า ยืมจากต่างประเทศที่เป็นคำศัพท์บัญญัติใหม่ 차용어 (ช้า-ยง-ออ) เป็นการใช้ภาษาเกาหลีแทนเสียงภาษาอังกฤษและการมีการใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษเป็นคำย่อมาใช้ในการสร้างคำใหม่ เป็นคำที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อนและคนทั่วไปก็เข้าใจความหมายของคำเหล่านั้นอยู่แล้ว

2. คำประสม 복합어 **(โพ-ก่า-บอ)**

2.1 คำประสมรากศัพท์กับรากศัพท์합성어 (ฮับ-ซอง-ออ)

คำประสมรากศัพท์กับรากศัพท์นั้นเป็นคำศัพท์บัญญัติใหม่ที่สามารถพบเจอได้เป็นลำดับที่ 2 มีจำนวน 56 คำ หรือร้อยละ 17.67 เป็นคำศัพท์ที่มีการนำรากศัพท์มารวมกับรากศัพท์แล้วทำให้เกิดคำศัพท์ใหม่ขึ้นมา โดยที่สามารถแบ่งเป็นคำศัพท์ใหม่ที่มีความหมายเหมือนเดิมและคำที่มีความหมายเชิงเปรียบเทียบหรืออุปมาอุปไมย ดังตัวอย่าง เช่น

1) คงความหมายเดิม

나심비족 (นา-ชิม-บี-จก) มาจากคำ ‘나’+‘가심비’, 제품의 가격이나 품질에 상관없이 본인만의 기준에 맞추어 소비를 하는 소비자 แปลว่า ผู้บริโภคที่บริโภคตามมาตรฐานของตนเองโดยไม่คำนึงถึงราคาหรือคุณภาพของสินค้า

예문 : 나심비족은 평범한 상품에는 관심이 없지만, 자신을 만족시키는 제품에는 지갑을 여는 것을 망설이지 않는다.ไม่ได้สนใจสินค้าทั่วไป

แต่พวกเขาไม่ลังเลที่จะเปิดกระเป๋าเงินเพื่อหาซื้อสินค้าที่พวกเขาถูกใจ

2) ความหมายเชิงอุปมาอุปไมย

펀슈머 (พ้อน-ซยู- มอ) มาจากคำ재미를 위한 소비를 하는 소비 트렌드แปลว่า กระแสการบริโภคนิยมหรือบริโภคเพื่อความสนุก

예문 : 펀슈머들은 단순히 제품을 구매·소비하는 것뿐만 아니라 자발적으로 자신의 소비 경험을 재생산하는 것이 특징이다.

ผู้มีลักษณะเฉพาะในการเลือกซื้อสินค้าที่ไม่เพียงแต่การซื้อและการบริโภคผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ยังสร้างประสบการณ์การบริโภคของตนเองขึ้นมาใหม่โดยสมัครใจอีกด้วย

2.2 คำรากศัพท์ที่ประสมด้วยการเติมอุปสรรคและวิภัตติปัจจัย파생어 (พ้า-แซง-ออ)

โดยในส่วนของคำประสมที่มีการเติมอุปสรรคและวิภัตติปัจจัยนั้น ก็มีการแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ การเติมคำหน้ารากศัพท์จะเรียกว่าการเติมอุปสรรค접두파생어 (ช็อบ-ทู-พ้า-แซง-ออ) และการเติมคำหลังรากศัพท์จะเรียกว่าการเติมวิภัตติปัจจัย접미파생어 (ช็อบ-มี-พ้า-แซง-ออ) ตัวอย่าง เช่น

1) การเติมอุปสรรค접두파생어 (ช็อบ-ทู-พ้า-แซง-ออ)

꼴무새 (ก้อล-มู-แซ) มาจากคำ 꼴 + 무새

แปลว่า 할걸이라는 말을 앵무새처럼 반복한다는 뜻이다.ความหมายว่า การทำอะไรซ้ำๆ หรือพูดอะไรซ้ำๆ เหมือนนกแก้วนกขุนทอง

예문 : 우리가 꼴무새가 될 수 밖에 없는 이유? เหตุผลที่เรากลายเป็นนกแก้วนกขุนทอง

2) การเติมวิภัตติปัจจัย접미파생어 (ช็อบ-มี-พ้า-แซง-ออ)

뒷광고 (ทวิด- กวัง- โก) มาจากคำ뒤 + 광고

แปลว่า광고비를 받고도 안 받았다고 하는 거짓 광고โฆษณาที่อ้างว่าไม่ได้รับค่าโฆษณา

예문 : 뒷광고 불법일까? การบอกว่าไม่ได้รับค่าโฆษณาทั้งๆ ที่รับค่าโฆษณาผิดกฎหมายหรือไม่

2.3 การประสมระหว่างรากศัพท์กับคำยืมจากต่างประเทศที่เป็นคำศัพท์บัญญัติใหม่혼성어 (ฮน-ซอง-ออ)

คำศัพท์บัญญัติใหม่หรือคำทับศัพท์ที่คนเกาหลีนิยมใช้กันในปัจจุบัน นอกจากเป็นคำย่อที่มีมากที่สุดแล้ว การใช้ภาษาต่างประเทศหรือการแทนเสียงด้วยภาษาต่างประเทศก็เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่เป็นการสร้างคำศัพท์ใหม่ โดยเฉพาะการนำความรู้มาจากภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาสากลที่ทั่วโลกยอมรับและมีผู้ที่สามารถสื่อสารได้เป็นอันดับหนึ่งของโลก ดังนั้นการสร้างคำศัพท์ใหม่โดยการใช้ภาษาต่างประเทศมาประสมจึงเป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่นหรือกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ นอกจากช่วยในเรื่องความสะดวกรวดเร็วแล้วยังสะท้อนให้เห็นถึงการเปิดรับวัฒนธรรมตะวันตกของคนเกาหลีรุ่นใหม่มากขึ้น โดยคำที่นำมาประสมจะมีทั้งจากการเติมคำภาษาต่างประเทศเป็นอุปสรรค คือ เติมหน้ารากศัพท์คำเกาหลี접두파생어 (ช็อบ-ทู-พ้า-แซง-ออ) หรือวิภัตติปัจจัยที่เติมหลังรากศัพท์접미파생어 (ช็อบ-มี-พ้า-แซง-ออ) เช่น

유교걸 (ยู-คโย-กอล) มาจากคำ 유교 + 걸 (girl)

แปลว่าเกาหลีใต้ 서구 문화와 비교했을 때 유교적인 사상을 가진 여자. ผู้หญิงที่มีแนวคิดทางขงจื๊อหรือวัฒนธรรมเดิมเกาหลีมากกว่าเมื่อเทียบกับวัฒนธรรมตะวันตกแบบเปิด

예문 : 난 유교걸이라서 그런 상황 불편해하더라 ฉันเป็นผู้หญิงหัวโบราณในสถานการณ์แบบนั้นไม่ชอบค่ะ

3. คำย่อ축약어 **(ชู้-กยา-กอ)**

3.1 การใช้เฉพาะตัวอักษรฮันกึล

ㅈ ㅂ ㅈ ㅇ ย่อมาจาก “정보좀요” (ชองโบ-จ่ม-โย)

จากคำที่ปรากฏด้านบนเป็นคำที่พิมพ์ข้อความไปเพื่อขอข้อมูลของสินค้าหรือบริการที่สนใจ ซึ่งจะสังเกตได้ว่า ใช้แค่พยัญชนะในภาษาเกาหลี 4 ตัว ก็สามารถที่จะสื่อความหมายได้แล้ว อีกทั้งยังประหยัดเวลาและเพื่อความรวดเร็วในการสื่อสาร ซึ่งเป็นลักษณะการใช้ข้อความที่สื่อความหมายไปถึงวัฒนธรรมหรือลักษณะนิสัยของคนเกาหลีในเรื่องความรวดเร็ว จนกลายเป็นอีกหนึ่งลักษณะนิสัยที่คนต่างชาติต่างยอมรับว่าคนเกาหลีเป็นคนที่มีพฤติกรรมที่ทำอะไรก็รวดเร็ว จนมีคำพูดติดปากว่า 빨리 빨리(ปัลรี ปัลรี) อยู่เสมอ หรือแม้แต่การใช้คำย่อในการสื่อสาร

3.2 การใช้พยางค์หน้าสุดของคำ

인친 (อิน-ชิ้น) ย่อมาจาก ‘인스타그램 친구’ หรือ ‘인터넷 친구’

예문 : 안녕하세요 인친님들~^^

สวัสดีเพื่อนๆ

การใช้คำย่อในลักษณะข้างต้น เป็นการเอาเฉพาะพยางค์หน้าของคำเต็ม มาประสมทำให้เกิดคำใหม่ 인 (อิน) มาจากคำว่า ‘인스타그램หรือ인터넷’ และ 친 (ชิ้น) มาจากคำว่า 친구 (ชิ้นกู) ซึ่งทั้งสองคำเมื่อนำมารวมกันแล้ว ความหมายก็ยังคงเดิม ไม่มีการเปลี่ยนแปลงความหมาย เป็นเพียงการย่อคำให้สั้นลง เป็นวิธีการที่ได้รับความนิยมมากอีกหนึ่งวิธีในการสร้างคำใหม่ในการสื่อสาร โดยลักษณะการสร้างคำแบบนี้ สามารถรวบรวมได้ทั้งหมด 74 คำ จาก 150 คำ ซึ่งสังเกตได้ว่าเป็นการสร้างคำใหม่ที่มีจำนวนเกินครึ่งของการสร้างคำใหม่โดยการย่อคำ

อีกวิธีหนึ่งที่ใช้ในการสร้างคำใหม่โดยการย่อคำ คือการนำพยางค์ใดพยางค์หนึ่งของคำนั้นๆ มาประสมกัน เช่น

군스펙 (คุน-ซึ-เพ็ก) ย่อมาจาก군대에 다녀오는 것이 곧 취업 스펙이됨

예문 : 아들의 군스펙은 무결점 완벽할 것이고.คุณสมบัติทางการทหารของลูกชายฉันคงไม่มีที่ติ

คำทับศัพท์ใหม่ด้านบนนั้น หมายความว่า ข้อกำหนดหรือเงื่อนไขในการสมัครงานสำหรับผู้ที่เพิ่งกลับมาจากการถูกเกณฑ์ทหาร สามารถสังเกตข้อความด้านบนได้ว่า ค่อนข้างเป็นข้อความที่มีความยาว จึงส่งผลให้เวลาพิมพ์สื่อสารหรือเวลาพูดอาจจะใช้เวลามาก ดังนั้น เพื่อเป็นการประหยัดเวลาและเพิ่มความรวดเร็วในการสื่อสารจึงนิยมใช้ตัวย่อ

3.3 การใช้พยางค์แรกของคำแรกและพยางค์สุดท้าย

근자감 (คึน-จา-กัม) ย่อมาจาก근거 없는 자신감

예문 : OOO는 “무슨 근자감인지 모르겠는데 왠지 이 작품은 칸에 갈 수 있을 것 같았다. OOO กล่าวว่า “ฉันไม่รู้ว่าตัวเองรู้สึกอย่างไร แต่ด้วยเหตุผลบางอย่าง ฉันรู้สึกว่างานนี้น่าจะได้ไปเมืองคานส์

근자감 (คึน-จา-กัม) มีความหมายว่า ความมั่นใจที่ไม่มีมูลความจริง ซึ่งเป็นลักษณะการสร้างคำใหม่โดยการนำพยางค์หน้าสุดของคำแรกและพยางค์สุดท้ายของคำหลังมารวมกันแล้วสร้างเป็นคำศัพท์ใหม่ขึ้นมา โดยการสร้างคำลักษณะนี้ถึงแม้จะปรากฏไม่มาก แต่ก็เป็นสร้างคำใหม่อีกประเภทหนึ่ง

3.4 การใช้เสียงภาษาอังกฤษเป็นส่วนประกอบ

사바사 (ซา-บา-ซา) ย่อมาจาก사람 (ซารัม) by 사람 (ซารัม)

예문 : 연애, 우정 인간 관계 좋은 이야기들은 많은데 제일 중요한 전제는 사바사이다.มีเรื่องราวดีๆ มากมายเกี่ยวกับความรัก มิตรภาพ และความสัมพันธ์ของมนุษย์ แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือความแตกต่างของแต่ละบุคคล

ในภาษาอังกฤษ หมายถึง ความแตกต่างกันไปของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นวิธีการสร้างคำโดยการใช้คำภาษาเกาหลีและภาษาอังกฤษในการสร้างคำทับศัพท์ใหม่ โดยที่มีการย่อคำหรือกร่อนคำให้สั้นลง ซึ่งวัยรุ่นเกาหลีหรือผู้ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้จะนิยมใช้คำย่อในลักษณะนี้เป็นส่วนใหญ่

3.5 การใช้ตัวเลขในการสร้างคำใหม่

머선129 (มอ-ซอน-อิ-รึล-กู) ย่อมาจาก 무슨 일이야 사투리 식으로 '무슨 일이고'

예문 : 아니 근데 지금 이게 머선 129

ว่าแต่ตอนนี้มีเรื่องอะไรหรือเป็นการสร้างคำใหม่โดยการใช้คำ 사투리 (ซา-ทู-รี) ภาษาถิ่นร่วมกับตัวเลขคือ 129 ซึ่งเป็นการเลียนเสียงที่คล้ายคลึงกับคำถามที่ว่า 무슨 일이야 (มู-ซึน-อี-ลี-ยา) แต่มีการปรับเปลี่ยนเสียงไปเล็กน้อยให้เหมือนสำเนียงของภาษาถิ่น เป็นคำที่คนเกาหลีนิยมใช้กันมาก ถ้าใช้ในการพูด ชาวต่างชาติสามารถที่จะเดาความหมายจากสำเนียงได้ แต่เมื่อใช้ในการพิมพ์ข้อความหากัน เป็นปัญหาในการสื่อสารสำหรับชาวต่างชาติ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการเผยแพร่เป็นความรู้ให้กับชาวต่างชาติได้รับรู้

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ตามความหมาย

หนังสือเรียนภาษาต่างประเทศส่วนใหญ่ในแต่ละบทจะมีการกำหนดหัวข้อที่จะเรียนเพื่อสร้างแนวทางหรือวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้ในแต่ละบทมีการกำหนดคำศัพท์และไวยากรณ์ในแต่ละบท เนื่องจากการเรียนรู้คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาจะช่วยเพิ่มความเข้าใจและการจดจำคำศัพท์แก่ผู้เรียนให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นคำศัพท์บัญญัติใหม่หรือคำทับศัพท์ใหม่จึงมีความจำเป็นในการแบ่งประเภทตามความหมายเพื่อช่วยให้ผู้เรียนได้จดจำและสามารถนำไปใช้งานได้จริง ตามสถานการณ์หรือหัวข้อต่างๆ เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้คำศัพท์บัญญัติขึ้นใหม่

คำศัพท์บัญญัติขึ้นใหม่เป็นคำศัพท์ที่มีลักษณะเฉพาะที่สะท้อนให้เห็นถึงสภาพสังคมและวัฒนธรรมเกาหลีสมัยใหม่ ซึ่งคำส่วนใหญ่นั้นไม่ได้ปรากฏในพจนานุกรม ดังนั้นเมื่อมีการใช้คำศัพท์บัญญัติใหม่ในสังคมกันแพร่หลายและเพิ่มมากขึ้น การสอนคำที่บัญญัติขึ้นใหม่ให้แก่นักศึกษาชาวไทยหรือชาวต่างชาติจึงมีความสำคัญเช่นกัน การจะเข้าใจคำศัพท์และนำไปใช้ในการสื่อสารในชีวิตประจำวันนั้น จำเป็นต้องรู้หรือมีความเข้าใจภูมิหลังทางด้านสังคมและวัฒนธรรมของเกาหลีก่อน ซึ่งก็เป็นปัจจัยพื้นฐานในการสร้างคำศัพท์บัญญัติขึ้นใหม่ โดยเฉพาะในช่วงปี 2019 ซึ่งเป็นช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรค COVID - 19 คำศัพท์บัญญัติใหม่ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้นก็มีเป็นจำนวนมาก ไม่เพียงแค่ในภาษาเกาหลี แม้แต่ในภาษาไทยก็เกิดการสร้างคำใหม่ขึ้นในช่วงนั้นด้วยเช่นกัน เช่น การงดการพบปะสังสรรค์ งดการสัมผัส ต้องมีการเว้นระยะห่างทางด้านสังคม ส่งผลให้มีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในรูปแบบไร้สายหรือที่เป็นที่รู้จักกันในนามการสื่อสารแบบออนไลน์มีเพิ่มมากขึ้น เช่น การเรียนแบบออนไลน์ การทำงานที่บ้าน Work From Home หรือแม้แต่การพักรักษาตัวอยู่ที่บ้านสำหรับผู้ที่ได้รับเชื้อ COVID - 19 ดังนั้นการแบ่งประเภทของ

คำศัพท์บัญญัติใหม่ก็มีส่วนช่วยในการเรียนรู้คำศัพท์ได้เป็นอย่างดี นอกเหนือจากการเรียนรู้การสร้างคำศัพท์แล้ว สถาบันภาษาเกาหลีแห่งชาติ (국립국어원, 2019) ได้สร้างทฤษฎีหรือรูปแบบในการแบ่งประเภทของคำศัพท์บัญญัติใหม่ตามหมวดหมู่ความหมายโดยยึดหลักทางสังคมและวัฒนธรรม เศรษฐกิจและการศึกษา ได้แก่ คำศัพท์บัญญัติใหม่เกี่ยวกับ ชีวิต มนุษย์ สังคม เศรษฐกิจ ธรรมชาติ และ ออนไลน์ จึงได้มีการจำแนกคำศัพท์บัญญัติใหม่ตามความหมาย ดังนี้

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์คำทับศัพท์และศัพท์บัญญัติใหม่ตามความหมายในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรค COVID - 19

ลำดับที่	ความหมาย	จำนวน	ร้อยละ	ตัวอย่าง
1	การเมือง	4	1.13	공적 마스크, 긴급 재난 생활비, 공적판매처, 재난구조수당...
2	สุขภาพและการแพทย์	6	1.70	피뽑탈, 헬린이, 떡락, 언텍트...
3	COVID -19	20	5.67	확찐자, 금스크, 작아격리,생활치료센터...
4	เศรษฐกิจ	26	7.37	갑통알, 돈미새, 라할살, 빚투, 월루...
5	การศึกษา	18	5.10	교육재난지원금, 개강병, 샐러던트...
6	การบริโภค	44	12.46	꿀잠, 돼지력, 나심비족, 저메추...
7	การแต่งกาย	2	0.57	낄끼빠빠, 어퍼웨어.
8	รูปร่างลักษณะนิสัย หน้าตา	20	5.67	머쓱타드, 머머리, 껄무새, 700, 마스크메이크업...
9	วัฒนธรรม	11	3.12	뽀시래기, 문찐, 톤궁예, 유교걸...
10	การใช้สื่อโซเชียล	34	9.63	런스타, 춘식이, 공스타, 꾸안꾸...
11	เกมส์	6	1.70	자강두천, 자만추, 졌잘싸, 자만추...
12	วิถีชีวิติ ความเป็นอยู่	56	15.86	인싸력, 홈코노미, 주불, 피미여행...
13	อื่นๆ	106	30.03	나나, 창귀, 쌉파서블, 철컹철컹, 꼬북좌...
รวม		**353**	**100**	

จากการจัดหมวดหมู่คำทับศัพท์และคำศัพท์บัญญัติใหม่ของภาษาเกาหลีในปี 2019 พบว่า คำศัพท์เกี่ยวกับวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ปรากฏมากเป็นอันดับที่ 1 จำนวน 56 คำ เป็นร้อยละ 15.86 จะเห็นได้ว่าคำศัพท์เหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าคนเกาหลีได้สร้างคำใหม่ขึ้นมาจากคำที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตเป็นส่วนใหญ่ ทำให้สามารถใช้คำเหล่านี้ได้บ่อยและรวมทั้งเป็นคำที่คนทุกเพศทุกวัยรู้ความหมายและนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย เช่น คำเกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่

เช่น 인싸력 (อิน-ซา-รย็อก) มาจาก 사람들 사이에서 잘 적응할 수 있는 능력แปลว่า ความสามารถในการปรับตัวเข้ากับผู้อื่นได้ดี

예문 : 인싸력도 없고 그거 좀 편들어서 정권에 이렇다할 누가 되지도 않아.เขาไม่มีความสามารในการปรับตัวและมีอคติเล็กน้อย ดังนั้นเขาจึงไม่มีอิทธิพลในรัฐบาลมากนัก

ส่วนลำดับที่ 2 คือ คำที่เกี่ยวกับการบริโภค การบริโภคถือว่าเป็นปัจจัยที่ห้าในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ มนุษย์ทุกคนต้องกินต้องดื่มต้องใช้ ดังนั้นคำทับศัพท์และคำศัพท์บัญญัติใหม่จึงปรากฏให้ได้

พบเจอมากเป็นอับดับที่ 2 จำนวน 44 คำ คิดเป็นร้อยละ 12.46

เช่น 돼지력 (ทเว-จี-รย็อก) มาจาก돼지력 음식을 잘 먹을 수 있는 능력 แปลว่า ผู้ที่มีความสามารถในการกิน

예문 : 너의 돼지력으로 말할 것 같으면 장난아니지. ไม่ใช่เรื่องตลกถ้าพูดถึงเรื่องความสามารถในการกินของเธอ

ลำดับต่อไป คือ คำที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อโซเชียล จำนวน 34 คำ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 9.63การใช้สื่อโซเชียลในปัจจุบันถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิต และผู้คนส่วนใหญ่ต่างใช้สื่อโซเชียลในการติดต่อสื่อสาร ส่งผลให้เกิดการสร้างคำใหม่และคำทับศัพท์เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น สะท้อนถึงสังคมปัจจุบันว่าโทรศัพท์มือถือกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิตไม่ว่าจะทำงาน เรียน หรือเวลาไหนก็ตาม มนุษย์ในทุกวันนี้ต้องพึ่งพาสื่อโซเชียลจึงทำให้คำศัพท์ที่เกี่ยวกับคำเหล่านี้สามารถพบเห็นได้เป็นจำนวนมากเช่นเดียวกัน

เช่น 런스타 (รอน-ซือ- ท้า) แปลว่า การโพส รูปวิ่งในแอพอินสตาแกรม

ลำดับต่อไป คือ คำศัพท์ในหมวด เศรษฐกิจ ในช่วงปี 2019 เป็นช่วงที่มีการระบาดของโรค COVID -19 ตามหัวข้อข่าวหรือข้อมูลทางสื่อโซเชียลจะมีการกล่าวถึงลักษณะทางด้านเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรค COVID - 19 จึงส่งผลให้มีคำทับศัพท์และคำศัพท์บัญญัติใหม่ปรากฏเป็นลำดับที่ 4 จำนวน 26 คำ คิดเป็นร้อยละ 7.37

เช่น 갑통알 (คับ-ท้ง-อัล) มาจาก갑자기 통장을 보니아르바이트해야겠다.แปลว่า เมื่อเห็นสมุดบัญชีธนาคารแล้วต้อหางานพาร์ทไทม์ทำ

예문 : 월급날 전에 생각나는 말이 갑통알이다.คำพูดที่คิดได้ก่อนวันจ่ายเงินเดือนออกคือหางานพาร์ทไทม์ทำ

และลำดับต่อไปคือ คำศัพท์ในหมวด COVID - 19 ในปี 2019- ถึงปัจจุบัน การแพร่ระบาดของโรค โรค COVID - 19 ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนทุกคน ทุกชนชั้นทุกประเทศ และเนื่องจาก COVID - 19 เป็นโรคอุบัติใหม่เพราะฉะนั้นคำศัพท์ใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโรคนี้จึงสามารถพบเจอได้เป็นจำนวนมาก คำศัพท์จากเชื้อโรค การแพร่ระบาด การรักษาตัว หรือแม้แต่กระทั่งวิธีการป้องกัน รวมไปถึงสภาวะการขาดแคลนอุปกรณ์ในการป้องกันโรค

เช่น 금스크 (คึม-ซึ-คึ) แปลว่า การหาหน้ากากอนามัยนั้นยากหรือราคาแพงพอๆ กับราคาทองคำ

예문 : 금보다 귀한 ‘금스크’, 재사용해도 될까?

หน้ากากอนามัยที่มีค่ามากกว่าทองคำใช้ซ้ำได้ไหม

คำที่เกี่ยวกับการระบาดของโรค COVID -19 และ รูปร่างลักษณะนิสัย หน้าตา สามารถพบ

เจอได้ทั้งหมด 20 คำ คิดเป็นร้อย 5.67 ทั้งสองประเภท ดังนั้นถ้าสังเกตจากหมวด COVID - 19 ก็ถือได้ว่ามีคำศัพท์ใหม่ๆ เกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่ทั้งการที่ต้องอยู่ในสังคมที่ไม่สามารถพบเจอกันได้โดยตรง ต้องดำเนินกิจกรรมต่างๆ ผ่านสื่อออนไลน์ หรือแม้แต่คำศัพท์เกี่ยวกับการดูแลตัวเอง การปฏิบัติตัวในช่วงนี้ก็ส่งผลให้เกิดคำศัพท์บัญญัติใหม่ขึ้นเป็นจำนวนมากเช่นเดียวกัน และในส่วนของคำที่เกี่ยวกับลักษณะรูปร่างหน้าตา เกาหลีถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมในเรื่องของการใส่ใจรูปร่างหน้าตามากเป็นอันดับต้นของโลก โดยสังเกตได้จากพฤติกรรมการทำศัลยกรรมหรือวิวัฒนาการและความทันสมัยของการศัลยกรรมของเกาหลีที่เป็นที่ยอมรับของทั่วโลก หรือแม้แต่คนไทยที่นิยมเดินทางเพื่อไปทำศัลยกรรมที่เกาหลี ดังนั้นคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับรูปลักษณ์ภายนอกนั้นจึงสามารถพอเห็นได้ทั่วไปในสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะสถานการณ์ไหนการดำเนินชีวิตของผู้คนก็ไม่สามารถละเลยหรือว่ามองข้ามลักษณะภายนอกรูปร่าง หน้าตาไปได้เลย ถึงแม้ว่าในช่วงปี 2019 เป็นช่วงที่ผู้คนไม่สามารถพบเจอหน้ากันโดยตรงได้เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรค COVID - 19 ก็ไม่ได้ส่งผลกระทบให้ผู้คนใส่ใจในรูปร่างหน้าตาของตัวเองน้อยลง ยังคงมีคำศัพท์ใหม่ๆ เกี่ยวกับรูปร่างหน้าตาเพิ่มขึ้น

เช่น 마스크메이크업 (มา-ซึ-คึ-เม-อี-คึ-อัพ) คือ การแต่งหน้าไม่ให้เปื้อนติดหน้ากากอนามัย

예문 : 마스크메이크업 민감성쿠션 레미유 오네릭 스킨 쿠션รองพื้นที่ช่วยให้ผิวที่แพ้ง่ายแต่งหน้าแล้วไม่เปื้อนหน้ากากอนามัย

การศึกษาเป็นสิ่งที่คนเกาหลีเอาใจใส่และมีการแข่งขันกันอย่างสูงทั้งในเรื่องของการเรียนเพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย หรือการศึกษาเนื้อหาที่ตัวเองสนใจเพื่อนำความรู้มาเพิ่มพูนทักษะในการทำงาน ก็ส่งผลให้คำศัพท์บัญญัติใหม่เกี่ยวกับการศึกษาก็สามารถพบเจอได้เป็นจำนวนมาก และอีกปัจจัยคือ ผู้ที่นิยมใช้คำเหล่านี้อยู่ในช่วงวัยหนุ่มสาวและเป็นช่วงอายุที่มีการนิยมใช้คำทับศัพท์หรือคำศัพท์บัญญัติใหม่อย่างแพร่หลาย จึงทำให้เกิดคำศัพท์เหล่านี้เป็นจำนวนมากเช่นเดียวกัน คำเกี่ยวกับการศึกษา จำนวน 18 คำ คิดเป็นร้อยละ 5.10 ซึ่งส่วนนี้สะท้อนให้เห็นว่าแม้จะมีการระบาดของโรค COVID - 19 แต่การศึกษายังคงต้องดำเนินการต่อ ซึ่งปรากฏในรูปแบบการเรียนแบบออนไลน์เป็นการศึกษาที่นักศึกษาและครู อาจารย์ไม่สามารถพบเจอกันได้ จึงทำให้เกิดปัญหาและอุปสรรคต่อการศึกษาขึ้นอย่างมาก จึงมีส่วนให้เกิดการสร้างคำใหม่เพื่อนำมาใช้ในช่วงการศึกษาแบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น

และคำในหมวดอื่นๆ เช่น การเมือง สุขภาพและการแพทย์ การแต่งกาย รวมไปถึงคำศัพท์บัญญัติใหม่ที่ปรากฏในรายการทีวี เกมส์ออนไลน์ และอื่นๆ อีกที่ส่งผลให้เกิดการใช้คำศัพท์เหล่านี้ในสื่อโซเชียลอย่างแพร่หลาย และมีคำศัพท์อีกเป็นจำนวนมาก ที่ไม่สามารถจัดหมวดหมู่ได้ เนื่องจากว่าเป็นคำที่ใช้สัญลักษณ์ เช่น ด้านศิลปะ สภาพจิตใจ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามคำศัพท์บัญญัติใหม่หรือคำทับศัพท์ที่ใช้ในสื่อออนไลน์เกาหลีได้มีการพัฒนามาจากการย่อ การประสมคำและที่สำคัญคือการใช้คำยืมมาจากภาษาต่างประเทศ เพราะว่าสื่อโซเชียลเป็นกระบวนการในการติดต่อแบบไร้พรหมแดนไร้จึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ที่ใช้ได้เกิดความรวดเร็วในการสื่อสารในยุคสมัยใหม่ เพราะฉะนั้นการเรียนรู้คำศัพท์ใหม่ๆ เหล่านี้ นอกจากส่งผลให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผลแล้วทำให้เกิดความกระชับในการสื่อสารด้วย

ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงความหมายของคำทับศัพท์และคำศัพท์บัญญัติใหม่ที่ปรากฏในสื่อออนไลน์ถือได้ว่ามีความหลากหลายเป็นอย่างมาก เพราะ

ข่าวในทุกช่องสำนักก็ได้นำข่าวหลายๆ ด้านมานำเสนอ หรือในรายการวาไรตี้ก็มีการใช้คำทับศัพท์ใหม่ๆ ที่ใช้ในชีวิตประจำวันมาใช้กันอย่างแพร่หลาย ดังนั้นสื่อออนไลน์จึงเป็นตัวกลางในการเผยแพร่คำเหล่านี้ได้อีกหนึ่งวิธี

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษารวบรวมและวิเคราะห์คำทับศัพท์และคำศัพท์บัญญัติใหม่ที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ของเกาหลีในปี 2019 นั้น สามารถพบเจอได้ทั้งหมด 353 คำ มีการใช้รูปแบบคำย่อมากเป็นอันดับ 1 โดยวิธีการย่อคำคือ การนำคำต้นของแต่ละคำมาประสมกัน หรือการนำคำต้นและคำหลังมาใช้ในการสร้างคำใหม่ และมีการสร้างคำใหม่ขึ้นจากการประสมคำที่มีการเติมวิภัติและปัจจัย การใช้คำยืมจากภาษาต่างประเทศซึ่งโดยส่วนมากเป็นคำมาจากภาษาอังกฤษ และเมื่อวิเคราะห์ในส่วนของความหมายพบว่าในช่วงปี 2019 เป็นปีที่มีการระบาดของโรค COVID - 19 เป็นยุคที่ผู้คนไม่สามารถเจอหน้ากันได้โดยตรง ดังนั้น คำศัพท์ที่ปรากฏโดยส่วนมากจึงมีที่มาจากการสื่อสารด้วยระบบออนไลน์ และมีการใช้คำที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต การบริโภค สื่อโซเชียล เลยทำให้มีคำศัพท์ใหม่ๆ บัญญัติขึ้นเป็นจำนวนมาก คำศัพท์เกี่ยวกับการศึกษา เศรษฐกิจ วัฒนธรรม รูปร่างหน้าตา การแต่งกาย เพื่อความสะดวกรวดเร็วหรือการประหยัดเวลาในการพิมพ์ตัวอักษร อีกทั้งการใช้คำย่อก็เป็นสิ่งที่ได้รับอิทธิพลมาจากการใช้อิโมติคอน อิโมติชันหรือการใช้สติ๊กเกอร์ในการสื่อสารกันในระบบสื่อออนไลน์ต่างๆ

เพราะฉะนั้นในปี 2019 ถือได้ว่าเป็นปีที่มีความนิยมสื่อสารกันด้วยระบบออนไลน์เพิ่มขึ้นมาก ดังนั้นการที่มีการสร้างคำศัพท์บัญญัติใหม่ๆ เกิดขึ้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องรู้ที่มา รู้ความหมาย หรือ รู้สถานการณ์ในการใช้คำเหล่านั้น เพื่อทำให้การสื่อสารสามารถบรรลุผลสำเร็จได้ ดังนั้นนอกจากการเรียนรู้การใช้คำทับศัพท์ใหม่หรือคำศัพท์บัญญัติใหม่ที่มีความจำเป็นต่อบุคคลทั่วไปและ คนต่างชาติที่เรียนภาษาเกาหลีก็มีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจและเรียนรู้วิวัฒนาการของภาษาเกาหลีด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

คำทับศัพท์หรือคำศัพท์บัญญัติใหม่เป็นคำศัพท์ที่ไม่ปรากฏในพจนานุกรม ดังนั้นถ้าได้มีการเพิ่มคำศัพท์เหล่านี้ไว้ในพจนานุกรมหรือในระบบออนไลน์ก็จะเป็นแนวทางในการเผยแพร่ความรู้หรือเป็นการกระจายความรู้ให้ผู้ที่สนใจได้ศึกษาเพิ่มเติมได้

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องการศึกษาคำทับศัพท์และคำศัพท์บัญญัติใหม่ภาษาเกาหลีในสื่อสังคมออนไลน์ เป็นการวิจัยที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากกองทุนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประจำปี 2565

เอกสารอ้างอิง

แก้วสุกใส ร., & จุสปาโล ช. (2556). เครือข่ายสังคมออนไลน์ : กรณี เฟสบุ๊ค (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน. *Princess of Naradhiwas University Journal*, 5(4).

จารุณี มณีกุล.(2554). *การใช้เฟสบุ๊คในการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษา*. รายงานการวิจัย : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชนากิตต์ ราชพิบูลย์. (2553). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ชไมพร กาญจนกิจสกุล. (2555). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์*. ตาก : โพรเจ็คท์ ไฟฟ์-โฟว์.

ดวงกมล ชาติประเสริฐ และ ศศิธร ยุวโกศล. (2556). พฤติกรรมและการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เครือข่ายสังคมเฟซบุ๊ค. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 21, 35-57.

ทินวัฒน์ สร้อยกุดเรือ. (2549). *ลักษณะการใช้ภาษาในห้องสนทนาแบบส่วนตัว*. ปริญญานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. คณะมนุษยศาตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นันทนา วงษ์ไทย. (2564). การสร้างคำและความหมายของคำภาษาอังกฤษเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019. *วารสารมนุษยศาสตร์ปริทรรศน์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาศรีนครินทรวิโรฒ*. 1(43), 67-89.

ปิยวัฒน์ เกตุวงศา และ ศุทธิดา ชวนวัน. (2558, 1 กรกฎาคม). *ใครเป็นใครบนเครือข่ายสังคออนไลน์ : ความหลากหลายทางคุณลักษณะและพฤติกรรม*. รายงานการประชุมประชากรและสังคม ครั้งที่ 11: ณ โรงแรมเอเชีย กรุงเทพฯ.

พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์. (2554). สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต. *วารสารนักบริหาร*. 31(4), 99-103.

ภานุวัฒน์ กองราช. (2554). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook*. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารเทคโนโลยี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มงคล เดชนครินทร์. (2558). *ศัพท์บัญญัติ-บัญญัติศัพท์*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เมตตา วิวัฒนานุกูล. (2557). เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในสังคมไทย. *วารสารศิลปะศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่*. 6(7), 63-70.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพมหานคร: นามมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.

วิไลวรรณ ขนิษฐานันท์. (2526). *ภาษาศาสตร์เชิงประวัติศาสตร์ : วิวัฒนาการภาษาไทย และภาษาอังกฤษ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิโรจน์ ชัยมูล และสุพรรษา ยวงทอง. (2558). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ คอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีสารสนเทศ* (พิมพ์ครั้งที่ 2).กรุงเทพมหานคร: บริษัทโปรวิชั่น.

วิระ แก้วสุกใสและชัยรัตน์ จุสาโล.(2556). เครือข่ายสังคมออนไลน์ : กรณีเฟสบุ๊ค (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน.*วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*, 5(197),195-205.

สุภัคธัช สุธนภิญโญ. (2565). *ภาษาต่างประเทศในภาษาไทย*. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ศิริพร กนกชัยสกุล. (2553). เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking Website). *Executive Journal*, 30, 1: 29-32.

ศิริพร ปัญญาเมธีกุล. (2548). ภาษาในห้องสนทนาทางอินเตอร์เน็ต. *วารสารมนุษยศาสตร์ปริทรรศน์. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาศรีนครินทรวิโรฒ*. 27: 63-71.

เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2551). นวัตกรรมโทรคมนาคมและการสื่อสารเปลี่ยนวิถีโลก. *วารสาร กทช,* 8, 13 - 18.

Flexner, S. B. (1975). Preface and Introduction to the Appendix. In *Dictionary of AmericanSlang*. New York: Thomas Y. Crowell.

Fromkin, V., Rodman, R., & Hyams, N. (2017). *An introduction to language* (11th ed.). Boston, MA: Cengage.

https://www.facebook.com/ytn.co.kr.

https://www.facebook.com/MBCnews/.

https://www.facebook.com/KBSWORLD.

https://www.facebook.com/KBSdrama.

https://www.facebook.com/arirangkpop.

https://www.facebook.com/dripstorage. https://maily.so/trendaword/posts/e6b1b3.

https://xn--cw4by6x.com/2021trendawordtest.

https://maily.so/trendaword.

https://chalakornberg.com/we-are-social-digital(2020)

Katamba, F. (1993). *Morphology*. Basingstoke: Macmillan.

O'Grady, W. (1997). Morphology: The study of word structure. In *Contemporary Linguistics: An Introduction*. 3rd ed. New York: St. Martin's Press.

Partridge, E. (1954). *The world of words; an introduction to language in general and to English and American in particular*. London: H. Hamilton.

Yule, G. (1996). *The study of language*. Cambridge: Cambridge University Press.

강범모. (2006).『언어: 풀어 쓴 언어학 개론』2, 한국문화사.

강희숙. (2021). 코로나-19 신어와 코로나 뉴노멀. 『인문학연구』61, 조선대학교 인문학연구원, pp. 115-138.

고영근·구본관. (2015). 『우리말 문법론』, 집문당.

국립국어원. (2019). 『2019 신어 자료 조사』.

김병건. (2017). 「신조어의 조어법 연구」,『한말연구』제44호,한말연구학회, pp. 57- 81.

김일환. (2014).「신어의 생성과 정착 -신문의 신어 명사를중심으로」, 한국사전학』24, 한국사전학회

류해도. (2016). 「한·중 신어 대조 연구 -2015년 신어를 중심으로-」,국민대학교 대학원 석사학위논문.

문금현. (1999). 「현대국어 신어의 유형분류 및 생성원리」,『국어학』33, 국어학회,pp. 295-325.

소강춘·이래호·주경미. (2012).「개방형 한국어 지식 대사전의 신어 구축」,『한국사전학회 학술대회 발표논문집』, 한국사전학회,pp.101-118..

이래호 (2009), 「2008년 신어의 단어 형성법 연구」, 한국중원언어학회 2009봄 학술발표회 자료집.
이사위. (2013).「신조어를 활용한 한국어 교육 방안 연구」, 한국외국어대학교대학원 석사학위논문.
이선웅. (2012). 『한국어 문법론의 개념어 연구』, 월인.
이수진·강현아·남길임. (2020). 「코로나-19 신어의 수집과 사용 양상 연구-주제 특정적 신어의 수집과 사용에 대한 고찰-」,『한국사전학』36, 한국사전학회, pp. 136-171.
임지룡.(1996).「혼성어의 인지적 의미 분석」, 『언어과학연구』13, pp. 191-214.
장이.(2020), 「중국인 한국어 학습자를 위한 신어 교육 연구 -줄임말을중심으로-」, 제주대학교 대학원 석사학위논문.
장혜연 (2007), 「신어의 조어방식과 특성」. 한양대학교 대학원 석사학위논문.
전명미 (2005), 「현대국어 신어 형성 양상에 대하여」, 영남대학교 대학원 석사학위논문.
정한데로 (2011).「임시어의 형성과 등재 -통사론적 구성의 단어화를 중심으로」, 한국어학회』52, pp. 211-241.
경향신문 (2019.03.16), “우리 집을 누린다...집돌이, 집순이의 진화 홈족”
광주일보 (2019.01.14),”2019트렌드코리아”
광주일보 (2019.01.14),”서울대 소비트렌드분석센터 예측 2019트렌드 키워드”
뉴데일리 (2019.03.08),”대깨문,문슬림...문재인 풍자 SNS 새문화로 두둥 “
동아일보 (2019.04.09), “찰칵,찰칵! 인증샷만 좋으면 그만?...인스타그래머블의역습”
디지털조선일보 (2019.04.09), “나나랜드”
데일리팜 (2019.04.02), “관찰형 예능은 일상+ 감정대리 트렌드 결정체”
매일경제 (2019.05.02),”문대통령 국정농단 규명, 청산 뒤 협치...”
매일경제(2019.01.31), “新소비트랜드‘카멜레존’TJ미디어 클럽노래방 열풍”
서울경제 (2019.04.26), “문정부 소주성 실패작...저소득층에 되레 칼날”
스마트경제 (2019.04.03), “‘집순이’ ‘집돌이’1인 가구가 이끄는 홈코노미 각광”
식품음료신문 (2019.04.02), “중국 發‘삼한사미’식품 시장도 강타”
아시아경제(2019.04,02), “문정인 “북한이 먼저 영변 핵 폐기 보여줘야” 굿딜’제안‘“
아시아경제 (2019.04.19), “韓서 일 년에 4번 가격 올린다...‘사치민국’서 몰래웃는 명품”
아주경제 (2019.01.25), “배보다 배꼽이 더 큰 디드로 효과”
아주경제 (2019.03.22), “깐깐한 소비자 ‘체크슈머’”
이투데이 (2019.02.11), “가상화폐, 한국 흑수저들에겐 여전히 유일한 희망“NYT
이투데이 (2019.01.14),”2018 우리를 관통한 키워드: 워라밸”
중앙일보 (2019.05.07), “김영란법으로 인해 국내 카네이션이 안 팔린다.”
티티엘뉴스 (2019.08.13),"가장 핫하게 사용되고 있는 2019년 인기 신조어 7 가지"
프레시안 (2019.04.12),”문재인 정부, ‘강남 좌파’이미지를 벗어라.”
한경리크루트 (2019.06.27), “신조어로 보는 ‘2019년 취업시장”

네이버 지식백과 www.naver.com, 트렌드 지식사전 참고 (검색일:2019.01～10월)
네이버 블로그 참조http:// blog.naver.com, (검색일 :2019.01～10월)