



Slang Words Used in Lao Online Media

Chindar SEEPHARLAR

Department of Language and Culture, Faculty of Letters, National University of Lao PDR

*Correspondence: Chindar

Seepharlar Department of Language
and Culture, Faculty of Letters,
National University of Lao. Tel: 020
929 191 89 E-mail:
Chindarseepharlar363@gmail.com

Submitted: December 05, 2024

Revised: December 15, 2024

Accepted: December 25, 2024

Abstract

The study of slang words used in Lao online media aims to analyze the nature of slang words in Lao online media through a qualitative approach, utilizing descriptive and analytical methods. Data were collected from popular Facebook pages with over 100,000 followers that were active between January and October 2024. The findings revealed two main characteristics of slang words in Lao online media: structural slang and slang with special features. Structural characteristics were further divided into four subcategories: word combination, word repetition, word addition, and word truncation. Special characteristics were categorized into three subcategories: unconventional spelling, the use of quotations, and abbreviations.

Keywords: slang words, language usage, Lao online media language

1. ພາກສະເໜີ

ພາສາເປັນວັດທະນະທຳທີ່ສຳຄັນຂອງມະນຸດຊາດທີ່ມີການກຳເນີດ, ຂະຫຍາຍຕົວ ແລະ ປ່ຽນແປງໄປຕາມມະນຸດ ແລະ ສະພາບຂອງສັງຄົມ. ພາສາເປັນເຄື່ອງມືຖ່າຍທອດວັດທະນະທຳສາຂາຕ່າງໆໃຫ້ສືບທອດ ແລະ ຈະເລີນງອກງາມຕໍ່ໄປບໍ່ມີມື້ສິ້ນສຸດ. ປັດຈຸບັນນີ້ການສື່ສານຜ່ານສື່ຕ່າງໆທີ່ທັນສະໄໝໄດ້ເຂົ້າມາມີບົດບາດ ແລະ ອິດທິພົນຕໍ່ຊີວິດຂອງມະນຸດໂດຍສະເພາະໃນກຸ່ມໄວໜຸ່ມ. ການປ່ຽນແປງຂອງພາສາມີຄວາມສຳພັນກັບຊ່ວງອາຍຸ ເຊິ່ງສະແດງໃຫ້ເຫັນຢ່າງຈະແຈ້ງຢູ່ໃນການໃຊ້ພາສາຂອງໄວໜຸ່ມ. ພາສາທີ່ໄວໜຸ່ມໃຊ້ຈະນຳພາການປ່ຽນແປງດ້ານສຽງຫຼາຍທີ່ສຸດເມື່ອທຽບກັບກຸ່ມຄົນທັງສາວຊ່ວງອາຍຸ ຄື ໄວເດັກ, ໄວໜຸ່ມ ແລະ ໄວຜູ້ໃຫຍ່ ເພາະໄວໜຸ່ມມັກມີແນວຄິດອອກອອກກອບຫຼາຍທີ່ສຸດ, ກ້າຄິດ, ກ້າເວົ້າ; ດັ່ງນັ້ນ ພາສາທີ່ໄວໜຸ່ມໃຊ້ຈຶ່ງມີຄວາມແຂງກະດ້າງ ແລະ ບໍ່ສຸພາບເປັນບາງຄັ້ງ ຄູມັດ (Coulmas, 1997).

ໃນນັ້ນ, ຄຳຕະຫຼາດຖືກວ່າເປັນປາກົດການປ່ຽນແປງຢ່າງໜຶ່ງທາງພາສາທີ່ມີການຄົ້ນຄວ້າມາແຕ່ບູຮານ ແລະ ເປັນຄຳສັບທີ່ຖືກສ້າງຂຶ້ນ ແລະ ນຳໃຊ້ໂດຍກຸ່ມໄວໜຸ່ມໃນແຕ່ລະສັງຄົມຢ່າງແຜ່ຫຼາຍ. ເຫດຜົນຂອງການໃຊ້ຄຳຕະຫຼາດມີຫຼາຍສາເຫດ ແຕ່ສາເຫດຕົ້ນຕໍແມ່ນ ການໃຊ້ເພື່ອສື່ສານທາງອາລົມ, ສ້າງຄວາມແປກໃໝ່ ແລະ ຕ້ອງການສະແດງຄວາມເປັນກັນເອງລະຫວ່າງກຸ່ມ ເປັນຕົ້ນດ້ວຍເຫດນີ້ຈຶ່ງສອດຄ່ອງກັບທັດສະນະຂອງ ພຣາດຕຣິກ (Partridge, 1954) ໄດ້ກ່າວໄວ້ວ່າຄຳຕະຫຼາດ ຫຼື Slang words ໄວ້ວ່າ ຄຳຕະຫຼາດໄດ້ເລີ່ມມີການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງທຳອິດໃນປີ ຄ.ສ 1850 ແລະ ເຫດຜົນທີ່ນຳໃຊ້ຄຳສັບສະແດງໃນການສື່ສານນັ້ນເນື່ອງມາຈາກ 13 ເຫດຜົນ ຄື ເນື່ອງຈາກຄວາມຄະນອງເພື່ອສ້າງຄວາມບັນເທີງ, ເພື່ອສະແດງຄວາມສະຫຼຽວສະຫຼາດ, ເພື່ອຄວາມແປກໃໝ່, ສ້າງພາດພິດ, ສ້າງຄວາມປະຫຼາດໃຈ, ຜູ້ໃຊ້ຕ້ອງການ

ຫຼືກລ່ຽງພາສາເດີມທີ່ຊ້ຳຊາກໃຊ້ມາດົນນານ, ເພື່ອກະຊັບຖ້ອຍຄວາມ, ສ້າງຄວາມຫຼາກຫຼາຍໃນພາສາ, ງ່າຍຕໍ່ການສື່ຄວາມໝາຍ, ຫຼືກລ່ຽງການເລົ່າເຖິງຄວາມທຸກ, ຄວາມເຈັບປວດ, ຄວາມເສົ້າ, ສ້າງຄວາມສຳພັນໃຫ້ໃກ້ຊິດ, ປັບທັດສະນະຄະຕິຂອງກຸ່ມຄົນໃຫ້ເປັນໜຶ່ງດຽວ ແລະ ໃຊ້ເພື່ອສື່ສານກັນສະເພາະກຸ່ມຄົນນອກກຸ່ມຈະບໍ່ເຂົ້າໃຈນອກຈາກນີ້ເທົ່ານັ້ນ. ຈັດແບ່ງປະເພດຂອງຄຳຕະຫຼາດອອກເປັນ 2 ປະເພດຄື ຄຳຕະຫຼາດແທ້ ແລະ ຄຳຕະຫຼາດບໍ່ແທ້. ຄຳຕະຫຼາດແທ້ ແມ່ນຄຳຕະຫຼາດທີ່ມີຄວາມໝາຍທາງຕະຫຼາດໄດ້ດ້ວຍຮູບຄຳເອງໂດຍບໍ່ຕ້ອງອາໄສບໍລິບົດ ແລະ ຄຳຕະຫຼາດບໍ່ແທ້ ແມ່ນຄຳຕະຫຼາດທີ່ມີຄວາມໝາຍຕະຫຼາດໃນການນຳໃຊ້ບໍລິບົດຕາມເຈຕະນາຂອງຜູ້ໃຊ້ ແລະ ມີຄວາມໝາຍຢ່າງໜຶ່ງເມື່ອປາກົດໂດຍລຳພັງ ເຊິ່ງບໍ່ແມ່ນຄວາມໝາຍທາງຕະຫຼາດ. ຄຳສະແດງ ຫຼື ສັບຕະຫຼາດ (Slang words) ຄື ຖ້ອຍຄຳສຳນວນທີ່ຄົນສ່ວນໃຫຍ່ໃຊ້ໃນໂອກາດທີ່ບໍ່ເປັນທາງການ, ເປັນຂໍ້ຄວາມທີ່ມີລັກສະນະພິເສດ ແລະ ໃຊ້ສະເພາະກຸ່ມເຊັ່ນ ຄົນທີ່ມີອາຊີບດຽວກັນ ຫຼື ສັງຄົມດຽວກັນ, ໃຊ້ເພື່ອຄວາມຫຼູຫຼາຍທັນສະໄໝໃນທາງພາສາເຊິ່ງມັກເປັນທີ່ນິຍົມຂອງກຸ່ມຄົນໄວໜຸ່ມຫຼາຍກວ່າກຸ່ມຜູ້ອາຍຸສູງ. ເນື່ອງຈາກຄຳຕະຫຼາດເປັນປະເພດການໃຊ້ພາສາຢູ່ໃນລະດັບພາສາປາກເວົ້າ ຫຼື ບໍ່ເປັນທາງການຈຶ່ງໄດ້ຖືກນຳໄປໃຊ້ໃນໄລຍະເວລາໃດໜຶ່ງ ແລະ ກາຍເປັນພາສາສະເພາະກຸ່ມຄົນໃດໜຶ່ງເທົ່ານັ້ນ. ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງບໍ່ຄ່ອຍໄດ້ຮັບການຍອມຮັບໂດຍທົ່ວໄປວ່າຖືກຫຼັກພາສາ. ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມຫາກຄຳຕະຫຼາດໄດ້ຮັບການຍອມຮັບຈາກຜູ້ໃຊ້ພາສາໃນສັງຄົມຢ່າງກວ້າງຂວາງ ແລະ ໃຊ້ກັນເປັນເວລາດົນນານກໍສາມາດພັດທະນາກາຍເປັນຄຳສັບມາດຕະຖານໄດ້ ຄຣູ, (Cruse, 2001) (Judith Pearsall, 1991), (Simpson, 1993), (Spears, 1982), (Menchen, 1988), (Flexner, 1975).

ຈາກບັນຫານີ້ສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນວ່າການສຶກສາຄໍາຕະຫຼາດ ມີຄວາມສໍາຄັນຫຼາຍໃນຂະແໜງພາສາສາດ ເພາະເປັນການສຶກສາ ພາສາທີ່ຕິດພັນກັບຂະບວນການສ້າງສັບພາສາໃໝ່ໃນສັງຄົມ ປັດຈຸບັນ, ທັງເປັນການປະເມີນທ່າອ່ຽງທາງດ້ານປະລິມານ ແລະ ປັດໄຈຂອງການປ່ຽນແປງພາສາທີ່ໃຊ້ຕົວຈິງອີກດ້ວຍ. ເນື່ອງຈາກ ວ່າ ທໍາມະຊາດຂອງພາສາໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວມີການປ່ຽນແປງໄປ ຕາມການເວລາ ແລະ ສະພາບແວດລ້ອມຂອງຜູ້ໃຊ້ພາສາ, ເມື່ອ ສະພາບຂອງສັງຄົມມີການປ່ຽນແປງ, ມີຄວາມຈະເລີນກ້າວໜ້າ ຫຼາຍຂຶ້ນ ມະນຸດໄດ້ຮັບເອົາວິທະຍາການ ແລະ ສິ່ງປະດິດໃໝ່ໆຂຶ້ນ ມານໍາໃຊ້ໃນການດໍາລົງຊີວິດ ຈຶ່ງມີຄວາມຈໍາເປັນຕ້ອງສ້າງຄໍາສັບໃ ໝ່ເພີ່ມຂຶ້ນເພື່ອຮອງຮັບສິ່ງເຫຼົ່ານັ້ນ, ເຮັດໃຫ້ເກີດການປ່ຽນແປງ ຂອງພາສາ ເພື່ອໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບຄວາມຮຽກຮ້ອງຕ້ອງການຂອງ ສັງຄົມປັດຈຸບັນທີ່ມີການຂະຫຍາຍຕົວ. ໃນນັ້ນສື່ອອນລາຍຖືວ່າ ເປັນປັດໄຈສໍາຄັນທີ່ມີບົດບາດຕໍ່ຊີວິດປະຈໍາວັນຂອງຄົນທຸກເພດ ທຸກໄວ. ເນື່ອງຈາກວ່າ ອິນເຕີເນັດ ຫຼື ສື່ອອນລາຍເປັນເຄືອຄ້າຍ ຄອມພິວເຕີຂະໜາດໃຫຍ່ຖືກສ້າງຂຶ້ນເພື່ອເຊື່ອມຕໍ່ເຄືອຄ້າຍຫຼາຍ ເຄື່ອຂ່າຍໃນທົ່ວໂລກ ແລະ ກໍໄດ້ຮັບການພັດທະນາຮູບແບບການ ໃຊ້ງານເພື່ອສານຂອງມະນຸດຫຼາຍຂຶ້ນເຊັ່ນ ຈົດໝາຍເອເລັກໂຕນິກ (Email), ການສົນທະນາລະຫວ່າງກັນ (chat), ການປະຊຸມ ທາງໄກຜ່ານອິນເຕີເນັດ (video conference) ແລະ ອື່ນໆ ເຊິ່ງແຕ່ ລະຮູບແບບເປັນປັດໄຈສໍາຄັນທີ່ສົ່ງຜົນສະທ້ອນໃຫ້ພາສາໃນ ສັງຄົມມີການປ່ຽນແປງ ສິ່ງ, ບາຣອນ ແລະ ໂນໂຮ (Singh, 2005), (Baron, 2008), (Noro-a, 2024).

ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງສາມາດສະຫຼຸບຄວາມໄດ້ວ່າ ຄໍາຕະຫຼາດ ຫຼື ສັບ ຕະຫຼາດ ແມ່ນປາກົດການທາງພາສາຢ່າງໜຶ່ງທີ່ຄວນແກ່ການສຶກສາ ຢູ່ໃນພາສາລາວໃນປັດຈຸບັນ. ຫາກພິຈາລະນາຈາກແນວຄິດທົດສະ ດີ ແລະ ຜົນງານການຄົ້ນຄວ້າຂອງນັກວິຊາການຕ່າງປະເທດເຫັນວ່າ ໄດ້ຮັບຄວາມສົນໃຈຄືນຄວ້າຈາກນັກວິຊາການຕ່າງປະເທດທາງ ດ້ານພາສາສາດຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ ແຕ່ຢູ່ໃນປະເທດລາວຍັງບໍ່ທັນມີການ ລົງເລິກຄົ້ນຄວ້າຫຼາຍເທົ່າທີ່ຄວນ; ທັງທີ່ຄໍາຕະຫຼາດເປັນປາກົດການ ໜຶ່ງທາງພາສາທີ່ທຸກໆປະເທດມີເຊິ່ງສົ່ງຜົນສະທ້ອນທັງທາງກົງ ແລະ ທາງອ້ອມຕໍ່ກັບການປ່ຽນແປງທາງພາສາໃນສັງຄົມ. ອີກຢ່າງ ໃນປັດຈຸບັນນີ້, ສື່ອອນລາຍກໍາລັງໄດ້ຮັບຄວາມນິຍົມຊົມຊອບຫຼາຍ ຈາກຄົນທຸກເພດໄວ ໂດຍສະເພາະແມ່ນກຸ່ມໄວໜຸ່ມທີ່ນໍາໃຊ້ເປັນ ເຄື່ອງມືຕິດຕໍ່ສື່ສານ, ເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຫຼື ສະພາບການຕ່າງໆ ໃນສັງຄົມ, ລະບາຍອາລົມຄວາມຮູ້ສຶກຂອງຕົນເພື່ອໃຫ້ກຸ່ມຄົນໃນ ແວດວົງວັງຄົມດຽວກັນໄດ້ຮັບຊາບ. ສະນັ້ນ, ຈຶ່ງປາສະຈາກບໍ່ໄດ້ ເຖິງສັບພາສາຕ່າງປະເທດ ແລະ ການສ້າງສັບໃໝ່ເພື່ອໃຊ້ໃນພາສາ

ລາວ. ຈາກການສັງເກດເບື້ອງຕົ້ນເຫັນວ່າ ຄໍາຕະຫຼາດທີ່ໃຊ້ໃນສື່ ອອນລາຍມີຈໍານວນຫຼາຍ. ດັ່ງນັ້ນ, ຜູ້ສຶກສາຈຶ່ງມີຄວາມສົນໃຈ ຄົ້ນຄວ້າຄໍາຕະຫຼາດທີ່ໃຊ້ໃນສື່ອອນລາຍລາວ.

2. ອຸປະກອນ ແລະ ວິທີການ

2.1 ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນທີ່ໃຊ້ສັບຕະຫຼາດ

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນທີ່ເປັນສັບຕະຫຼາດໃນສື່ອອນລາຍ ໂດຍກໍານົດ ເອົາເພດເພດບຸກທີ່ມີຜູ້ຕິດຕາມຕັ້ງແຕ່ 100.000 ຄົນຂຶ້ນໄປ ທີ່ມີ ການເຄື່ອນໄຫວຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ ແລະ ເຜີຍແຜ່ໃນສື່ສາທະລະໃນ ໄລຍະເດືອນມັງກອນຫາເດືອນຕຸລາ 2024. ໃນນັ້ນມີເພດເພດ ບຸກຈໍານວນ 10 ເພດຄື ເພດທີ່ເປັນທາງການທີ່ເປັນຂອງລັດຈໍາ ນວນ 5 ເພດຄື ສູນການແພດຂ່າວສານສຸຂະສຶກສາ (Center of Information and Education for Health), ສະຖານີວິທະຍຸ ຊາວໜຸ່ມສິນໄຊຍຸກໃໝ່ (Lao Youth Redio FM 90.0 Mzh), ໜັງສືພິມປະເທດລາວ (Pathedlao), ໜັງສືພິມລາວພັດທະນາ (Laophattana News), ຂ່າວເສດຖະກິດການຄ້າ (Lao Economidaily) ແລະ ເພດທີ່ເປັນຂອງພາກເອກະຊົນຈໍານວນ 5 ເພດຄື ມ່ວນ (Moun.la), ລົມກັບໄວໜຸ່ມ (Talk to teen), ວ້າວ ດາລາ, ວາລະສານມະຫາຊົນ (Mahason Magazin) ແລະ ລາວ ໂພດ (Laopost).

ຈາກນັ້ນ, ໄດ້ເກັບກໍາເອົາປະຊາກອນທີ່ເປັນຄໍາຕະຫຼາດທີ່ ໃຊ້ໃນສື່ອອນລາຍທີ່ເຫັນວ່າມີລັກສະນະເດັ່ນ ແລະ ຖືກໃຊ້ຢ່າງແຜ່ ຫຼາຍຈໍານວນ 250 ຄໍາສັບ ເພື່ອຄັດເລືອກມາເປັນປະຊາກອນ ຕົວຢ່າງທີ່ນໍາມາວິເຄາະຕາມແນວຄິດທົດສະດີຕໍ່ໄປ.

2.2 ວິທີເກັບກໍາຂໍ້ມູນ

ການເກັບກໍາຂໍ້ມູນໃນຄັ້ງນີ້ແມ່ນເກັບແບບວິທີງ່າຍດາຍ ໂດຍຜູ້ຄົນຄວ້າໄດ້ຕິດຕາມ ທິບທວນຄືນ, ພ້ອມທັງຈົດບັນທຶກ ຄໍາ ສັບຕະຫຼາດທີ່ພົບເຫັນໃຊ້ໃນສື່ອອນລາຍ ສາທາລະນະໃນເດືອນ ມັງກອນຫາເດືອນຕຸລາ 2024 ຈາກນັ້ນໄດ້ເອົາຄໍາສັບຕະຫຼາດມາ ຈັດລຽງຕາມຕົວອັກສອນແຕ່ອັກສອນ “ກ” ຮອດ ອັກສອນ “ຮ”.

2.3 ວິທີການວິເຄາະຂໍ້ມູນ

ຂໍ້ມູນທັງໝົດທີ່ໄດ້ຈາກສື່ອອນລາຍແມ່ນໄດ້ນໍາມາວິເຄາະ ດ້ວຍວິທີການການພັນລະນາ ແລະ ໄດ້ວິເຄາະຕາມ 9 ລັກສະນະ ໃນການສ້າງຄໍາໃໝ່ຂອງ ຢູນ (Yule, 2005) ຄືການບັນຍັດສັບ (coinage), ການຍື່ມສັບ (borrowing), ການປະສົມຄໍາ (compounding), ການຮວມຄໍາ (blending), ການຜັນຄໍາ (derivation affixation), ການຕັດຄໍາ (clipping), ການປ່ຽນ ໜ້າ ທີ່ ຂ ອ ງ ຄໍ າ (conversion/functional shift/category

change), ການປະສົມອັກສອນຫຍໍ້ (acronym), ການເຕີມໝວຍຄຳແປງ (derivation).

3. ຜົນໄດ້ຮັບ

ການສຶກສາຄຳຕະຫຼາດທີ່ໃຊ້ໃນສື່ອອນລາຍລາວພົບວ່າມີ 2 ລັກສະນະ ຄື ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຕະຫຼາດທາງໂຄງສ້າງ ແລະ ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຕະຫຼາດດ້ວຍລັກສະນະພິເສດ ດັ່ງລາຍລະອຽດລຸ່ມນີ້:

3.1 ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຕະຫຼາດທາງໂຄງສ້າງ

ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຕະຫຼາດທາງໂຄງສ້າງ ມີຈຳນວນ 54 ຄຳສັບ ເຊິ່ງສາມາດຈຳແນກໄດ້ 4 ລັກສະນະ ຄື ການປະສົມຄຳ, ການຊ້ຳຄຳ ການຊ້ອນຄຳ ແລະ ການຕັດຄຳ ດັ່ງລາຍລະອຽດລຸ່ມນີ້:

1) ການປະສົມຄຳ

ການສຶກສາໄດ້ຄົ້ນພົບຄຳຕະຫຼາດທີ່ເປັນຄຳປະສົມຈຳນວນຫຼາຍສົມຄວນ ພົບຈຳນວນ 22 ຄຳສັບ ເຊິ່ງສາມາດແບ່ງອອກເປັນ 2 ລັກສະນະຄື ຄຳປະສົມທີ່ເປັນຄຳລາວປະສົມກັບລາວ ແລະ ຄຳປະສົມທີ່ເປັນຄຳລາວປະສົມກັບຄຳທີ່ມາຈາກພາສາຕ່າງປະເທດ ດັ່ງຕົວຢ່າງຕໍ່ໄປນີ້:

ກ. ຄຳປະສົມແບບຄຳລາວປະສົມຄຳລາວ

ຕົວຢ່າງທີ 1: ການປັກໝູດໃນການໂພສຂາຍສິນຄ້າໃນອອນລາຍໃຫ້ໜ້າສົນໃຈ (ລ: 15/6/2024)

ຈາກຕົວຢ່າງຂ້າງເທິງ ຄຳວ່າ “ປັກໝູດ” ເປັນຄຳປະສົມທີ່ສ້າງມາຈາກການປະສົມຄຳແບບຄຳລາວປະສົມຄຳລາວ ຄື ເປັນການນຳເອົາຄຳວ່າ “ປັກ” ເປັນຄຳກຳມະມີຄວາມໝາຍວ່າ ສຽບ, ແທງເຂົ້າ ຫຼື ຕິດ ແລະຄຳວ່າ “ໝູດ” ເປັນນາມມີຄວາມໝາຍວ່າ ເຂັ້ມ ຫຼື ເຫຼັກທີ່ມີຂະໜາດນ້ອຍແຫຼມມີຫົວ; ເມື່ອນຳເອົາສອງຄຳມາປະສົມເຂົ້າກັນຈຶ່ງໄດ້ຄຳວ່າ “ປັກໝູດ” ມີຄວາມໝາຍທາງຕະຫຼາດວ່າ ບົ່ງບອກຈຸດພິເສດ, ຈຸດສຳຄັນ ຫຼື ຊື້ບອກຈຸດໝາຍໃຫ້ເຫັນຢ່າງຈະແຈ້ງ, ສະແດງເຖິງພື້ນທີ່ສ່ວນໃດໜຶ່ງສຳຄັນ ຫຼື ສີ່ເຖິງສະຖານທີ່ດັ່ງກ່າວໄດ້.

ຂ. ຄຳປະສົມຄຳລາວປະສົມຄຳພາສາຕ່າງປະເທດ

ຕົວຢ່າງທີ 2: ວິທີໂພສຮູບລົງສີ່ໃຫ້ມີຄົນຕິດຕາມ (ລ: 23/8/2024)

ຈາກຕົວຢ່າງຂ້າງເທິງ ຄຳວ່າ “ໂພສຮູບ” ເປັນຄຳທີ່ສ້າງມາຈາກການປະສົມຄຳແບບຄຳລາວປະສົມຄຳພາສາຕ່າງປະເທດ ຄື ເປັນການນຳເອົາຄຳວ່າ “ໂພສ” ເປັນຄຳກຳມະມີຄວາມໝາຍວ່າ ເຜີຍແຜ່, ປະກາດ, ເອົາລົງສູ່ສື່ສາທະລະນະ, ເຮັດໃຫ້ຫຼາຍຄົນໄດ້ເຫັນ ມາຈາກພາສາອັງກິດຄຳວ່າ Post ແລະ ຄຳວ່າ “ຮູບ” ເປັນນາມມີຄວາມໝາຍວ່າ ພາບ, ສິ່ງທີ່ປາກົດເຫັນດ້ວຍຕາ ເຊັ່ນຮູບ

ຖ່າຍ, ຮູບແຕ້ມ, ຮູບພາບ...; ເມື່ອນຳເອົາສອງຄຳມາປະສົມເຂົ້າກັນຈຶ່ງໄດ້ຄຳວ່າ “ໂພສຮູບ” ມີຄວາມໝາຍທາງຕະຫຼາດວ່າ ເຜີຍແຜ່ຮູບພາບ ຫຼື ເອົາຮູບພາບລົງສູ່ສື່ອອນລາຍ ຫຼື ເຄືອຂ່າຍໃນອິນເຕີເນັດ ເພື່ອໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ສື່ອອນລາຍໄດ້ພົບເຫັນ.

2) ການຊ້ອນຄຳ

ພົບວ່າມີຈຳນວນ 12 ຄຳສັບ ສາມາດແບ່ງອອກເປັນ 2 ລັກສະນະຄື ລັກສະນະຄຳຊ້ອນພ້ອງຄວາມໝາຍ ແລະ ຄຳຊ້ອນພ້ອງສຽງ ດັ່ງລາຍລະອຽດລຸ່ມນີ້:

ກ. ການຊ້ອນພ້ອງຄວາມໝາຍ

ຕົວຢ່າງ 3: ໂທລະສັບທີ່ມີກອງຖ່າຍຮູບແບບຄົມຊັດຟູ HD (ສ: 15/6/2024)

ຈາກຕົວຢ່າງຂ້າງເທິງ ຄຳວ່າ “ຄົມຊັດ” ແມ່ນຄຳຊ້ອນທີ່ໄດ້ມາຈາກຄຳວ່າ “ຄົມ” ແມ່ນຄຳຄຸນນາມມີຄວາມໝາຍວ່າ ສ່ວນທີ່ບາງສຸດ, ແຫຼມ, ເຂົ້າດີ, ແຈ້ມແຈ້ງ, ສະຫວ່າງຕາ ແລະນຳມາຊ້ອນກັບຄຳວ່າ “ຊັດ” ແມ່ນຄຳຄຸນນາມມີຄວາມໝາຍວ່າ ຈະແຈ້ງ, ກະຈ່າງ, ບໍ່ມົວ, ເຫັນດີ ເມື່ອນຳເອົາສອງຄຳມາຊ້ອນກັນຈຶ່ງໄດ້ຄຳວ່າ “ຄົມຊັດ” ມີຄວາມໝາຍໃໝ່ວ່າ ພາບຈະແຈ້ງຊັດເຈນດີ, ຄຸນນະພາບສົມຈິງ.

ທັງນີ້, ເມື່ອວິເຄາະຈາກການສ້າງຄຳແລ້ວພົບວ່າ ຄຳວ່າ “ຄົມຊັດ” ເປັນການຊ້ອນຄຳທີ່ເກີດຈາກການນຳເອົາຄຳທີ່ມີລັກສະນະທາງສຽງ ແລະຄວາມໝາຍໃກ້ຄຽງກັນ ຫຼື ໄປທາງດຽວກັນມາຊ້ອນກັນໂດຍໃນບໍລິບົດດັ່ງກ່າວນີ້ເປັນຄຳທີ່ມີຄວາມໝາຍກ່ຽວກັບຄຳຄຸນນາມທີ່ສະແດງເຖິງລັກສະນະການຂອງພາບທີ່ສຳຜັດດ້ວຍຕາວ່າ ຈະແຈ້ງດີ, ບໍ່ມົວ, ສະຫວ່າງຕາສົມຈິງ. ນອກຈາກນັ້ນຄຳວ່າ “ຄົມຊັດ” ຍັງເປັນຄຳທີ່ສ້າງຂຶ້ນເພື່ອສ້າງອາລົມຄວາມຮັບຮູ້ຂອງຜູ້ຮັບສານໃຫ້ຈົນຕະນາການເຫັນພາບທີ່ຊັດເຈນຫຼາຍຂຶ້ນ.

ຂ. ການຊ້ອນພ້ອງສຽງ

ຕົວຢ່າງ 4: ສັງຄົມປັດຈຸບັນນີ້ ປະເຈີດປະເຈີ້ ຢ່າບໍ່ໜ້າອາຍ (ລ: 25/6/2024)

ຈາກຕົວຢ່າງຂ້າງເທິງ ຄຳວ່າ “ປະເຈີດປະເຈີ້” ແມ່ນຄຳຊ້ອນທີ່ໄດ້ມາຈາກຄຳວ່າ “ປະເຈີດ” ແມ່ນຄຳຄຸນນາມມີຄວາມໝາຍວ່າ ແບບເປີດເຜີຍ, ບໍ່ປິດບັງ ແລະ ນຳມາຊ້ອນກັບຄຳວ່າ “ປະເຈີ້” ແມ່ນຄຳຄຸນນາມມີຄວາມໝາຍວ່າ ເປີດເຜີຍ, ບໍ່ປິດບັງ ເມື່ອນຳເອົາສອງຄຳມາຊ້ອນກັນຈຶ່ງໄດ້ຄຳວ່າ “ປະເຈີດປະເຈີ້” ມີຄວາມໝາຍວ່າ ເຮັດແບບເປີດເຜີຍ, ບໍ່ປິດບັງ, ເປັນທີ່ຮັບຮູ້ຢ່າງກວ້າງຂວາງເກີນໄປ.

ທັງນີ້, ເມື່ອວິເຄາະຈາກການສ້າງຄຳແລ້ວພົບວ່າ ຄຳວ່າ “ປະເຈີດປະເຈີ້” ເປັນການຊ້ອນຄຳທີ່ເກີດຈາກການນຳເອົາຄຳທີ່ມີ

ລັກສະນະທາງສຽງ ແລະຄວາມໝາຍໃກ້ຄຽງກັນ ຫຼື ໄປທາງດຽວກັນມາຊ້ອນກັນໂດຍໃນບໍລິບົດດັ່ງກ່າວນີ້ເປັນຄຳທີ່ມີຄວາມໝາຍກ່ຽວກັບຄຳກຳມະທີ່ສະແດງເຖິງການລັກສະນາການເປີດເຜີຍຫຼາຍເກີນໄປ, ບໍ່ມີການປົດບັງ. ນອກຈາກນັ້ນຄຳວ່າ “ປະເຈດີປະເຈີ້” ຍັງເປັນຄຳທີ່ສ້າງຂຶ້ນເພື່ອສ້າງອາລົມຄວາມຮັບຮູ້ຂອງຜູ້ຮັບສານໃຫ້ເກີດການກະຕຸ້ນທາງອາລົມໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນ.

3) ການຕັດຄຳ (ການຮອນພະຍາງ)

ພົບວ່າມີຈຳນວນ 11 ຄຳສັບ ເຊິ່ງສາມາດແບ່ງອອກເປັນ 2 ລັກສະນະຄື ການຕັດຄຳ ຫຼື ພະຍາງໃນພາສາລາວ ແລະ ການຕັດຄຳ ຫຼື ພະຍາງທີ່ມາຈາກພາສາຕ່າງປະເທດ ດັ່ງລາຍລະອຽດລຸ່ມນີ້:

ກ. ການຕັດຄຳ ຫຼື ພະຍາງໃນພາສາລາວ

ຕົວຢ່າງ 5: ຜົນງານຜ່ານມາໄດ້ຮັບຄຳອວຍແບບຫຼິ້ນເຫຼືອ (ລ: 15/6/2024)

ຈາກຕົວຢ່າງຂ້າງເທິງ ຄຳວ່າ “ຄຳອວຍ” ມາຈາກຄຳເຕີມວ່າ “ຄຳອວຍພອນ” ໝາຍເຖິງ ຄຳກ່າວທີ່ປະເສີດ, ຄຳຍ້ອງຍໍ, ຊຶ່ງຊົມຍິນດີ ເຊິ່ງຄຳວ່າ “ອວຍ” ເປັນການສ້າງຄຳດ້ວຍວິທີການຕັດພະຍາງຫຼັງຂອງຄຳ ຄື ຄຳວ່າ “ພອນ” ອອກໃຫ້ເຫຼືອພຽງຄຳວ່າ “ອວຍ” ໂດຍຍັງມີຄວາມໝາຍເຕີມ ຄື ໝາຍເຖິງຄຳຍ້ອງ, ຄຳຊົມຊືມຍິນດີ ແລະ ຊົມເຊີຍສັນລະເສີນ.

ຂ. ການຕັດຄຳ ຫຼື ພະຍາງຈາກພາສາຕ່າງປະເທດ

ຕົວຢ່າງ 6: ຈັດໂປຣເອີໃຈລູກຄ້າ (ລ: 15/6/2024)

ຈາກຕົວຢ່າງຂ້າງເທິງ ຄຳວ່າ “ໂປຣ” ມາຈາກຄຳເຕີມໃນພາສາອັງກິດຄຳວ່າ “Promotion” ໝາຍເຖິງ ການສົ່ງເສີມທາງການຕະຫຼາດ, ການກະຕຸ້ນເຮັດໃຫ້ຄົນສົນໃຈ, ມີຜົນຕໍ່ກັບຈິດໃຈຂອງລູກຄ້າ ເຊິ່ງຄຳວ່າ “ໂປຣ” ເປັນການສ້າງຄຳດ້ວຍວິທີການຕັດພະຍາງຫຼັງຂອງຄຳ ຄືວ່າວ່າ “motion” ອອກໃຫ້ເຫຼືອພຽງຄຳວ່າ “Pro = ໂປຣ” ໂດຍຍັງມີຄວາມໝາຍທາງຕະຫຼາດ ຄື ການສົ່ງເສີມ, ການຈັດກິດຈະກຳ ຫຼື ມີສິດທິພິເສດເພື່ອກະຕຸ້ນ ຫຼື ດຶງດູດໃຫ້ຜູ້ຄົນໃຫ້ມີຄວາມສົນໃຈໃນການຕະຫຼາດ.

4) ການຊ້ຳຄຳ

ການຊ້ຳຄຳພົບຈຳນວນ 8 ຄຳສັບ:

ຕົວຢ່າງ 7: ເມນູເດັດເດັດສົມຄຳລ້ຳລື (ສ: 15/8/2024)

ຈາກຕົວຢ່າງຄຳວ່າ “ເດັດ” ເປັນການສ້າງຄຳດ້ວຍວິທີການຊ້ຳຄຳສອງຄຳທີ່ມີຄວາມຄືກັນຄື ຄຳເຕີມມາຈາກຄຳວ່າ “ເດັດ” ແມ່ນຄຳຄຸນນາມມີຄວາມໝາຍວ່າ ເກັ່ງ, ຫຼາຍ, ສຸດຍອດ ແລະ ໜ້າ

ພໍໃຈ ແລະ ນຳມາຊ້ຳກັບຄຳທີ່ສອງວ່າ “ເດັດ” ມີຄວາມໝາຍຄືກັນພຽງແຕ່ເພີ່ມສຽງວັນນະຍຸດຕິເຂົ້າໄປ ທັງນີ້ເພື່ອສະແດງລັກສະນະທາງສຽງໃຫ້ໃກ້ຄຽງກັບໃນພາສາເວົ້າຫຼາຍທີ່ສຸດ ນອກຈາກນີ້ຍັງສະແດງການເນັ້ນຄວາມໝາຍຂອງຄຳອີກດ້ວຍ ກ່າວຄືໃນຄຳວ່າ “ເດັດເດັດ” ເປັນຄຳທີ່ມີການເນັ້ນຄວາມໝາຍ ແລະ ໃຫ້ຄວາມໝາຍທາງອາລົມຫຼາຍກວ່າຄຳວ່າ “ເດັດ” ນອກຈາກນີ້ບາງຄັ້ງຄຳດັ່ງກ່າວຍັງສາມາດສື່ຄວາມໝາຍໂນ້ມນ້ຳວ, ຊວນເຊື່ອ ຫຼື ໂຄສະນາໃຫ້ຜູ້ອ່ານ ຫຼື ຜູ້ຟັງເກີດຄວາມເຫັນດີເຫັນພ້ອມ ແລະ ເພິ່ງພໍໃຈນຳ.

3.2 ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຕະຫຼາດດ້ວຍລັກສະນະພິເສດ

ຜ່ານການສຶກສາລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຕະຫຼາດດ້ວຍລັກສະນະພິເສດ ພົບວ່າມີຈຳນວນ 98 ຄຳສັບ ໃນນັ້ນສາມາດແບ່ງອອກເປັນ 3 ລັກສະນະຄື ການສະກົດຄຳ, ການໃຊ້ຄຳຢືມ ແລະ ການໃຊ້ອັກສອນຫຍໍ້ ດັ່ງລາຍລະອຽດລຸ່ມນີ້:

1) ການສະກົດຄຳ

ຜ່ານການສຶກສາລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຕະຫຼາດດ້ວຍການສະກົດຄຳ ພົບຈຳນວນ 28 ຄຳສັບ ເຊິ່ງສາມາດຈັດແບ່ງອອກເປັນ 2 ລັກສະນະ ຄື ການໃຊ້ຕົວສະກົດຫຼາຍຕົວແລະຕົວສະກົດພິເສດ ແລະ ການໃຊ້ໄມ້ກະລັນ.

ກ. ການໃຊ້ຕົວສະກົດຫຼາຍຕົວແລະຕົວສະກົດພິເສດ

ຕົວຢ່າງ 8: ເປີດຄອສຮຽນຮຽນພາສາອັງກິດຊ່ວງພັກແລ້ງ (ວ: 9/7/2024)

ຈາກຕົວຢ່າງຂ້າງເທິງຄຳວ່າ “ຄອສ” ແມ່ນຕະຫຼາດທີ່ສ້າງດ້ວຍວິທີການສະກົດຄຳທີ່ໃຊ້ຕົວສະກົດພິເສດທີ່ນອກ ເໜືອຈາກຕົວສະກົດທັງແປດໃນພາສາລາວຄືຕົວ “ສ” ມາສະກົດຄຳທີ່ຮັບມາຈາກພາສາຕ່າງປະເທດທີ່ມາຈາກຄຳວ່າ “course” ເຊິ່ງມີຄວາມໝາຍວ່າ ຫຼັກສູດ, ລາຍວິຊາຮຽນ, ການຮຽນໃນລະບົບ ໂດຍຄຳດັ່ງກ່າວເກີດການຖອດສຽງເດີມໃນພາສາອັງກິດແລ້ວສະກົດເປັນພາສາລາວເພື່ອໃຫ້ມີສຽງໃກ້ຄຽງກັບສຽງພາສາທີ່ຮັບມາຄືສຽງ ໃນພາສາອັງກິດ “S = ສ” ເຊິ່ງກົງກັບຕົວສະກົດໃນພາສາລາວແມ່ນຕົວ “ດ”.

ຂ. ການໃຊ້ໄມ້ກະລັນ

ຕົວຢ່າງ 9: ຊ່ວຍກົດແຊຣ໌ ແລະ ເປັນກຳລັງໃຈໃຫ້ໝູ່ມໆ (ວ: 25/7/2024)

ຈາກຕົວຢ່າງຂ້າງເທິງຄຳວ່າ “ແຊຣ໌” ແມ່ນສ້າງຄຳຕະຫຼາດທີ່ສ້າງດ້ວຍວິທີການສະກົດຄຳພິເສດໂດຍມີການໃຊ້ໄມ້ກະລັນມາກຳກັບ ຫຼື ຄວບຄຸມບໍ່ໃຫ້ອອກສຽງອອກສຽງ “ຣ” ເຊິ່ງຄຳດັ່ງກ່າວເປັນຄຳທີ່ຖອດມາຈາກຄຳໃນພາສາຕ່າງປະເທດ ຄຳວ່າ Share ເຊິ່ງ

ມີຄວາມໝາຍວ່າ ແບ່ງປັນ, ເຜີຍແຜ່, ຂະຫຍາຍອອກໄປ, ຮ່ວມກັນ ເພື່ອໃຫ້ມີສຽງໃກ້ຄຽງກັບສຽງພາສາທີ່ຮັບມາ ແລະ ທັງຈຳແນກຄຳ ຄວາມໝາຍຂອງຄຳນີ້ໃຫ້ຮູ້ວ່າຕ່າງຈາກຄຳອື່ນຈຶ່ງໄດ້ໃຊ້ໄມ້ກະລັນ ໝາຍບອກໃຫ້ຊາບ.

2) ການຍົມຄຳຈາກພາສາຕ່າງປະເທດ

ການສຶກສາໃນຄັ້ງນີ້ພົບເຫັນການສ້າງຄຳຕະຫຼາດທີ່ໄດ້ມາ ຈາກການຍົມຄຳຈາກພາສາຕ່າງປະເທດຈຳນວນຫຼາຍ ພົບຈຳນວນ 56 ຄຳສັບ ເຊິ່ງສາມາດແບ່ງອອກເປັນ 2 ລັກສະນະ ຄື ການຍົມ ໂດຍມີການດັດແປງມາເປັນຮູບຄຳລາວ ແລະ ວິທີການຍົມໂດຍບໍ່ ໄດ້ດັດແປງຮູບຄຳ (ຮັກສາຮູບຄຳເດີມ) ດັ່ງລາຍລະອຽດລຸ່ມນີ້:

ກ. ການຍົມຄຳຕ່າງປະເທດໂດຍມີການດັດແປງ ຮູບຄຳເປັນຄຳລາວ

ຕົວຢ່າງ 10: ອິນບໍ່ອກມາໄດ້ຢູ່ໃຕ້ຄອມເມັັນ
(ລ: 28/7/2024)

ຈາກຕົວຢ່າງຂ້າງເທິງ ຄຳວ່າ “ອິນບໍ່ອກ” ເປັນຄຳທີ່ຍົມມາ ຈາກພາສາອັງກິດໃນຄຳວ່າ “inbox” ໝາຍເຖິງ ກ່ອງຈົດໝາຍ ຫຼື ຂໍ້ຄວາມໃຊ້ສຳລັບສື່ສານລະຫວ່າງຜູ້ຮັບ ແລະ ຜູ້ສົ່ງໂດຍສະເພາະ ໃນເຟດບຸກ ແຕ່ໃນຄວາມໝາຍຕະຫຼາດໃນການນຳໃຊ້ພັດໝາຍ ເຖິງ ການສະແດງຄວາມຄິດເຫັນ, ການສົ່ງຄວາມຄິດເຫັນຂອງຕົນ ເອງຝາກໄວ້ຢູ່ໃນກ່ອງຄວາມຄິດເຫັນທີ່ມີການກຳນົດໄວ້ ແລະ ຍັງ ມີຄຳວ່າ “ຄອມເມັັນ” ເປັນຄຳທີ່ຍົມມາຈາກພາສາອັງກິດ “comment” ໝາຍເຖິງ ການສະແດງຄວາມຄິດເຫັນ ແຕ່ໃນ ຄວາມໝາຍຕະຫຼາດໃນການນຳໃຊ້ພັດເຖິງ ສະຖານທີ່ສະແດງ ຄວາມຄິດເຫັນ ຫຼື ກ່ອງຮັບຂໍ້ຄວາມ. ນອກນັ້ນ, ຄຳວ່າ “ຄອມ ເມັັນ” ຍັງມີຄວາມໝາຍທ່າອ່ຽງໄປທາງດ້ານລົບ ຕົວຢ່າງ “ລາວຖືກ ຄອມເມັັນ” ໝາຍເຖິງ ການຖືກຕຳໜິຕິຕຽນ, ຖືກເວົ້າຈາວຳຮ້າຍ ຫຼື ຖືກຄົນອື່ນເວົ້າໃຫ້ໃນທາງທີ່ລົບ.

ຂ. ການຍົມຄຳຈາກພາສາຕ່າງປະເທດທີ່ ບໍ່ ດັດແປງຮູບຄຳ (ຮັກສາຮູບເດີມ)

ຕົວຢ່າງ 11: ຢາກດຶງດູດຄວາມສົນໃຈຕ້ອງສ້າງ Content ທີ່ໜ້າດຶງດູດ (ລ: 28/7/2024)

ຈາກຕົວຢ່າງຂ້າງເທິງ ຄຳວ່າ “Content” ເປັນຄຳທີ່ຍົມມາ ຈາກພາສາອັງກິດທີ່ມີການນຳໃຊ້ຮູບຄຳເດີມໃນພາສາທີ່ຍົມມາ ເຊິ່ງ ມີຄວາມໝາຍ ເນື້ອໃນ, ໃຈຄວາມ, ຫົວຂໍ້ ແຕ່ໃນຄວາມໝາຍ ຕະຫຼາດໃນການນຳໃຊ້ມີຄວາມໝາຍວ່າ ປະເດັນ, ບັນຫາ, ເນື້ອໃນ ແນວຄວາມຄິດສ້າງສັນ ຫຼື ຫົວຂໍ້ທີ່ຈະນຳສະເໜີ, ເນື້ອໃນທີ່ຖືກ ສ້າງຂຶ້ນເພື່ອໃຫ້ໜ້າສົນໃຈ ເປັນການໃຊ້ພາສາເພື່ອສ້າງຄວາມ

ເຂົ້າໃຈຢ່າງຈະແຈ້ງໃຫ້ແກ່ກຸ່ມຜູ້ໃຊ້ ແລະ ເປັນການຍົກລະດັບໃຫ້ ຜູ້ຮັບສານເຫັນວ່າມີຄວາມທັນສະໄໝຫຼາຍຂຶ້ນ.

3) ການໃຊ້ອັກສອນຫຍໍ້

ຜ່ານການສຶກສາຄຳຕະຫຼາດໃນສື່ອອນລາຍລາວພົບການ ໃຊ້ອັກສອນຫຍໍ້ ຈຳນວນ 13 ຄຳສັບ ສາມາດແບ່ງອອກເປັນ 2 ລັກສະນະຄື ອັກສອນຫຍໍ້ທີ່ເປັນພາສາລາວ ແລະ ພາສາ ຕ່າງປະເທດ ດັ່ງລາຍລະອຽດລຸ່ມນີ້:

ກ. ການໃຊ້ອັກສອນຫຍໍ້ທີ່ເປັນພາສາລາວ

ຕົວຢ່າງ 12: ໝຸ່ມໜ້າສາຍ ໖ ທີ່ສາວໆໄຝ່ຝັນ
(ວ: 26/7/2024)

ຈາກຕົວຢ່າງຂ້າງເທິງຄຳວ່າ “ສາຍ ໖” ເດີມມາຈາກຄຳວ່າ “ສາຍຝຣັ່ງ” ໝາຍເຖິງຄົນຝຣັ່ງ ຫຼື ຄົນຜິວຂາວແຖບເອີຣົບ. ດັ່ງນັ້ນ , ຈະເຫັນໄດ້ວ່າຄຳດັ່ງກ່າວເປັນການສ້າງຄຳດ້ວຍວິທີການໃຊ້ ອັກສອນຫຍໍ້ໂດຍນຳເອົາພະຍາຍາງທິສອງຂອງຄຳມາແຍກສະຫຼະ ອອກໃຫ້ເຫຼືອແຕ່ພະຍັນຊະນະຕົວແກນ “ຝ” ເພື່ອສື່ຄວາມໝາຍ ທາງຕະຫຼາດໃນລັກສະນະການຢອກໄຍເພື່ອສ້າງຄວາມເປັນກັນ ເອງ ແລະ ບໍ່ໃຫ້ເປັນລັກສະນະທາງການເກີນໄປ.

ຂ. ການໃຊ້ອັກສອນຫຍໍ້ທີ່ ເປັນພາສາຕ່າງປະ ເທດ

ຕົວຢ່າງ 13: ປັດຈຸບັນ AI ເຂົ້າມາມີບົດບາດໃນຫຼາຍ ຂະແໜງການ (ສ: 8/8/2024)

ຈາກຕົວຢ່າງຂ້າງເທິງຄຳວ່າ “AI” ເດີມມາຈາກຄຳວ່າ “Artificial Intelligence” ໝາຍເຖິງ ປັນຍາປະດິດ ຫຼື ລະບົບ ປະມວນຜົນທີ່ມີການວິເຄາະຢ່າງເລິກເຊິ່ງຄ້າຍຄວາມສະຫຼາດຂອງ ມະນຸດ. ດັ່ງນັ້ນ, ຈະເຫັນໄດ້ວ່າຄຳດັ່ງກ່າວເປັນການສ້າງຄຳດ້ວຍ ວິທີການໃຊ້ອັກສອນຫຍໍ້ໂດຍນຳເອົາພະຍັນຊະນະຕົວແກນຂອງ ພະຍາຍາງທິໜຶ່ງ ແລະ ທິສອງຂອງຄຳມາແຍກສະຫຼະອອກໃຫ້ເຫຼືອແຕ່ ພະຍັນຊະນະຕົວແກນເພື່ອສື່ຄວາມໝາຍທາງຕະຫຼາດໃນລັກຫຍໍ້ ຄວາມເຂົ້າໃຫ້ສັ້ນກະທັດຮັດ ແລະ ມີລັກສະນະສະເພາະກຸ່ມ.

4. ວິພາກຜົນ

ການສຶກສາຄຳຕະຫຼາດທີ່ໃຊ້ໃນສື່ອອນລາຍລາວຜ່ານການ ສຶກສາພົບວ່າມີ 2 ລັກສະນະໃຫຍ່ຄື ລັກສະນະທາງໂຄງສ້າງ ແລະ ລັກສະນະພິເສດ. ໃນນັ້ນພົບວ່າລັກສະນະທາງໂຄງສ້າງປາກົດມີ 4 ລັກສະນະຍ່ອຍ ຄື ການປະສົມຄຳ, ການຊ້ຳຄຳ ການຊ້ອນຄຳ, ການ ຕັດຄຳ ແລະ ລັກສະນະພິເສດປາກົດວ່າມີ 3 ລັກສະນະຍ່ອຍຄື ການສະກົດຄຳ, ການໃຊ້ຄຳຍົມ ແລະ ການໃຊ້ອັກສອນຫຍໍ້. ເມື່ອນຳເອົາຜົນການຄົ້ນຄວ້າມາວິພາກບົດຄົ້ນຄວ້າຂອງ (Singthong, 2017) ສຶກສາການໃຊ້ຄຳຕະຫຼາດໃນເວັບເພດ

ອີຈຽບລຽບດ່ວນ ເຊິ່ງເກັບຂໍ້ມູນຈາກເຟດບຸກ ເວັບເພດ ອີຈຽບ ລຽບດ່ວນ ໂດຍສຶກສາ 2 ດ້ານຄື ດ້ານສຽງ ແລະ ດ້ານຄວາມໝາຍ ຈຳນວນ 100 ຄຳ. ຜົນການສຶກສາພົບວ່າ ດ້ານສຽງ ມີການປ່ຽນແປງ ງ່າຍເປັນອັນດັບໜຶ່ງ, ການຕັດສຽງເປັນອັນດັບສອງ, ພົບດ້ານການ ກົມກົນສຽງເປັນອັນດັບສາມ ແລະ ພົບດ້ານການຕີມສຽງເປັນອັນ ດັບສີ່, ພົບດ້ານການຜັນສຽງເປັນອັນດັບຫ້າ ແລະ ການສັບສຽງ ແມ່ນບໍ່ປາກົດ; ສ່ວນດ້ານຄວາມໝາຍ ພົບດ້ານຄວາມໝາຍທາງ ອຸປະມາ ຫຼື ຄວາມໂດຍໄນຫຼາຍເປັນອັນດັບໜຶ່ງ ແລະ ພົບດ້ານ ຄວາມໝາຍໃນບໍລິບົດເປັນອັນດັບສອງ ແລະ ບົດຄົ້ນຄວ້າຂອງ (Laion & WANG, 2023) ໄດ້ຄົ້ນຄວ້າຄຳຢືມພາສາຈີນໃນ ພາສາລາວ, ຜົນການຄົ້ນຄວ້າພົບວ່າ ນອກຈາກພົບຮູບແບບການ ຢືມແບບດົງຄວາມ ແລະ ຮູບແບບການຢືມແບບການແປແລ້ວ ພິເສດຍັງຄົ້ນພົບຮູບແບບການຢືມດ້ວຍຮູບແບບອື່ນໆອີກຄື ຮູບ ແບບການແຕ່ງສຽງ, ການເພີ່ມ ຫຼື ການຕັດພະຍາງໃນຄຳ.

ຜ່ານການພິຈາລະນາຜົນການຄົ້ນຄວ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງທັງສອງ ບົດເຫັນວ່າຈຸດຄ້າຍຄືກັນ ແລະ ຕ່າງກັນດັ່ງຄື ຈຸດຄ້າຍຄືກັນເຫັນວ່າ ຜົນການສຶກສາການໃຊ້ຄຳຕະຫຼາດໃນເວັບເພດອີຈຽບລຽບດ່ວນ ແມ່ນເນັ້ນການຄົ້ນຄວ້າ ຄຳສະແດງສອງດ້ານ ຄື ດ້ານສຽງ ແລະ ດ້ານຄວາມໝາຍ ແມ່ນສອດຄ່ອງກັບຜົນການຄົ້ນຄວ້າໃນ ລັກສະນະການທຶສອງຄື ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຕະຫຼາດດ້ວຍ ລັກສະນະພິເສດ ແລະ ຜົນການສຶກສາຄຳຢືມພາສາຈີນໃນພາສາ ລາວພົບວ່າກົງກັບຜົນການຄົ້ນຄວ້າລັກສະນະທີ່ໜຶ່ງຄື ລັກສະນະ ການໃຊ້ຄຳຕະຫຼາດທາງໂຄງສ້າງ; ສ່ວນຈຸດຕ່າງເຫັນວ່າ ທັງສອງບົດ ເນັ້ນການອະທິບາຍພຽງພາບລວມຂອງລັກສະນະການໃຊ້ຄຳເພື່ອ ໃຫ້ຜູ້ອ່ານເຂົ້າໃຈເຖິງລັກສະນະການໃຊ້ຄຳ ແລະ ການສ້າງຄຳໂດຍ ເນັ້ນດ້ານປະຫວັດທີ່ມາຂອງຄຳທີ່ຖືກນຳມາໃຊ້ຫຼາຍກວ່າການລົງ ເລິກອະທິບາຍລັກສະນະການໃຊ້ຕົວຈິງທີ່ປາກົດໃນບໍລິບົດ; ດັ່ງນັ້ນ, ຜົນການຄົ້ນຄວ້າໃນຄັ້ງຜູ້ສຶກສາຈຶ່ງພະຍາຍາມສັງລວມທິດ ສະດີ ແລະ ປະຊາກອນຕົວຢ່າງໃຫ້ຫຼາກຫຼາຍເພື່ອອະທິບາຍ ແລະ ສ້າງເປັນເກນລະອຽດເພື່ອໃຫ້ສາມາດເຂົ້າໃຈເຖິງລັກສະນະ ສະເພາະຂອງຄຳຕະຫຼາດທີ່ນຳໃຊ້ໃນບໍລິບົດອອນລາຍ ເພື່ອໃຫ້ຜູ້ ອ່ານນຳໄປເປັນແນວທາງໃນການສຶກສາຄົ້ນຄວ້າກ່ຽວກັບບັນຫາ ການໃຊ້ພາສາໃນຂົງເຂດອື່ນຕໍ່ໄປ.

5. ສະຫຼຸບ

ສະຫຼຸບລວມແລ້ວ, ຜ່ານການສຶກສາກ່ຽວກັບການການ ໃຊ້ຄຳຕະຫຼາດໃນສື່ອອນລາຍລາວ ພົບວ່າມີ 2 ລັກສະນະ ຄື ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຕະຫຼາດທາງໂຄງສ້າງ ແລະ ລັກສະນະການ ໃຊ້ຄຳຕະຫຼາດດ້ວຍລັກສະນະພິເສດ. ໃນນັ້ນພົບວ່າ ລັກສະນະ

ການໃຊ້ຄຳຕະຫຼາດດ້ວຍລັກສະນະພິເສດພົບເຫັນຫຼາຍທີ່ສຸດ; ການໃຊ້ຄຳຕະຫຼາດວິທີນີ້ສ່ວນຫຼາຍແມ່ນຄຳທີ່ຢືມມາຈາກພາສາ ຕ່າງປະເທດ ແລະ ການນຳເອົາຄຳເດີມມາປັບປຸງ ຫຼື ປ່ຽນແປງ ຄວາມໝາຍ, ຮູບສັບ ແລະ ສຽງເພື່ອນຳມາສື່ຄວາມໝາຍທາງ ອາລົມໃຫ້ມີລັກສະນະໃກ້ຄຽງກັບສຽງເວົ້າຫຼາຍທີ່ສຸດ. ສ່ວນ ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຕະຫຼາດທາງໂຄງສ້າງ ແມ່ນເນັ້ນໄປທາງ ຂະບວນການສ້າງສັບໃໝ່ເພື່ອໃຫ້ພຽງພໍກັບຄວາມຮຽກຮ້ອງ ຕ້ອງການຂອງກຸ່ມຜູ້ໃຊ້ພາສາເຊັ່ນ ຮຽກວັດຖຸສິ່ງຂອງ, ເຫດການ, ປາກົດການຕ່າງໆທາງສັງຄົມທີ່ເກີດຂຶ້ນພ້ອມກັບຂະບວນການ ພັດທະນາທາງວິທະຍາການໃນປັດຈຸບັນ.

ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ການໃຊ້ພາສາຢູ່ໃນສັງຄົມກໍຄວນ ຮູ້ຈັກຂອບເຂດ ແລະ ບໍລິບົດຂອງການໃຊ້ພາສາຢ່າງຊັດເຈນ. ເນື່ອງຈາກວ່າ ການໃຊ້ພາສາສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນລະດັບວັດທະນະທຳ ຂອງຄົນ ແລະ ການໃຊ້ພາສາຢູ່ໃນສັງຄົມກໍມີຫຼາຍລະດັບແຕກຕ່າງ ກັນເຊັ່ນ ລະດັບພາສາທາງການ, ເຄິ່ງທາງການ ແລະ ບໍ່ເປັນທາງ ການ. ໃນນັ້ນ, ຄຳຕະຫຼາດກໍຖືກຈັດເປັນປະເພດຄຳຢູ່ໃນລະດັບ ພາສາທີ່ບໍ່ເປັນທາງການ ຫຼື ບໍ່ໄດ້ມາດຕະຖານ. ດັ່ງນັ້ນ, ຜູ້ໃຊ້ພາສາ ຄວນຄຳນຶງໃນການເລືອກໃຊ້ໃຫ້ຖືກຕ້ອງຕາມບໍລິບົດຂອງການໃຊ້ ພາສາກໍຄືກາລະ-ເທສະພ້ອມ.

6. ຂໍ້ຂັດແຍ່ງ

ຂ້າພະເຈົ້າໃນນາມຜູ້ຄົ້ນຄວ້າວິທະຍາສາດ ຂໍປະຕິຍານຕົນ ວ່າ ຂໍ້ມູນທັງໝົດທີ່ມີໃນບົດຄວາມວິຊາການດັ່ງກ່າວນີ້ ແມ່ນບໍ່ມີຂໍ້ ຂັດແຍ່ງທາງຜົນປະໂຫຍດກັບພາກສ່ວນໃດ ແລະ ບໍ່ໄດ້ເອື້ອ ປະໂຫຍດໃຫ້ກັບພາກສ່ວນໃດພາກສ່ວນໜຶ່ງ, ກໍລະນີມີການ ລະເມີດ ໃນຮູບການໃດໜຶ່ງ ຂ້າພະເຈົ້າມີຄວາມຍິນດີ ທີ່ຈະ ຮັບຜິດຊອບແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວ.

7. ເອກະສານອ້າງອີງ

Baron. (2008). *Always on: Language in an Online and Mobile World*. New York: Oxford.
 Coulmas, F. (1997). *The Handbook of Sociolinguistics*. Blackwell Publishers Ltd, Hoboken.
 Cruse, D. A. (2001). *Meaning in Language*. Oxford: Oxford University Press.
 Flexner, S. B. (1975). *Preface and Introduction to the Appendix. In Dictionary of American Slang*. New York: Thomas Y. Crowell.
 Judith Pearsall, B. T. (1991). *Encyclopedic English Dictionary*. The Oxford.
 Krejcie, R., & Morgen, D. (1970). *Determining Sample Size for Research Activities*. Educational and Psychological Measurement.

- Laion, N., & WANG, L. (2023). *Chinese borrowing patterns in Lao Language*. Souphanouvong University Journal of Multidisciplinary Research and Development: ISSN 2521-0653.
- Menchen, T. W. (1988). *English in Its Social Context: Essay in Historical Linguistics*. London: Oxford University Press. .
- Noro-a, S. (2024). *Features of Language Used of Thai Teenagers on Social Media* . Hatyai University.
- Partridge. (1954). *The world of words; an introduction to language in general and to English and American in particular*. London: H. Hamilton.
- Simpson, A. &. (1993). *The Oxford Dictionary of Modern Slang*. Oxford New York: Oxford University Press.
- Singh, J. &. (2005). *Exploring Language Change*. NY: Routledge.
- Singthong, U. (2017). *A Study of Slang Usage on E-Jeab Leabduan Facebook Page*. khamphengphet University.
- Spears, A. R. (1982). *Slang and Euphemism. (Abridged edition)*. United States of America: A signet book, New American Library.
- Yule. (2005). *The Study of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.