

การศึกษาคำทับศัพท์และคำศัพท์บัญญัติใหม่ภาษาเกาหลีในสื่อสังคมออนไลน์

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

ภาวนา เพ็ชรพราย¹

Pawana Petprai¹

Received: 8 October 2023

Revised: 6 December 2023

Accepted: 20 December 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารวบรวมและจำแนกคำทับศัพท์และศัพท์บัญญัติใหม่ของเกาหลีที่ปรากฏในสื่อออนไลน์ในปี 2019 วิเคราะห์กระบวนการสร้างคำทับศัพท์และศัพท์บัญญัติใหม่ในภาษาเกาหลีและแบ่งประเภทตามความหมายพร้อมทั้งอธิบายความหมายโดยได้ศึกษาจากเว็บไซต์ Facebook ช่องข่าว YTN, MBCNEWS, KBSWORLD, KBSDRAMA, Arirangpop, Dripstorage และจากเว็บไซต์Trenda word ที่ปรากฏในช่วงวันที่ 1 มกราคม 2019 - 31 ธันวาคม 2019 ผลการวิจัยพบว่าสามารถรวบรวมคำศัพท์ได้ ทั้งหมด 353 คำ โดยมีคำทับศัพท์และคำศัพท์บัญญัติใหม่ประเภทคำย่อที่ปรากฏเป็นจำนวนมากที่สุด คือ 150 คำ รองลงมาคือ คำประสม จำนวน 145 คำ และคำเดี่ยวจำนวน 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, Arirangpop, 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 numbered 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 อินเทอร์เน็ตกลายเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารกันของคนทุกเพศ ทุกวัยและจากทั่วทุกมุมโลก โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ เช่น กลุ่มคนวัยทำงาน นักเรียน นักศึกษา เป็นกลุ่มคนที่สามารถรับรู้เทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ตได้ง่ายและรวดเร็ว ทั้งยังสามารถแบ่งปันประสบการณ์ได้อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น และด้วยวิถีชีวิตของผู้คนที่เปลี่ยนแปลงไป อินเทอร์เน็ตจึงเข้ามามีบทบาท และอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้คน ทำให้มีการกำเนิดเนื้อหาสาระใหม่ๆ รวมถึงคำศัพท์ใหม่ๆ ขึ้นมา เช่น มีการนำคำศัพท์สองคำขึ้นไปมาประสมกันเพื่อให้ได้ความหมายใหม่ หรือการยืมคำจากต่างประเทศมาใช้ จนกล่าวได้ว่าเป็นวิวัฒนาการทางด้านภาษา โดยเฉพาะวิวัฒนาการของภาษาเกาหลีที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อย่างเช่น ภาษาที่เยาวชนใช้ในการสนทนาสื่อสาร ไม่ว่าจะในช่องทางสื่อสารออนไลน์หรือการโพสต์ข้อความลงในแอปพลิเคชันต่างๆ ซึ่งส่งผลให้กลุ่มคนที่อยู่ในช่วงยุคก่อนหน้านั้น เช่น กลุ่มคนในวัยทำงานหรือวัยพ่อแม่ หรือแม้กระทั่งชาวต่างชาติที่เรียนภาษาเกาหลีไม่สามารถเข้าใจคำทับศัพท์

หรือคำศัพท์บัญญัติใหม่ๆ ทำให้เกิดอุปสรรคในการติดต่อสื่อสาร เช่น เกิดความไม่เข้าใจความหมายของคำและเกิดการสงสัยว่าคำศัพท์เหล่านั้นแปลว่าอะไร มีความหมายว่าอย่างไรโดยคำศัพท์เหล่านั้นเป็นคำศัพท์ที่ไม่ปรากฏในพจนานุกรม อีกทั้งใช้กันเฉพาะกลุ่มหรือเฉพาะวัย ในบางบริบทการใช้คำทับศัพท์หรือศัพท์บัญญัติใหม่จะช่วยหลีกเลี่ยงการใช้คำศัพท์เดิมหรือคำศัพท์ทางการโดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้คำเหล่านี้ก็เพื่อช่วยให้การสื่อสารมีความรวดเร็ว 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>, และ <https://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
1.1 คำเป็น คำตายและรากศัพท์ 생성어 (แซง-ซอง-ออ) เช่น 네뽀뽀, X나, 줄강...	26	7.37
1.2 คำยืมจากต่างประเทศที่เป็นคำศัพท์บัญญัติใหม่ 차용어 (ชา-ยง-ออ) เช่น 업토버, 페이지스펙, 홈로윈...	58	16.43
1. คำเดี่ยว 단어 (ทา-นี-รอ)	32	9.06

ตารางที่ 1 คำทับศัพท์และศัพท์บัญญัติใหม่ที่ปรากฏในปี 2019 (ต่อ)

ประเภทของคำ	จำนวน	ร้อยละ			
2.1 คำประสมรากศัพท์กับรากศัพท์ 합성어 (ฮับ-ซอง-อฮ) เช่น 간선상차, 기범주, 너절..	75	21.25			
2. คำประสม 복합어 (โพ-กา-บอ)	2.2 รากศัพท์ที่ประสมด้วยการเติมอุปสรรคและวิภัติปัจจัย 파생어 (พา-แซง-อฮ) เช่น 이모카세, 인싸력...	40	145	11.33	41.08
	2.3 รากศัพท์ประสมกับภาษาต่างประเทศ 혼성어 (ฮอน-ซอง-อฮ) เช่น 눈바디, 떡켓팅, 파이세대...	30		8.50	
3. คำย่อ 축약어 (ชุก-กยา-กอ) เช่น 근자감, 돈미새, 삼일절...	150	42.49			
รวม	353	100			

จากตารางด้านบนสรุปได้ว่าการสนทนาในภาษาเกาหลีผ่านทางสื่อออนไลน์นั้นปรากฏคำย่อ 축약어 (ชุก-กยา-กอ) เป็นอันดับ 1 จำนวน 150 คำ คิดเป็นร้อยละ 42.49 คำประสม 복합어 (โพ-กา-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 และรากศัพท์ประสมระหว่างคำยืมจากต่างประเทศที่เป็นคำศัพท์บัญญัติใหม่ 혼성어 (ฮอน-ซอง-อฮ) จำนวน 30 คำ คิดเป็นร้อยละ 8.50 ส่วนลำดับต่อไป คือ การใช้คำยืมจากภาษาต่างประเทศ จำนวน 32 คำ คิดเป็นร้อยละ 9.06 และคำเดี่ยว 단일어 (ทา-นี-รฮ) ปรากฏจำนวนน้อยที่สุดคือ จำนวน 26 คำ คิดเป็นร้อยละ 7.37 โดยที่คำศัพท์บัญญัติใหม่หรือคำทับศัพท์ใหม่นั้นเป็นคำที่คนเกาหลีส่วนใหญ่นิยมใช้กันในสื่อสังคมออนไลน์เนื่องจากความสะดวกรวดเร็วในการพิมพ์หรือเพื่อการประหยัดเวลา อีกทั้งการใช้คำย่อก็เป็นสิ่งที่ได้รับอิทธิพลมาจากการใช้ อีโมติคอน อีโมติชั่นหรือ

การใช้สติ๊กเกอร์ในระบบสื่อออนไลน์ต่างๆ ด้วยเช่นกัน โดยคำศัพท์บัญญัติใหม่หรือคำทับศัพท์ที่ใช้ในสื่อออนไลน์ภาษาเกาหลีก็มีลักษณะการสร้างคำที่หลากหลายประเภท ดังตัวอย่าง ต่อไปนี้

1. คำเดี่ยว 단일어 (ทา-นี-รฮ)

สถาบันภาษาเกาหลีแห่งชาติ (국립국어원) (2019) ได้แบ่งประเภทการสร้างคำศัพท์บัญญัติใหม่ออกเป็น คำเป็นและคำตาย หรือรากศัพท์ 생성어 (แซง-ซอง-อฮ) และคำยืมจากต่างประเทศที่เป็นคำศัพท์บัญญัติใหม่ 차용어 (ชา-ยง-อฮ)

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

갈비 (คัล-บี) แปลว่า กระดูกซี่โครง

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

ซีโครงแต่อย่างใด

예문 : 왜 스스로 갈비가 될려고 하오?
ทำไมถึงเสียเปรียบอยู่ฝ่ายเดียว

철컹 철컹 (ซ้อล-ค้อง-ซ้อล-ค้อง) คือ
คำเลียนเสียงธรรมชาติ의성어 (อีย-ซอง-ออ)

ความหมายว่า 철컹เสียงดังแกร็ง แกร็ง
เมื่อนำมาใช้เป็นคำศัพท์บัญญัติใหม่ มีความหมาย
ว่า감옥 (คา-มก) แปลว่า คุณ

예문 : 철컹 철컹 당해오? ถูกจับเข้าคุก
ใช้ใหม่

1.2. คำยืมจากต่างประเทศที่เป็นคำศัพท์
บัญญัติใหม่차용어 (ช่า-ยง-ออ) เช่น

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

ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค
COVID-19 ต้องจัดงานฉลองวันฮาโลวีนที่บ้าน
เป็นการนำคำศัพท์ภาษาอังกฤษ คือ คำว่า Home
รวมกับ Halloween เป็นการประสมคำใหม่โดยที่
แทนเสียงภาษาอังกฤษทั้งสองคำ

예문 : 집에서 안전하게 즐기는 “홈
로윈” 트렌드가 이어졌다. แนวโน้มการฉลอง
ฮาโลวีนที่บ้านอย่างสนุกและปลอดภัยกำลังเป็น
ที่นิยม

일코노미(อิล-โค-โน-มี) มาจากคำ
economic

คำในภาษาอังกฤษ แต่ใช้แทนเสียงด้วย
ภาษาเกาหลี ซึ่งมีความหมายว่า 1인 경제, 혼자
만의 생활을 하며 자신만을 위한 소비를 함.
คือ การใช้ชีวิต แบบตัวคนเดียว อยู่คนเดียว และ
เพื่อตัวเองเท่านั้น

예문 : 혼자만 소비를 즐기는 ‘일코노
미’를 아시나요? รู้จักผู้คนที่ชอบใช้ชีวิตแบบตัว
คนเดียวไหม

TMT มาจากคำ Too Much Talker

เป็นคำที่ใช้เรียกผู้ที่พูดมากหรือคนที่พูด
น้ำไหลไฟดับ เป็นการสร้างคำใหม่ในลักษณะการ
ย่อคำโดยการนำเฉพาะตัวอักษรภาษาอังกฤษมา
เรียงต่อกัน

예문 : TMT답게 구냥 말했는
예.คนที่พูดมากก็ตอบไปเรื่อย

จากตัวอย่างข้างต้น สรุปได้ว่า ยืมจาก
ต่างประเทศที่เป็นคำศัพท์บัญญัติใหม่ 차용어 (
ช่า-ยง-ออ) เป็นการใช้อย่างเกาหลีสลับเสียงภาษา
อังกฤษและการมีการใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษเป็น
คำย่อมาใช้ในการสร้างคำใหม่ เป็นคำที่เข้าใจง่าย
ไม่ซับซ้อนและคนทั่วไปก็เข้าใจความหมายของคำ
เหล่านั้นอยู่แล้ว

2. คำประสม 복합어 (โพ-ก่า-บอ)

2.1 คำประสมรากศัพท์กับรากศัพท์합성
어 (ฮับ-ซอง-ออ)

คำประสมรากศัพท์กับรากศัพท์นั้นเป็น
คำศัพท์บัญญัติใหม่ที่สามารถพบเจอได้เป็นลำดับ
ที่ 2 มีจำนวน 56 คำ หรือร้อยละ 17.67 เป็นคำ
ศัพท์ที่มีการนำรากศัพท์มารวมกับรากศัพท์แล้ว
ทำให้เกิดคำศัพท์ใหม่ขึ้นมา โดยที่สามารถแบ่ง
เป็นคำศัพท์ใหม่ที่มีความหมายเหมือนเดิมและคำ
ที่มีความหมายเชิงเปรียบเทียบหรืออุปมาอุปไมย
ดังตัวอย่าง เช่น

1) คงความหมายเดิม

나심비족 (นา-ชิม-บี-จก) มาจากคำ ‘
나’+ ‘가심비’, 제품의 가격이나 품질에 상관
없이 본인만의 기준에 맞추어 소비를 하는 소
비자 แปลว่า ผู้บริโภคที่บริโภคตามมาตรฐานของ
ตนเองโดยไม่คำนึงถึงราคาหรือคุณภาพของสินค้า

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

แต่พวกเขาไม่ลังเลที่จะเปิดกระเป๋าเงินเพื่อหาซื้อ
สินค้าที่พวกเขาถูกใจ

2) ความหมายเชิงอุปมาอุปไมย

편슈머 (พ็อน-ชยู-มอ) มาจากคำ 재미를
위한 소비를 하는 소비 트렌드 แปลว่า กระแส
การบริโภคนิยมหรือบริโภคเพื่อความสนุก

예문 : 편슈머들은 단순히 제품을 구
매·소비하는 것뿐만 아니라 자발적으로 자신
의 소비 경험을 재생산하는 것이 특징이다.

ผู้มีลักษณะเฉพาะในการเลือกซื้อสินค้าที่
ไม่เพียงแต่การซื้อและการบริโภคผลิตภัณฑ์เท่านั้น
แต่ยังสร้างประสบการณ์การบริโภคของตนเองขึ้นมา
ใหม่โดยสมัครใจอีกด้วย

2.2 คำรากศัพท์ที่ประสมด้วยการเติม อุปสรรคและวิภัติปัจจัย 접두어 (พ้า-แซง-ออ)

โดยในส่วนของคำประสมที่มีการเติม
อุปสรรคและวิภัติปัจจัยนั้น ก็มีการแบ่งออกเป็น
2 ชนิด คือ การเติมคำหน้ารากศัพท์จะเรียกว่าการ
เติมอุปสรรค 접두어 (ช็อบ-ทู-พ้า-แซง-ออ)
และการเติมคำหลังรากศัพท์จะเรียกว่าการเติม
วิภัติปัจจัย 접미어 (ช็อบ-มี-พ้า-แซง-ออ)
ตัวอย่าง เช่น

1) การเติมอุปสรรค 접두어 (ช็อบ- ทู-พ้า-แซง-ออ)

결무새 (ก็อล-มู-แซ) มาจากคำ 결 + 무새
แปลว่า 할결이라는 말을 앵무새처럼
반복한다는 뜻이다. ความหมายว่า การทำอะไร
ซ้ำๆ หรือพูดอะไรซ้ำๆ เหมือนนกแก้วนกขุนทอง

예문 : 우리가 결무새가 될 수밖에 없
는 이유? เหตุผลที่เรากลายเป็นนกแก้วนกขุนทอง

2) การเติมวิภัติปัจจัย 접미어 (ช็อบ-มี-พ้า-แซง-ออ)

뒷광고 (ทวิต- กวัง- โก) มาจากคำ 뒤
+ 광고

แปลว่า 광고비를 받고도 안 받았다고 하
는 거짓 광고 โฆษณาที่อ้างว่าไม่ได้รับค่าโฆษณา

예문 : 뒷광고 불법일까? การบอกว่า
ไม่ได้รับค่าโฆษณาต่างๆ ที่รับค่าโฆษณาผิด
กฎหมายหรือไม่

2.3 การประสมระหว่างรากศัพท์กับคำยืม จากต่างประเทศที่เป็นคำศัพท์บัญญัติใหม่ 혼성어 (ฮน-ซอ-ง-ออ)

คำศัพท์บัญญัติใหม่หรือคำทับศัพท์ที่
คนเกาหลีนิยมใช้กันในปัจจุบัน นอกจากเป็น
คำยืมที่มีมากที่สุดแล้ว การใช้ภาษาต่างประเทศ
หรือการแทนเสียงด้วยภาษาต่างประเทศก็เป็น
อีกวิธีการหนึ่งที่เป็นการสร้างคำศัพท์ใหม่ โดย
เฉพาะการนำความรู้มาจากภาษาอังกฤษซึ่งเป็น
ภาษาสากลที่ทั่วโลกยอมรับและมีผู้ที่สามารถสื่อสาร
ได้เป็นอันดับหนึ่งของโลก ดังนั้นการสร้างคำศัพท์
ใหม่โดยการใช้ภาษาต่างประเทศมาประสมจึงเป็น
ที่นิยมในหมู่วัยรุ่นหรือกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่สามารถ
สื่อสารภาษาอังกฤษได้ นอกจากช่วยในเรื่อง
ความสะดวกรวดเร็วแล้วยังสะท้อนให้เห็นถึงการ
เปิดรับวัฒนธรรมตะวันตกของคนเกาหลีรุ่นใหม่
มากขึ้น โดยคำที่นำมาประสมจะมีทั้งจากการเติม
คำภาษาต่างประเทศเป็นอุปสรรค คือ เติมหน้า
รากศัพท์คำเกาหลี 접두어 (ช็อบ-ทู-พ้า-แซง-
ออ) หรือวิภัติปัจจัยที่เติมหลังรากศัพท์ 접미
어 (ช็อบ-มี-พ้า-แซง-ออ) เช่น

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

แปลว่า 개방적인 서구 문화와 비교했
을 때 유교적인 사상을 가진 여자. ผู้หญิงที่มี
แนวคิดทางขงจื้อหรือวัฒนธรรมเดิมเกาหลีมากกว่า
เมื่อเทียบกับวัฒนธรรมตะวันตกแบบเปิด

예문 : 난 유교걸이라서 그런 상황 불편 해 하더라 ฉันเป็นผู้หญิงหัวโบราณในสถานการณ์แบบนั้นไม่ชอบค่ะ

3. คำย่อ 축약어 (ชฺ-กยา-กอ)

3.1 การใช้เฉพาะตัวอักษรอันก็ล

ㅌ ㅊ ㅌ ㅇ ย่อมาจาก “정보중요” (ซองโบ-จัม-โย)

จากคำที่ปรากฏด้านบนเป็นคำที่พิมพ์ข้อความไปเพื่อขอข้อมูลของสินค้าหรือบริการที่สนใจ ซึ่งจะสังเกตเห็นได้ว่า ใช้แค่พยัญชนะในภาษาเกาหลี 4 ตัว ก็สามารถที่จะสื่อความหมายได้แล้ว อีกทั้งยังประหยัดเวลาและเพื่อความรวดเร็วในการสื่อสาร ซึ่งเป็นลักษณะการใช้ข้อความที่สื่อความหมายไปถึงวัฒนธรรมหรือลักษณะนิสัยของคนเกาหลีในเรื่องความรวดเร็ว จนกลายเป็นอีกหนึ่งลักษณะนิสัยที่คนต่างชาติต่างยอมรับว่าคนเกาหลีเป็นคนที่มีความประพฤติที่ทำอะไรก็รวดเร็ว จนมีคำพูดติดปากว่า 빨리 빨리 (ปัลลี ปัลลี) อยู่เสมอหรือแม้แต่การใช้คำย่อในการสื่อสาร

3.2 การใช้พยางค์หน้าสุดของคำ

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

예문 : 안녕하세요 인친님들~^^

สวัสดีเพื่อนๆ

การใช้คำย่อในลักษณะข้างต้น เป็นการเอาเฉพาะพยางค์หน้าของคำเต็ม มาประสมทำให้เกิดคำใหม่ 인 (อิน) มาจากคำว่า ‘인스타그램’ หรือ ‘인터넷’ และ 친 (ชึน) มาจากคำว่า 친구 (ชึนกุ) ซึ่งทั้งสองคำเมื่อนำมารวมกันแล้ว ความหมายก็ยังคงเดิม ไม่มีการเปลี่ยนแปลงความหมาย เป็นเพียงการย่อคำให้สั้นลง เป็นวิธีการที่ได้รับความนิยมมากอีกหนึ่งวิธีในการสร้างคำใหม่ในการสื่อสาร โดยลักษณะการสร้างคำแบบนี้ สามารถรวบรวมได้ทั้งหมด 74 คำ จาก 150 คำ ซึ่งสังเกตเห็นได้ว่า

เป็นการสร้างคำใหม่ที่มีจำนวนเกินครึ่งของการสร้างคำใหม่โดยการย่อคำ

อีกวิธีหนึ่งที่ใช้ในการสร้างคำใหม่โดยการย่อคำ คือการนำพยางค์ใดพยางค์หนึ่งของคำนั้นๆ มาประสมกัน เช่น

군스펙 (คุน-ซี-เพ็ก) ย่อมาจาก군대에 다녀오는 것이 곧 취업 스펙이 됨

예문 : 아들의 군스펙은 무결점 완벽할 것이고.คุณสมบัติทางการทหารของลูกชายฉันคงไม่มีที่ติ

คำทับศัพท์ใหม่ด้านบนนั้น หมายความว่าข้อกำหนดหรือเงื่อนไขในการสมัครงานสำหรับผู้ที่จะกลับมาจากการถูกเกณฑ์ทหาร สามารถสังเกตข้อความด้านบนได้ว่า ก่อนข้างเป็นข้อความที่มีความยาว จึงส่งผลให้เวลาพิมพ์สื่อสารหรือเวลาพูดอาจจะใช้เวลานาน ดังนั้น เพื่อเป็นการประหยัดเวลาและเพิ่มความรวดเร็วในการสื่อสารจึงนิยมใช้ตัวย่อ

3.3 การใช้พยางค์แรกของคำแรกและพยางค์สุดท้าย

근자감 (คิน-จา-กัม) ย่อมาจาก근거 없는 자신감

예문 : 000는 “무슨 근거감인지 모르겠는데 웬지 이 작품은 칸에 갈 수 있을 것 같았다. 000 กล่าวว่า “ฉันไม่รู้ว่าคุณรู้สึกอย่างไร แต่ด้วยเหตุผลบางอย่าง ฉันรู้สึกว่าคุณน่าจะไปได้เมืองคานส์

근자감 (คิน-จา-กัม) มีความหมายว่าความมั่นใจที่ไม่มีมูลความจริง ซึ่งเป็นลักษณะการสร้างคำใหม่โดยการนำพยางค์หน้าสุดของคำแรกและพยางค์สุดท้ายของคำหลังมารวมกันแล้วสร้างเป็นคำศัพท์ใหม่ขึ้นมา โดยการสร้างคำลักษณะนี้ ถึงแม้จะปรากฏไม่มาก แต่ก็เป็นการสร้างคำใหม่อีกประเภทหนึ่ง

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-อี-ริล-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-ซิน-อี-ลี-ยา) แต่มีการปรับเปลี่ยนเสียงไปเล็กน้อยให้เหมือนสำเนียงของภาษาถิ่น เป็นคำที่คนเกาหลีนิยมใช้กันมาก ถ้าใช้ในการพูด ชาวต่างชาติสามารถที่จะเดาความหมายจากสำเนียงได้ แต่เมื่อใช้ในการพิมพ์ข้อความหากัน เป็นปัญหาในการสื่อสารสำหรับชาวต่างชาติ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการเผยแพร่เป็นความรู้ให้กับชาวต่างชาติได้รับรู้

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ตามความหมาย

หนังสือเรียนภาษาต่างประเทศส่วนใหญ่ในแต่ละบทจะมีการกำหนดหัวข้อที่จะเรียนเพื่อ

สร้างแนวทางหรือวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้ในแต่ละบทมีการกำหนดคำศัพท์และไวยากรณ์ในแต่ละบท เนื่องจากการเรียนรู้คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาจะช่วยเพิ่มความเข้าใจและการจดจำคำศัพท์แก่ผู้เรียนให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นคำศัพท์บัญญัติใหม่หรือคำทับศัพท์ใหม่จึงมีความจำเป็นในการแบ่งประเภทตามความหมายเพื่อช่วยให้ผู้เรียนได้จดจำและสามารถนำไปใช้งานได้จริง ตามสถานการณ์หรือหัวข้อต่างๆ เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้คำศัพท์บัญญัติขึ้นใหม่

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

คำศัพท์บัญญัติใหม่ก็มีส่วนช่วยในการเรียนรู้คำศัพท์ได้เป็นอย่างดี นอกเหนือจากการเรียนรู้การสร้างคำศัพท์แล้ว สถาบันภาษาเกาหลีแห่งชาติ (국립국어원, 2019) ได้สร้างทฤษฎีหรือรูปแบบในการแบ่งประเภทของคำศัพท์บัญญัติใหม่ตาม

หมวดหมู่ความหมายโดยยึดหลักทางสังคมและวัฒนธรรม 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, 공적판 매처, 재난구조수당...
2	สุขภาพและการแพทย์	6	1.70	피뽕탈, 헬린이, 떡락, 언택트...
3	COVID -19	20	5.67	확진자, 금스рк, 작아격리, 생활치료 센터...
4	เศรษฐกิจ	26	7.37	갑통알, 돈미새, 라할살, 빗투, 월루...
5	การศึกษา	18	5.10	교육재난지원금, 개강병, 셀러던트...
6	การบริโภค	44	12.46	꿀잠, 돼지력, 나심비족, 저메추...
7	การแต่งกาย	2	0.57	낄끼빠빠, 어퍼웨어.
8	รูปร่างลักษณะ นิสัย หน้าตา	20	5.67	머쓱타드, 머머리, 꺾무새, 700, 마스크 메이크업...
9	วัฒนธรรม	11	3.12	뽀시래기, 문쩨, 톤궁예, 유교걸...
10	การใช้สื่อโซเชียล	34	9.63	런스타, 춘식이, 공스타, 꾸안꾸...
11	เกมส์	6	1.70	자강두친, 자만추, 족잘싸, 자만추...
12	วิถีชีวิต ความเป็นอยู่	56	15.86	인싸력, 홈코노미, 주불, 피미여행...
13	อื่นๆ	106	30.03	나나, 창귀, 삐파서블, 철컹철컹, 꼬북 좌...
รวม		353	100	

จากการจัดหมวดหมู่คำทับศัพท์และคำศัพท์บัญญัติใหม่ของภาษาเกาหลีในปี 2019 พบว่า คำศัพท์เกี่ยวกับวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ปรากฏมากเป็นอันดับที่ 1 จำนวน 56 คำ เป็นร้อยละ 15.86 จะเห็นได้ว่าคำศัพท์เหล่านี้สะท้อน

ให้เห็นว่าคนเกาหลีได้สร้างคำใหม่ขึ้นมาจากคำที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตเป็นส่วนใหญ่ ทำให้สามารถใช้คำเหล่านี้ได้บ่อยและรวมทั้งเป็นคำที่คนทุกเพศทุกวัยรู้ความหมายและนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย เช่น คำเกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่

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

예문 : 인싸력도 없고 그거 좀 편 들어서 정권에 이렇다할 누가 되지도 않아. เขาไม่มีความสามารถในการปรับตัวและมีอคติเล็กน้อย ดังนั้นเขาจึงไม่มีอิทธิพลในรัฐบาลมากนัก

ส่วนลำดับที่ 2 คือ คำที่เกี่ยวกับการบริโภค การบริโภคถือว่าเป็นปัจจัยที่ห้าในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ มนุษย์ทุกคนต้องกินต้องดื่มต้องใช้ ดังนั้นคำทับศัพท์และคำศัพท์บัญญัติใหม่จึงปรากฏให้ได้

พบเจอมากเป็นอันดับที่ 2 จำนวน 44 คำ คิดเป็นร้อยละ 12.46

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

예문 : 너의 돼지력으로 말할 것 같으면 장난아니지. ไม่ใช่เรื่องตลกถ้าพูดถึงเรื่องความสามารถในการกินของเธอ

ลำดับต่อไป คือ คำที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อโซเชียล จำนวน 34 คำ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 9.63 การใช้สื่อโซเชียลในปัจจุบันถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิต และผู้คนส่วนใหญ่ต่างใช้สื่อโซเชียลในการติดต่อสื่อสาร ส่งผลให้เกิดการสร้างคำใหม่และคำทับศัพท์เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น สะท้อนถึงสังคมปัจจุบันว่าโทรศัพท์มือถือถือกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิตไม่ว่าจะทำงาน เรียน หรือเวลาไหนก็ตาม มนุษย์ในทุกวันนี้ต้องพึ่งพาโซเชียลจึงทำให้คำศัพท์ที่เกี่ยวกับคำเหล่านี้สามารถพบเห็นได้เป็นจำนวนมากเช่นเดียวกัน

เช่น 런스타 (รอน-ซ็อ- ท้า) แปลว่าการโพส รูปวิ่งในแอปอินสตตาแกรม

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

เช่น 갑통알 (กัป-ทัง-อัล) มาจาก 갑통알을 보니아르바이트 해야겠다. แปลว่า เมื่อเห็นสมุดบัญชีธนาคารแล้วต้องหางานพาร์ทไทม์ทำ

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 การรักษาตัวหรือแม้แต่กระทั่งวิธีการป้องกัน รวมไปถึงสภาวะการขาดแคลนอุปกรณ์ในการป้องกันโรค

เช่น 금스크 (คิม-ซ็ี-ค็ี) แปลว่า การหาหน้ากากอนามัยนั้นยากหรือราคาแพงพอๆ กับราคาทองคำ

예문 : 금보다 귀한 ‘금스크’, 재사용해도 될까?

หน้ากากอนามัยที่มีค่ามากกว่าทองคำใช้ซ้ำได้ไหม

คำที่เกี่ยวกับการระบาดของโรค COVID -19 และ รูปร่างลักษณะนิสัย หน้าตา สามารถพบ

เจอได้ทั้งหมด 20 คำ คิดเป็นร้อยละ 5.67 ทั้งสองประเภท ดังนั้นถ้าสังเกตจากหมวด COVID - 19 ก็ถือได้ว่ามีคำศัพท์ใหม่ๆ เกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่ทั้งการที่ต้องอยู่ในสังคมที่ไม่สามารถพบเจอกันได้โดยตรง ต้องดำเนินกิจกรรมต่างๆ ผ่านสื่อออนไลน์ หรือแม้แต่คำศัพท์เกี่ยวกับการดูแลตัวเอง การปฏิบัติตัวในช่วงนี้ก็ส่งผลให้เกิดคำศัพท์บัญญัติใหม่ขึ้นเป็นจำนวนมากเช่นเดียวกัน และในส่วนของคำที่เกี่ยวกับลักษณะรูปร่างหน้าตาเกาหลีถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมในเรื่องของการใส่ใจรูปร่างหน้าตามากเป็นอันดับต้นของโลก โดยสังเกตได้จากพฤติกรรมการทำศัลยกรรมหรือวิวัฒนาการและความทันสมัยของการศัลยกรรมของเกาหลีที่เป็นที่ยอมรับของทั่วโลก หรือแม้แต่คนไทยที่นิยมเดินทางเพื่อไปทำศัลยกรรมที่เกาหลี ดังนั้นคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับรูปลักษณ์ภายนอกนั้นจึงสามารถพอเห็นได้ทั่วไปในสื่อสังคมออนไลน์ไม่ว่าจะสถานการณ์ไหนการดำเนินชีวิตของผู้คนก็ไม่สามารถละเลยหรือว่ามองข้ามลักษณะภายนอก รูปร่าง หน้าตาไปได้เลย ถึงแม้ว่าในช่วงปี 2019 เป็นช่วงที่ผู้คนไม่สามารถพบเจอกันกันโดยตรงได้เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรค COVID - 19 ก็ไม่ได้ส่งผลกระทบให้ผู้คนใส่ใจในรูปร่างหน้าตาของตัวเองน้อยลง ยังคงมีคำศัพท์ใหม่ๆ เกี่ยวกับรูปร่างหน้าตาเพิ่มขึ้น

เช่น 마스크メイク업 (มา-ซี-คิ-เม-อี-คิ-อัฟ) คือ การแต่งหน้าไม่ให้เปื้อนติดหน้ากากอนามัย

예문 : 마스크メイク업 민감성쿠션 레미유 오네릭 스킨 쿠션รองพื้น ที่ช่วยให้ผิวที่แพ้ง่ายแต่งหน้าแล้วไม่เปื้อนหน้ากากอนามัย

การศึกษาเป็นสิ่งที่คนเกาหลีเอาใจใส่และมีการแข่งขันกันอย่างสูงทั้งในเรื่องของการเรียนเพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย หรือการศึกษาเนื้อหาที่ตัวเองสนใจเพื่อนำความรู้มาเพิ่มพูนทักษะในการทำงาน ก็ส่งผลให้คำศัพท์บัญญัติใหม่เกี่ยวกับ

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

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

อย่างไรก็ตามคำศัพท์บัญญัติใหม่หรือคำทับศัพท์ที่ใช้ในสื่อออนไลน์เกาหลีได้มีการพัฒนามาจากการย่อ การประสมคำและที่สำคัญคือการใช้คำยืมมาจากภาษาต่างประเทศ เพราะโซเชียลเป็นกระบวนการในการติดต่อแบบไร้พรหมแดนไร้จึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ใช้ได้เกิดความเร็วในการสื่อสารในยุคสมัยใหม่ เพราะฉะนั้นการเรียนรู้อันคำศัพท์ใหม่ๆ เหล่านี้ นอกจากส่งผลให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผลแล้วทำให้เกิดความกระชับในการสื่อสารด้วย

ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงความหมายของคำทับศัพท์และคำศัพท์บัญญัติใหม่ที่ปรากฏในสื่อออนไลน์ถือได้ว่ามีความหลากหลายเป็นอย่างมาก เพราะ

ข่าวในทุกช่องสำนักก็ได้นำข่าวหลายๆ ด้านมา
นำเสนอ หรือในรายการวไรตี้ก็มีการใช้คำทับ
ศัพท์ใหม่ๆ ที่ใช้ในชีวิตประจำวันมาใช้กันอย่าง
แพร่หลาย ดังนั้นสื่อออนไลน์จึงเป็นตัวกลางใน
การเผยแพร่คำเหล่านี้ได้อีกหนึ่งวิธี

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษารวบรวมและวิเคราะห์คำทับ
ศัพท์และคำศัพท์บัญญัติใหม่ที่ปรากฏในสื่อสังคม
ออนไลน์ของเกาหลีในปี 2019 นั้น สามารถพบเจอ
ได้ทั้งหมด 353 คำ มีการใช้รูปแบบคำย่อมากเป็น
อันดับ 1 โดยวิธีการย่อคำคือ การนำคำต้นของ
แต่ละคำมาประสมกัน หรือการนำคำต้นและคำหลัง
มาใช้ในการสร้างคำใหม่ และมีการสร้างคำใหม่ขึ้น
จากการประสมคำที่มีการเติมวิภक्तिและปัจจัย การ
ใช้คำยืมจากภาษาต่างประเทศซึ่งโดยส่วนมาก
เป็นคำมาจากภาษาอังกฤษ และเมื่อวิเคราะห์ใน
ส่วนของความหมายพบว่าในช่วงปี 2019 เป็นปี
ที่มีการระบาดของโรค COVID - 19 เป็นยุคที่ผู้คน
ไม่สามารถเจอหน้ากันได้โดยตรง ดังนั้น คำศัพท์
ที่ปรากฏโดยส่วนมากจึงมีที่มาจากสื่อสาร
ด้วยระบบออนไลน์ และมีการใช้คำที่เกี่ยวข้องกับ
วิถีชีวิต การบริโภค สื่อโซเชียล เลย์ทำให้มีคำศัพท์
ใหม่ๆ บัญญัติขึ้นเป็นจำนวนมาก คำศัพท์เกี่ยวกับ
การศึกษา เศรษฐกิจ วัฒนธรรม รูปร่างหน้าตา
การแต่งกาย เพื่อความสะดวกรวดเร็วหรือการ
ประหยัดเวลาในการพิมพ์ตัวอักษร อีกทั้งการใช้
คำย่อก็เป็นสิ่งที่ได้รับอิทธิพลมาจากการใช้

อิโมติคอน อิโมติชันหรือการใช้สติ๊กเกอร์ในการ
สื่อสารกันในระบบสื่อออนไลน์ต่างๆ

เพราะฉะนั้นในปี 2019 ถือได้ว่าเป็นปีที่
มีความนิยมสื่อสารกันด้วยระบบออนไลน์เพิ่มขึ้น
มาก ดังนั้นการที่มีการสร้างคำศัพท์บัญญัติใหม่ ๆ
เกิดขึ้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องรู้ที่มา หมายความว่า
หรือ รู้สถานการณ์ในการใช้คำเหล่านั้น เพื่อให้
การสื่อสารสามารถบรรลุผลสำเร็จได้ ดังนั้นนอกจาก
การเรียนรู้การใช้คำทับศัพท์ใหม่หรือคำศัพท์บัญญัติ
ใหม่ที่มีความจำเป็นต่อบุคคลทั่วไปและ คนต่าง
ชาติที่เรียนภาษาเกาหลีก็มีความจำเป็นที่จะต้อง
เข้าใจและเรียนรู้วิวัฒนาการของภาษาเกาหลีด้วย
เช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

คำทับศัพท์หรือคำศัพท์บัญญัติใหม่เป็น
คำศัพท์ที่ไม่ปรากฏในพจนานุกรม ดังนั้นถ้าได้มีการ
เพิ่มคำศัพท์เหล่านี้ไว้ในพจนานุกรมหรือใน
ระบบออนไลน์ก็จะเป็นแนวทางในการเผยแพร่
ความรู้หรือเป็นการกระจายความรู้ให้ผู้ที่สนใจ
ได้ศึกษาเพิ่มเติมได้

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องการศึกษาคำทับศัพท์และคำ
ศัพท์บัญญัติใหม่ภาษาเกาหลีในสื่อสังคมออนไลน์
เป็นการวิจัยที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากกองทุน
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประจำปี 2565

เอกสารอ้างอิง

- แก้วสุกใส ร., & จุสปาโล ช. (2556). เครือข่ายสังคมออนไลน์ : กรณี เฟสบุ๊ค (Facebook) กับการพัฒนา
ผู้เรียน. *Princess of Naradhiwas University Journal*, 5(4).
- จารุณี มณีกุล.(2554). *การใช้เฟสบุ๊คในการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษา*. รายงานการวิจัย : มหาวิทยาลัย
เชียงใหม่.

- ชนากิตต์ ราชพิบูลย์. (2553). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัย สาขาวิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ชไมพร กาญจนกิจสกุล. (2555). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. ตาก : โพรเจ็คท์ ไฟฟ์-โฟว์.
- ดวงกมลชาติประเสริฐ และ ศศิธร ยูวโกศล. (2556). พฤติกรรมและการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เครือข่ายสังคมเพชบุ๊ค. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 21, 35-57.
- ทินวัฒน์ สร้อยกุดเรือ. (2549). ลักษณะการใช้ภาษาในห้องสนทนาแบบส่วนตัว. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. คณะมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นันทนา วงษ์ไทย. (2564). การสร้างคำและความหมายของคำภาษาอังกฤษเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019. วารสารมนุษยศาสตร์ปริทรรศน์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 1(43), 67-89.
- ปียวัฒน์ เกตุวงศา และ ศุทธิดา ชนวนัน. (2558, 1 กรกฎาคม). ใครเป็นใครบนเครือข่ายสังคมออนไลน์: ความหลากหลายทางคุณลักษณะและพฤติกรรม. รายงานการประชุมประชากรและสังคม ครั้งที่ 11: ณ โรงแรมเอเชีย กรุงเทพฯ.
- พิชิต วิจิตรบุญรักษ์. (2554). สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต. วารสารนักบริหาร. 31(4), 99-103.
- ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย: กรณีศึกษา Facebook. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาบริหารเทคโนโลยี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มงคล เดชนครินทร์. (2558). ศัพท์บัญญัติ-บัญญัติศัพท์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เมตตา วิวัฒนานุกุล. (2557). เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในสังคมไทย. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่. 6(7), 63-70.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. กรุงเทพมหานคร: นามมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์.
- วิไลวรรณ ชนิษฐานันท์. (2526). ภาษาศาสตร์เชิงประวัติศาสตร์ : วัฒนาการภาษาไทย และภาษาอังกฤษ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิโรจน์ ชัยมูล และสุพรรณษา ยวงทอง. (2558). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ คอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีสารสนเทศ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: บริษัทโปรวิชั่น.
- วิระ แก้วสุกใสและชัยรัตน์ จุสาล. (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 ปัญญาเมธิกุล. (2548). ภาษาในห้องสนทนาทางอินเทอร์เน็ต. วารสารมนุษยศาสตร์ปริทรรศน์. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 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 American Slang*. 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/arirangpop>.
- <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\(2020\)](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』 .
- 김병진. (2017). 「신조어의 조어법 연구」, 『한말연구』 제44호, 한말연구학회, pp. 57- 81.
- 김일환. (2014). 「신어의 생성과 정착 -신문의 신어 명사를 중심으로-」, 『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」, 한국의국어대학교대학원 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 -줄임말을 중심으로-」, 제주대학교 대학원 석사학위논문.
- 장혜연 (2007), 「신어의 조어방식과 특성」. 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 전병미 (2005), 「현대국어 신어 형성 양상에 대하여」, 영남대학교 대학원 석사학위논문.
- 정한테로 (2011). 「임시어의 형성과 등재 -통사론적 구성의 단어화를 중심으로」, 『한국어학회』 52, pp. 211-241.
- 경향신문 (2019.03.16), “우리 집을 누린다...집들이, 집순이의 진화 흐름”
- 광주일보 (2019.01.14), “2019트렌드코리아”
- 광주일보 (2019.01.14), “서울대 소비트렌드분석센터 예측 2019트렌드 키워드”
- 뉴데일리 (2019.03.08), “대깨문,문슬림...문제인 풍자 SNS 새문화로 두둥 “
- 동아일보 (2019.04.09), “찰칵,찰칵! 인증샷만 좋으면 그만?...인스타그램머블의역습”
- 디지털조선일보 (2019.04.09), “나나랜드”
- 데일리팝 (2019.04.02), “관찰형 예능은 일상+ 감정대리 트렌드 결정체”
- 매일경제 (2019.05.02), “문대통령 국정농단 규명, 청산 뒤 협치...”
- 매일경제(2019.01.31), “新소비트렌드 ‘카멜레온’TJ미디어 클럽노래방 열풍”
- 서울경제 (2019.04.26), “문정부 소주성 실패작...저소득층에 되레 칼날”
- 스마트경제 (2019.04.03), “‘집순이’ ‘집들이’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), “간간한 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), “문제인 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 참조<http://blog.naver.com>, (검색일 :2019.01~10월)