

ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວ: ກໍລະນີສຶກສາບໍລິບົດທາງການ ແລະ ບໍ່ເປັນທາງການ

ຈິນດາ ສີພາລາ*, ບຸນເລີດ ແສງສຸລິນ¹

*ພາກວິຊາພາສາ-ວັດທະນະທຳລາວ, ຄະນະອັກສອນສາດ, ມະຫາວິທະຍາໄລແຫ່ງຊາດ

¹ສູນຄົ້ນຄວ້າພາສາລາວ, ຄະນະອັກສອນສາດ, ມະຫາວິທະຍາໄລແຫ່ງຊາດ

ບົດຄັດຫຍໍ້

ການສຶກສາມີຈຸດປະສົງເພື່ອວິເຄາະລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວກໍລະນີສຶກສາໃນບໍລິບົດທາງການ ແລະ ບໍ່ເປັນທາງການ. ການສຶກສາຄັ້ງນີ້ໄດ້ເກັບກຳຂໍ້ມູນ 1,000 ສັບສຳນວນຈາກເຟດບຸກ ແລະ ນະວະນິຍາຍອອນລາຍໃນແອັບຈອຍລະດາ, ກ່ອນ ຈະສຸ່ມຕົວຢ່າງ 278 ສັບສຳນວນມາວິເຄາະຕາມແນວຄິດທິດສະດີພາສາສາດສັງຄົມອອນລາຍ. ຜົນການສຶກສາພົບວ່າລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນແບ່ງອອກເປັນ 2 ລັກສະນະຄື: ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນບໍລິບົດທາງການ (46.04%) ແລະ ບໍ່ເປັນທາງການ (53.95%), ເຊິ່ງທັງສອງບໍລິບົດມີການໃຊ້ທັງຮູບສັບເດີມ (ເຊັ່ນ: ຄຳຮຽນສຽງ, ຄຳປະສົມໃໝ່) ແລະ ຮູບສັບໃໝ່ (ເຊັ່ນ: ຄຳຢືມພາສາຕ່າງປະເທດ, ອັກສອນຫຍໍ້, ສັນຍາລັກ). ຂໍ້ຄົ້ນພົບທີ່ໂດດເດັ່ນຄືການນຳໃຊ້ ຄຳຢືມ ແລະ ອັກສອນຫຍໍ້ຈາກຕ່າງປະເທດ ທີ່ປາກົດໃນທັງສອງບໍລິບົດ ເຊິ່ງສະທ້ອນເຖິງແນວໂນ້ມການຫັນເປັນມາດຕະຖານຂອງພາສາທີ່ບໍ່ເປັນທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວ. ຜົນການຄົ້ນຄວ້ານີ້ເປັນຂໍ້ມູນສຳຄັນສຳລັບການພັດທະນາພາສາລາວໃນຍຸກດິຈິຕອນຕໍ່ໄປ.

ຄຳສັບຫຼັກ: ລັກສະນະການໃຊ້ພາສາ, ບໍລິບົດທາງການ, ບໍລິບົດບໍ່ເປັນທາງການ, ການປ່ຽນແປງຂອງພາສາລາວ, ພາສາລາວໃນສື່ອອນລາຍ.

* ຕິດຕໍ່ພົວພັນ: ຈິນດາ ສີພາລາ, ໂທ: 020 92919189; ອີເມວ: Chindarseepharlar363@gmail.com

Characteristics of Lexical and Phraseological Usage in Lao Social Media: A Case Study of Formal and Informal Contexts

Chindar Seepharlar*, Bounleuth Sengsoulin¹

^{*}Department of Lao Language and Culture, Faculty of Letters, National University of Laos

¹Lao Language Research Center, Faculty of Letters, National University of Laos

Abstract

This study aimed to analyze the characteristics of lexical and phraseological usage in both formal and informal contexts on Lao social media. We collected 1,000 lexical items and phrases from Facebook and online novels on the Joylada application, then randomly sampled 278 for analysis based on sociolinguistic theories of online language. Our findings indicate that lexical and phraseological usage can be categorized into two main characteristics: formal usage (46.04%) and informal usage (53.95%). Both contexts display the use of original word forms (e.g., onomatopoeia, new compounds) and innovative word forms (e.g., foreign loanwords, acronyms, symbols). A notable discovery is the prominent use of foreign loanwords and acronyms across both contexts. This reflects a trend toward the standardization of informal language on Lao social media, providing crucial information for the future development of the Lao language in the digital age.

Key words: Language Characteristics, Formal context, Informal context, Lao Language Changes, Lao Language in Online Media

*Correspondence: Chinda Seepharlar; Tel: 020 92919189; Email: chindarseepharlar363@gmail.com

1. ພາກສະເໜີ

1.1 ຄວາມເປັນມາ ແລະ ຄວາມສໍາຄັນຂອງບັນຫາ

ພາສາລາວ ເປັນມໍລະດົກອັນລ້ຳຄ່າທີ່ມີອາຍຸຫຼາຍກວ່າ 5,000 ປີມາແລ້ວ ແລະ ຈັດຢູ່ໃນກຸ່ມຕະກູນໄຕ-ກະໄດ, ມີວິວັດທະນາການຄຽງຄູ່ກັບການປ່ຽນແປງທາງສັງຄົມມາໂດຍຕະຫຼອດ. ຕັ້ງເດີມແລ້ວພາສາລາວມີລັກສະນະເປັນຄໍາໂດດ, ຄໍາດ່ຽວ, ຄໍາປ່ຽວ ແລະ ພະຍາງດຽວ ເຊັ່ນ ພໍ່, ແມ່, ໄປ, ມາ... ພາສາລາວໄດ້ຮັບອິດທິພົນຈາກການພົວພັນທາງວັດທະນະທຳ, ໂດຍສະເພາະການຮັບເອົາພຸດທະສາສະໜາທີ່ມາພ້ອມອັກສອນສັນສະກິດ ແລະ ປາລີ (ໂດຍຖືກດັດແປງຜ່ານພາສາມອນ-ພະມ້າ) ເຊິ່ງນຳໄປສູ່ການພັດທະນາຮູບແບບຕົວໜັງສືລາວຈົນເຖິງປັດຈຸບັນ (Phomme, 2015, pp. 31-42).

ການຈັດແບ່ງໄລຍະວິວັດທະນາການຂອງພາສາລາວ ນັກວິຊາການດ້ານພາສາສາດໄດ້ອີງໃສ່ສອງບ່ອນອີງຄື ອີງຕາມໄລຍະຮ່ວມສຳພັນກັບພາສາອື່ນແບ່ງອອກເປັນສາມໄລຍະຄື ໄລຍະທີ່ພົວພັນໃກ້ຊິດກັນໃນກຸ່ມພາສາຕະກູນດຽວ (ພາສາຄໍາໂດດ), ໄລຍະພົວພັນກັບພາສາຕ່າງຕະກູນໃນເຂດອາຊີ (ພາສາຫຼາຍພະຍາງປ່ຽນຮູບຄໍາ) ແລະ ໄລຍະພົວພັນກັບພາສາເອີຣົບ. ອີງຕາມໄລຍະການຜັນປ່ຽນທາງດ້ານປະຫວັດສາດອາດແບ່ງອອກເປັນຫ້າໄລຍະຄື ໄລຍະກໍ່ຕົວ, ໄລຍະຕັ້ງກຸ່ມຫົວເມືອງລາວ, ໄລຍະລາວເອກະພາບ I, ໄລຍະລາວແຕກແຍກ ແລະ ໄລຍະລາວເອກະ

ພາບ II. ເມື່ອສົມທຽບສອງບ່ອນອີງແລ້ວຈະເຫັນວ່າໄລຍະທີ່ໜຶ່ງຂອງສອງບ່ອນອີງຕົກຢູ່ໃນໄລຍະດຽວກັນ, ໄລຍະສອງຂອງບ່ອນອີງທີ່ໜຶ່ງກວມເອົາທັງໄລຍະທີ່ສອງ ແລະ ໄລຍະທີ່ສາມຂອງບ່ອນອີງທີ່ສອງ, ໄລຍະສາມຂອງບ່ອນອີງທີ່ໜຶ່ງກວມເອົາສອງໄລຍະທ້າຍຂອງບ່ອນອີງທີ່ສອງ (Thongmixay, 2016)

ຈາກຫຼັກຖານຂ້າງເທິງສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ພາສາລາວບໍ່ໄດ້ຢຸດໜັ້ງແຕ່ກົງກັນຂ້າມພາສາລາວກັບມີການປ່ຽນແປງຢູ່ຕະຫຼອດເວລາໂດຍອີງໃສ່ໄລຍະຮ່ວມສຳພັນກັບພາສາອື່ນຈະເຫັນໄດ້ວ່າ ແຕ່ລະໄລຍະລ້ວນແຕ່ມີການປັດໄຈແຕກຕ່າງກັນມາກະທົບເຮັດພາສາມີການພັດທະນາ ແລະ ປ່ຽນແປງໄປຕາມການເວລາເພື່ອຮັບໃຊ້ໃຫ້ແກ່ສັງຄົມໃນການເປັນເຄື່ອງມືຕິດຕໍ່ສື່ສານແລກປ່ຽນຄວາມຮູ້ສຶກນິກົດ, ຮຽນຮູ້ ແລະ ຖ່າຍທອດວັດທະນະທຳຈາກຮຸ່ນສູ່ຮຸ່ນມາເຖິງປັດຈຸບັນ. ບັນຫານີ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າການປ່ຽນແປງຂອງພາສາລາວມີຫຼາຍປັດໄຈ ຄື ມີທັງປັດໄຈພາຍໃນ ແລະ ປັດໄຈພາຍນອກທີ່ສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ການປ່ຽນແປງຂອງພາສາລາວ ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບທັດສະນະຂອງ (Enfield, 2010) ໄດ້ຄົ້ນຄວ້າກ່ຽວກັບພາສາ ແລະ ວັດທະນະທຳໃນລາວ: ແນວຄິດສຳລັບການຄົ້ນຄວ້າ (ການສຶກສາລາວ) ທີ່ໄດ້ອະທິບາຍເຖິງການປ່ຽນຂອງພາສາລາວໂດຍເນັ້ນ ປັດໄຈພາຍໃນ ເຊິ່ງສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນວ່າ ຄວາມຫຼາກຫຼາຍຂອງພາສາລາວ ເນື່ອງມາຈາກມີຫຼາຍຊົນເຜົ່າເຊິ່ງສ້າງຄວາມທ້າທາຍໃນການກຳນົດ ແລະ ຈັດລະບຽບພາສາລາວມາດຕະຖານ. ປະເດັນສຳຄັນແມ່ນການສູນຫາຍຂອງ

ພາສາຊົນເຜົ່າຕ່າງໆ ທີ່ກຳລັງປະເຊີນກັບຄວາມສ່ຽງ ເຊິ່ງໝາຍເຖິງ ການສູນຫາຍຂອງວັດທະນະທຳ ແລະ ຄວາມຮູ້ທີ່ຝັງຢູ່ໃນພາສາ ນັ້ນ. ບົດຄວາມເນັ້ນຍ້າຄວາມຈຳເປັນຂອງການຄົ້ນຄວ້າພາສາສາດ ຢ່າງເລິກເຊິ່ງ ເພື່ອກຳນົດສະຖານະພາບຂອງພາສາເຫຼົ່ານັ້ນ ແລະ ເປັນພື້ນຖານໃນການພັດທະນານະໂຍບາຍທີ່ເໝາະສົມເພື່ອ ອະນຸລັກ ແລະ ສົ່ງເສີມພາສາ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ວັນນະຄະດີ ຂອງຊາດໃຫ້ຍືນຍົງຄົງຢູ່ຄູ່ກັບຄືນຮຸ່ນຫຼັງຕໍ່ໄປ.

ໃນຍຸກໂລກາພິວັດ, ການພັດທະນາຂອງວິທະຍາສາດ ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີ ໂດຍສະເພາະສື່ສັງຄົມອອນລາຍ, ໄດ້ສົ່ງຜົນ ກະທົບຢ່າງໃຫຍ່ຫຼວງຕໍ່ການປ່ຽນແປງພາສາລາວ. ປະກົດການນີ້ ສ້າງຄວາມເປັນຫ່ວງໃຫ້ແກ່ພາກລັດ ແລະ ນັກວິຊາການ, ດັ່ງທີ່ ສະແດງໃນກອງປະຊຸມສຳມະນາຂອງສະຖາບັນຄົ້ນຄວ້າ ວິທະຍາສາດການສຶກສາໃນວັນທີ 18 ມີນາ 2024ວ່າ “ເຖິງວ່າ ພາສາລາວເປັນພາສາທາງການ ແລະ ເຄື່ອງມືສຳຄັນ, ຍັງມີບັນຫາ ຄວາມບໍ່ເປັນເອກະພາບໃນການນຳໃຊ້, ເຊິ່ງເກີດຈາກຫຼາຍປັດໄຈ ລວມທັງຫຼັກໄວຍາກອນ, ການຮຽນ-ການສອນ, ການໃຊ້ພາສາໃນ ສັງຄົມ ແລະ ອິດທິພົນຈາກພາສາຕ່າງປະເທດ. ບັນຫານີ້ໄດ້ນຳໄປ ສູ່ການສ້າງຕັ້ງສູນຄົ້ນຄວ້າພາສາລາວໃນປີ 2022 ເພື່ອຮຽບຮຽງ ຫຼັກການພື້ນຖານການນຳໃຊ້ພາສາລາວ” (KhaosanPathetlao, 2024 March 19). ດັ່ງນັ້ນ, ການຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ຫາວິທີແກ້ໄຂ ເພື່ອສ້າງຄວາມເປັນເອກະພາບໃນການນຳໃຊ້ພາສາລາວຈຶ່ງເປັນ ສິ່ງຈຳເປັນ.

ການຄົ້ນຄວ້ານີ້ມີຄວາມສຳຄັນຢ່າງຍິ່ງຕໍ່ການທຳ ຄວາມເຂົ້າໃຈປັດໄຈການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ລາວ. ສື່ສັງຄົມອອນລາຍໄດ້ກາຍເປັນສ່ວນສຳຄັນໃນຊີວິດປະຈຳ ວັນ, ເປັນເຄືອຂ່າຍທີ່ເຊື່ອມຕໍ່ຜູ້ຄົນທົ່ວໂລກ. ຈຸດເດັ່ນຂອງມັນຄື ທຸກຄົນສາມາດເປັນທັງຜູ້ຮັບ ແລະ ຜູ້ສົ່ງສານ, ສະແດງຄວາມຄິດ ເຫັນໄດ້ຢ່າງອິດສະຫຼະ ນຳໄປສູ່ການສ້າງສັບ ແລະ ສຳນວນໃໝ່ ຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ. ສັບສຳນວນໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວມີລັກສະນະ ພິເສດ ແລະ ປັດໄຈການສ້າງຄຳທີ່ໜ້າສົນໃຈ, ສະທ້ອນເຖິງການ ພັດທະນາພາສາລາວຢ່າງບໍ່ຢຸດຢັ້ງ (Holamuparb, 2015-2016, ໜ້າ. 138-195)

ການປາກົດຕົວຂອງສື່ສັງຄົມອອນລາຍເປັນຊ່ອງທາງ ສື່ສານຮູບແບບໃໝ່ທີ່ເສີມສ້າງຊີວິດສັງຄົມ. ຜູ້ຄົນສື່ສານກັນຫຼາຍ ຂຶ້ນຜ່ານເຄືອຂ່າຍເຊັ່ນ Facebook, Twitter, Instagram, Skype (Phensichanhavong, 2015-2016, ໜ້າ. 121-137). ການສື່ສານອອນລາຍວ່ອງໄວ, ປະສົມປະສານການຂຽນ-ເວົ້າ ແລະ ສ້າງຄວາມຮູ້ສຶກບໍ່ກົດດັນໃນໝູ່ໄວໜຸ່ມ. ປັດຈຸບັນນີ້ເປັນຈຸດ ເລີ່ມຕົ້ນຂອງກົດເກນທາງພາສາ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ບັນທັດຖານ ການສົນທະນາຮູບແບບໃໝ່.

ຕໍ່ກັບບັນຫາດັ່ງກ່າວ ຜູ້ສຶກສາໄດ້ສຳຫຼວດບົດຄົ້ນຄວ້າ ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຫົວຂໍ້ທີ່ຜູ້ສຶກສາພວມສຶກສາຢູ່ ຈາກປະເທດໄທ ເຊິ່ງເປັນປະເທດທີ່ມີພາສາໃກ້ຄຽງກັນ ຜົນປາກົດວ່າໄດ້ມີ ນັກວິຊາການຫຼາຍທ່ານໃຫ້ຄວາມສຳຄັນໃນການສຶກສາບັນຫານີ້ ເຊັ່ນດຽວກັນ ເຊັ່ນ (Chomchoei, 2013) ໄດ້ຄົ້ນຄວ້າພາສາໄທ ເນັດ: ພາສາສະເພາະກຸ່ມຂອງຄົນໄທຮຸ່ນໃໝ່ໃນການສື່ສານທາງ ອິນເຕີເນັດ, (Noror-A, 2019) ໄດ້ສຶກສາລັກສະນະການໃຊ້ ພາສາໄທໃນສື່ອອນລາຍຂອງໄວໜຸ່ມໄທໃນປັດຈຸບັນ ເຄື່ອງມື ທີ່ນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການຄົ້ນຄວ້າໃນຄັ້ງນີ້ແມ່ນແບບບັນທຶກຂໍ້ມູນໃນ ການໃຊ້ພາສາສົນທະນາໃນເຟດບຸກ Facebook ແລະ ອິນສະຕາ ແກຣມ Instagram, (Pirat, 2019) ໄດ້ຄົ້ນຄວ້າກ່ຽວກັບການ ປ່ຽນແປງຂອງພາສາໄທຈາກການໃຊ້ເຟດບຸກ ໂດຍສຶກສາການໃຊ້ ພາສາໄທໃນເຟດບຸກໃນປີ ພ.ສ 2562/2019 ເປັນຕົ້ນ. ບົດ ຄົ້ນຄວ້າດັ່ງກ່າວນີ້ລ້ວນແຕ່ມຸ່ງເນັ້ນສຶກສາສະເພາະລັກສະນະ ສັບສຳນວນທີ່ປາກົດໃນສື່ອອນລາຍຕາມຈຸດພິເສດທີ່ແຕກຕ່າງກັນ , ແຕ່ຍັງບໍ່ກວມລວມເອົາລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນບໍລິບົດ ທາງການ ແລະ ບໍ່ເປັນທາງການໃນສື່ອອນລາຍຢ່າງຈະແຈ້ງ.

ດັ່ງນັ້ນ, ການສຶກສາໃນຄັ້ງນີ້ ຈຶ່ງມຸ່ງເນັ້ນສຶກສາ ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນບໍລິບົດທາງການ ແລະ ບໍ່ເປັນ ທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວເພື່ອໃຫ້ເຫັນຈຸດພິເສດຂອງ ການປ່ຽນແປງສັບສຳນວນ, ສາເຫດ ແລະ ເງື່ອນໄຂໃຊ້ສັບສຳນວນ ໃນສອງບໍລິບົດຢ່າງຊັດເຈນ. ພ້ອມທັງເຂົ້າໃຈປະກົດການ ປ່ຽນແປງພາສາລາວໃນປັດຈຸບັນ, ເພື່ອຊອກຫາແນວທາງແກ້ໄຂ ແລະ ຮັບມືໃນອະນາຄົດ ແລະ ພັດທະນາພາສາລາວໃຫ້ເໝາະສົມ ກັບຍຸກສະໄໝ ຄຽງຄູ່ກັບການຮັກສາເອກະລັກຂອງຊາດ.

1.2. ຄຳຖາມຂອງການຄົ້ນຄວ້າ

1. ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນບໍລິບົດທາງການ ແລະ ບໍ່ເປັນທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວມີລັກສະນະ ແນວໃດ?

2. ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນບໍລິບົດທາງການ ແລະ ບໍ່ເປັນທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວພົບເຫັນ ລັກສະນະໃດຫຼາຍທີ່ສຸດ?

1.3. ຈຸດປະສົງຂອງການຄົ້ນຄວ້າ

1.) ເພື່ອວິເຄາະລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນບໍລິ ບົດທາງການ ແລະ ບໍ່ເປັນທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວ.

2) ເພື່ອວິເຄາະຄວາມຫຼາກຫຼາຍຂອງລັກສະນະການໃຊ້ ສັບສຳນວນໃນບໍລິບົດທາງການ ແລະ ບໍ່ເປັນທາງການໃນສື່ສັງຄົມ ອອນລາຍລາວ.

2. ບົດຄົ້ນຄວ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ

Geist (2021) ໄດ້ສຶກສານະວັດຕະກຳທາງພາສາທີ່ເກີດຂຶ້ນໃນການສື່ສານໃນຊ່ອງທາງອອນລາຍ ແລະ ຜົນກະທົບຕໍ່ພາສາສາດສັງຄົມ. ການຄົ້ນຄວ້ານີ້ໄດ້ຮວບຮວມຂໍ້ມູນຈາກສື່ອອນລາຍຫຼາກຫຼາຍແຫຼ່ງ ແລະ ນຳໃຊ້ວິທີການວິເຄາະທາງຄຸນນະພາບເພື່ອສຶກສາປະກົດການທາງພາສາໃໝ່ໆ. ຜົນການຄົ້ນຄວ້າ ຊີ້ໃຫ້ເຫັນຢ່າງຊັດເຈນວ່າ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍມີບົດບາດສຳຄັນໃນການກໍ່ໃຫ້ເກີດການປ່ຽນແປງຂອງພາສາ, ອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນການສ້າງຄຳສັບໃໝ່ໆ (neologisms) ແລະ ຮັບອິດທິພົນຈາກພາສາສາກົນຢ່າງວ່ອງໄວ. ປັດໄຈຫຼັກຄື ຂໍ້ຈຳກັດຂອງສື່ດິຈິຕອນເຊັ່ນ ຂໍ້ຈຳກັດຕົວອັກສອນເຊິ່ງສົ່ງຜົນກະທົບໂດຍກົງຕໍ່ຮູບແບບ ແລະ ການໃຊ້ພາສາ, ນຳໄປສູ່ການສື່ສານທີ່ສັ້ນລົງ ແລະ ມີນະວັດຕະກຳໃໝ່ເກີດຂຶ້ນ. ນອກຈາກນີ້, ຍັງພົບປະກົດການການປ່ຽນລະຫັດ (code-switching) ແລະ ການປະສົມພາສາ (language blending) ຢ່າງແຜ່ຫຼາຍ. ບົດຄວາມຍັງເນັ້ນຢ້າເຖິງຜົນກະທົບທາງສັງຄົມຂອງການປ່ຽນແປງຮູບແບບພາສາເຫຼົ່ານີ້, ໂດຍສະເພາະໃນດ້ານການສະແດງອອກ ແລະ ການສ້າງຕັ້ງຕົວຕົນໃນຍຸກດິຈິຕອນ. ໂດຍລວມແລ້ວສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍບໍ່ພຽງແຕ່ເປັນຊ່ອງທາງການສື່ສານ, ແຕ່ເປັນພື້ນທີ່ສຳຄັນທີ່ພາສາຖືກຫຼໍ່ຫຼອມ ແລະ ປ່ຽນແປງຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ.

Xu (2021) ໄດ້ສຶກສາບົດບາດຂອງອີໂມຈີໃນຖານະຕົວຊີ້ບອກພາສາເສີມ (paralinguistic cues) ໃນການສື່ສານອອນລາຍ. ບົດຄົ້ນຄວ້ານີ້ເນັ້ນວິທີການໃຊ້ງານຂອງອີໂມຈີຊ່ວຍຖ່າຍທອດຄວາມໝາຍ, ອາລົມ ແລະ ເຈດຕະນາທີ່ຂໍ້ຄວາມຕົວໜັງສືຢ່າງດຽວບໍ່ສາມາດເຮັດໄດ້ຢ່າງຄົບຖ້ວນ.

ການຄົ້ນຄວ້ານີ້ໄດ້ນຳໃຊ້ການວິເຄາະແບບຫຼາຍຮູບແບບ (multimodal analysis) ເຊິ່ງສຳຫຼວດເນື້ອໃນຂອງຂໍ້ຄວາມຕົວໜັງສື ແລະ ອີໂມຈີທີ່ໃຊ້ຄຽງຄູ່ກັນ. ໂດຍອີງໃສ່ທິດສະດີຈາກການສື່ສານທີ່ຄວບຄຸມດ້ວຍຄອມພິວເຕີ (Computer-Mediated Communication - CMC), ພາສາສາດສັງຄົມ (sociolinguistics) ແລະ ການສື່ສານແບບບໍ່ໃຊ້ຄຳເວົ້າ (nonverbal communication). ຜົນການຄົ້ນຄວ້າພົບວ່າ ອີໂມຈີມີບົດບາດສຳຄັນໃນການຫຼຸດຜ່ອນຄວາມກຳກວມ, ສ້າງບັນຍາກາດທີ່ເປັນກັນເອງ ແລະ ເປັນສ່ວນໜຶ່ງທີ່ສຳຄັນຂອງການສື່ສານຜ່ານສື່ອອນລາຍທີ່ທັນສະໄໝ. ຈຸດນີ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ອີໂມຈີບໍ່ພຽງແຕ່ເປັນສັນຍາລັກງ່າຍໆ ແຕ່ເປັນອົງປະກອບທີ່ມີຄວາມໝາຍເລິກເຊິ່ງໃນການສື່ສານລະຫວ່າງບຸກຄົນໃນໂລກອອນລາຍ.

Sali & Ghafar (2023) ໄດ້ສຶກສາສຳຫຼວດຄຳສະແດງໃນສື່ອອນລາຍ ແລະ ຜົນກະທົບຂອງການໃຊ້ຄຳສະແດງຕໍ່

ການສື່ສານຂອງໄວໜຸ່ມໃນສື່ອອນລາຍ. ການສຶກສາ ນຳໃຊ້ການວິເຄາະເນື້ອໃນ (content analysis) ຂອງຂໍ້ມູນພາສາທີ່ເກັບກຳຈາກການໄດ້ຕອບຂອງໄວໜຸ່ມໃນລະບົບການສານໃນຊ່ອງທາງອອນລາຍຈາກແຫຼ່ງຕ່າງໆ, ເພື່ອລະບຸປະເພດ ແລະ ຮູບແບບການໃຊ້ຄຳສະແດງໃນສື່ອອນລາຍ. ທິດສະດີທີ່ຮອງຮັບການຄົ້ນຄວ້ານີ້ແມ່ນອີງໃສ່ພາສາສາດສັງຄົມ (sociolinguistics), ໂດຍສະເພາະການສຶກສາພາສາໃນບໍລິບົດອອນລາຍ ແລະ ແນວຄິດຈາກການສື່ສານຜ່ານຄອມພິວເຕີ (CMC). ຜົນການຄົ້ນຄວ້າ ຊີ້ໃຫ້ເຫັນເຖິງການເກີດຂຶ້ນຢ່າງແຜ່ຫຼາຍ ແລະ ການນຳໃຊ້ຄຳສະແດງສື່ອອນລາຍໃນບັນດາກຸ່ມໄວໜຸ່ມ, ພ້ອມທັງຜົນກະທົບຕໍ່ຮູບແບບການສື່ສານ, ການສ້າງຕົວຕົນ ແລະ ການສ້າງຊຸມຊົນອອນລາຍ. ບົດຄວາມນີ້ສະຫຼຸບວ່າ ຄຳສະແດງດິຈິຕອນມີບົດບາດສຳຄັນໃນການສື່ສານຂອງໄວໜຸ່ມ, ສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນເຖິງການປ່ຽນແປງທາງພາສາທີ່ເກີດຈາກສະພາບແວດລ້ອມດິຈິຕອນ ແລະ ເປັນເຄື່ອງມືສຳຄັນໃນການສ້າງຄວາມໃກ້ຊິດທາງສັງຄົມພາຍໃນກຸ່ມ. ນີ້ຢ້າໃຫ້ເຫັນວ່າ ພາສາໃນຍຸກດິຈິຕອນມີການປ່ຽນແປງ ແລະ ມີຄວາມສາມາດໃນການປັບຕົວເຂົ້າກັບວິຖີຊີວິດໃໝ່ໆຂອງກຸ່ມໄວໜຸ່ມ.

ຜົນການຄົ້ນຄວ້າໄດ້ພົບວ່າ ໄວໜຸ່ມຈົນມີຄວາມສາມາດໃນການພັດທະນາຕົວຕົນຂອງພວກເຂົາຢ່າງວ່ອງໄວ ແລະ ມີວິຈາລະນະຍານສູງ, ເຖິງແມ່ນຈະມີຂໍ້ຈຳກັດຈາກ ປັດໄຈພາຍນອກ ເຊັ່ນ ພູມສາດ, ວັດທະນະທຳ, ແລະ ການເມືອງກໍຕາມ. ການປ່ຽນແປງພາສາໃນສື່ອອນລາຍໄດ້ກາຍເປັນ ລັກສະນະຈຸດພິເສດທີ່ສຳຄັນ, ບ່ອນທີ່ໄວໜຸ່ມໃຊ້ການປະສົມປະສານພາສາຕ່າງໆ ແລະ ຮູບແບບການສື່ສານທີ່ຫຼາກຫຼາຍ ເພື່ອສ້າງພື້ນທີ່ສຳລັບການສະແດງອອກທີ່ເປັນອິດສະຫຼະ. ນີ້ແມ່ນຜົນມາຈາກ ປັດໄຈທາງຈິດຕະວິທະຍາເຊັ່ນ ຄວາມຕ້ອງການໃນການຄົ້ນຫາ ແລະ ສະແດງອອກເຖິງຕົວຕົນທີ່ແທ້ຈິງ ແລະ ປັດໄຈທາງສັງຄົມ ເຊັ່ນ ອິດທິພົນຈາກກຸ່ມໜຸ່ມອອນລາຍ, ແນວໂນ້ມສາກົນ, ແລະ ລັກສະນະຂອງເວທີສັງຄົມອອນລາຍທີ່ອະນຸຍາດໃຫ້ມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍ. ການຄົ້ນພົບນີ້ຊີ້ໃຫ້ເຫັນວ່າການປ່ຽນແປງພາສາໃນສື່ອອນລາຍບໍ່ພຽງແຕ່ເປັນປະກົດການທາງພາສາສາດເທົ່ານັ້ນ, ແຕ່ຍັງເປັນກົນໄກທີ່ສຳຄັນໃນການສ້າງຄວາມໝາຍ, ການສ້າງສາຍສຳພັນ ແລະ ການພັດທະນາຕົວຕົນໃນສັງຄົມອອນລາຍ

3. ວິທີດຳເນີນການຄົ້ນຄວ້າ

ການສຶກສາລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນບໍລິບົດທາງການ ແລະ ບໍ່ເປັນທາງການໃນສັງຄົມອອນລາຍລາວ ຜູ້ສຶກສາໄດ້ດຳເນີນຕາມຂັ້ນຕອນຕ່າງໆ ໂດຍມີລາຍລະອຽດດັ່ງນີ້:

3.1 ປະຊາກອນ ແລະ ກຸ່ມຕົວຢ່າງ

ການຄົ້ນຄວ້າໃນຄັ້ງນີ້ ເພື່ອໃຫ້ດຳເນີນໄປຢ່າງມີປະສິດທິພາບ ແລະ ໜ້າເຊື່ອຖື, ຜູ້ຄົນຄວ້າໄດ້ກຳນົດຂັ້ນຕອນການຄັດເລືອກຂໍ້ມູນຢ່າງລະອຽດ ເຊິ່ງປະກອບດ້ວຍການກຳນົດປະຊາກອນ, ການຄັດເລືອກປະຊາກອນ ແລະ ການກຳນົດກຸ່ມຕົວຢ່າງດັ່ງນີ້:

3.1.1 ປະຊາກອນໃນການຄົ້ນຄວ້າ

ປະຊາກອນໃນການສຶກສານີ້ແມ່ນສຸມໃສ່ 1.000 ສັບສຳນວນ ທີ່ປາກົດໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວ. ຂໍ້ມູນເຫຼົ່ານີ້ຖືກເກັບກຳຈາກ 2 ແຫຼ່ງຫຼັກ ຄື:

ເພຈເຟດບຸກ: ເລືອກເອົາເພຈເຟດບຸກຈຳນວນ 10 ເພຈ ທີ່ມີຜູ້ຕິດຕາມຕັ້ງແຕ່ 100.000 ຄົນຂຶ້ນໄປ ໂດຍແບ່ງເປັນ:

ເພຈທາງການຂອງລັດ ຈຳນວນ 5 ເພຈ: ສູນການແພດຂ່າວສານສຸຂະສິກສາ (Center of Information and Education for Health), ສະຖານີວິທະຍຸຊາວໜຸ່ມສິນໄຊຍຸກໃໝ່ (Lao Youth Radio FM 90.0 Mhz), ໜັງສືພິມປະເທດລາວ (Pathedlao), ໜັງສືພິມລາວພັດທະນາ (Laophattana News), ຂ່າວເສດຖະກິດການຄ້າ (Lao Economidaily).

ເພຈ ຂອງພາກເອກະຊົນ ຈຳນວນ 5 ເພຈ: ມ່ວນ (Moun.la), ລົມກັບໄວໜຸ່ມ (Talk to Teen), ວ້າວດາລາ, ວາລະສານມະຫາຊົນ (Mahason Magazine), ລາວໂພດ (Laopost).

ນະວະນິຍາຍອອນລາຍໃນແອັບຈອຍລະດາ: ເລືອກເອົາ 10 ເລື່ອງທີ່ມີຍອດຜູ້ເຂົ້າໄປອ່ານຫຼັກ 100.000 ຄົນຂຶ້ນໄປ ເຊັ່ນ: ຂ້າ=ລອດ, Story ຂອງຄົນແອບຮັກ, ໃນຝັນ, ຫົວໃຈເຖື່ອນ, ເຈົ້າສາວວັນວາຍແວມພາຍທີ່ຮັກ, ຮັກຕ້ອງຂ້າ, ມະຫາໄລ, ຂອງຂວັນຈາກຟ້າ, ແທັກຊີທີ່ຮັກ, ແລະ ບົດລ່ອກຫົວໃຈຂອງເຈົ້າຊາຍ.

ສາເຫດຂອງການຄັດເລືອກແຫຼ່ງຂໍ້ມູນນີ້:

ການຄັດເລືອກ ເພຈເຟດບຸກ ແລະ ນະວະນິຍາຍອອນລາຍໃນແອັບຈອຍລະດາ ເນື່ອງຈາກເປັນຖານຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ຮັບຄວາມນິຍົມສູງຢູ່ປະເທດລາວໃນປັດຈຸບັນ ໂດຍສະເພາະແມ່ນການກຳນົດເກນຜູ້ຕິດຕາມ/ຍອດອ່ານທີ່ສູງກວ່າ 100,000 ຄົນ ແມ່ນຍ້ອນ ຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື ແລະ ບົດບາດສຳຄັນຂອງແຫຼ່ງຂໍ້ມູນດັ່ງກ່າວໃນການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ແລະ ເນື້ອຫາທີ່ສຳຄັນຕໍ່ສາທາລະນະຊົນຈຳນວນຫຼວງຫຼາຍ. ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນທີ່ມີອິດທິພົນສູງເຫຼົ່ານີ້ຊ່ວຍໃຫ້ການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ຄວາມເປັນໄປຢ່າງວ່ອງໄວ ແລະ ເຂົ້າເຖິງມວນຊົນໄດ້ກວ້າງຂວາງ, ເຮັດໃຫ້ສັບສຳນວນທີ່ພົບເຫັນມີໂອກາດສູງທີ່ຈະເປັນທີ່ນິຍົມ ແລະ ມີອິດທິພົນຕໍ່ການປ່ຽນແປງຂອງພາສາ. ນອກຈາກນີ້, ການເລືອກທັງ ເພຈຂອງລັດ (ທາງການ)

ແລະ ເອກະຊົນ (ບໍ່ເປັນທາງການ), ລວມເຖິງນະວະນິຍາຍອອນລາຍ, ຍັງຊ່ວຍໃຫ້ຜູ້ຄົນຄວ້າສາມາດສຶກສາລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນ ບໍລິບົດທີ່ຫຼາກຫຼາຍທີ່ກົງກັບຈຸດປະສົງຫຼັກຂອງການຄົ້ນຄວ້າ.

ການຄັດເລືອກພື້ນທີ່ສຶກສາທີ່ສະເພາະເຈາະຈົງສັບສຳນວນທີ່ເປັນ ຕົວໜັງສື ໃນໂພສຂ່າວ ແລະ ບົດຂຽນໃນນະວະນິຍາຍຜ່ານສື່ອອນລາຍ ແມ່ນຍ້ອນເຫດຜົນດ້ານຄວາມຊັດເຈນຂອງຂໍ້ມູນທາງພາສາສາດ, ເນື່ອງຈາກການສຶກສານີ້ສຸມໃສ່ຮູບແບບ, ຄວາມໝາຍ ແລະ ໂຄງສ້າງຂອງຄຳສັບສຳນວນ. ການສຸມໃສ່ຂໍ້ຄວາມທີ່ເປັນຕົວໜັງສືຊ່ວຍຫຼີກລ່ຽງຄວາມຊັບຊ້ອນຂອງຂໍ້ມູນຫຼາຍຮູບແບບ (Multimodal Data) ເຊັ່ນ ສຽງ, ວິດີໂອ, ແລະ ຮູບພາບ ເຊິ່ງຮຽກຮ້ອງວິທີການວິເຄາະທີ່ແຕກຕ່າງ ແລະ ອາດເຮັດໃຫ້ການສຶກສາຫຼົງປະເດັນຈາກຈຸດປະສົງຫຼັກ. ຍິ່ງໄປກວ່ານັ້ນ, ການເນັ້ນໃສ່ຂໍ້ຄວາມຕົວໜັງສືຍັງຊ່ວຍໃຫ້ສາມາດຄົ້ນຄວ້າໄດ້ຢ່າງມີປະສິດທິພາບພາຍໃຕ້ ຂໍ້ຈຳກັດດ້ານຊັບພະຍາກອນ (ດ້ານເວລາ, ເຄື່ອງມື ແລະ ຄວາມຊ່ຽວຊານສະເພາະທາງ) ທີ່ມີຢູ່, ເຊິ່ງການວິເຄາະຂໍ້ມູນສຽງ ແລະ ວິດີໂອຈະຮຽກຮ້ອງຊັບພະຍາກອນຫຼາຍກວ່າ.

3.1.2 ການຄັດເລືອກປະຊາກອນ

ສັບສຳນວນໄດ້ຖືກສຳຫຼວດ ແລະ ຮວບຮວມໃນໄລຍະເດືອນມັງກອນ 2022 ຫາເດືອນທັນວາ 2023. ເກນການຄັດເລືອກສັບສຳນວນທີ່ນຳມາສຶກສາແມ່ນອີງຕາມລັກສະນະທີ່ແຕກຕ່າງຈາກພາສາລາວມາດຕະຖານ, ເປັນສັບທີ່ສ້າງຂຶ້ນໃໝ່ ຫຼື ເປັນສັບເກົ່າທີ່ຖືກໃຊ້ໃນຄວາມໝາຍ ຫຼື ບໍລິບົດໃໝ່. ການຄັດເລືອກແມ່ນອີງຕາມຄວາມເໝາະສົມກັບຈຸດປະສົງການຄົ້ນຄວ້າ, ໂດຍເລືອກເອົາສັບສຳນວນທີ່ເດັ່ນ ແລະ ນິຍົມໃຊ້ຫຼາຍ, ພ້ອມທັງໃຫ້ກວມລວມທຸກຕົວປ່ຽນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບສອງຈຸດປະສົງຂອງການຄົ້ນຄວ້າ.

3.1.3 ກຸ່ມຕົວຢ່າງ

ຈາກປະຊາກອນທັງໝົດ 1,000 ສັບສຳນວນ, ໄດ້ກຳນົດເອົາກຸ່ມຕົວຢ່າງຈຳນວນ 278 ສັບສຳນວນ ເພື່ອນຳມາວິເຄາະ. ການກຳນົດກຸ່ມຕົວຢ່າງນີ້ແມ່ນອີງຕາມຕາຕະລາງການກຳນົດກຸ່ມຕົວຢ່າງຂອງ (Krejcie & Morgan, 1970) ເຊິ່ງເປັນວິທີການທີ່ໄດ້ຮັບການຍອມຮັບໃນວົງການວິຊາການເພື່ອຮັບປະກັນຂະໜາດຕົວຢ່າງທີ່ເໝາະສົມກັບຂະໜາດປະຊາກອນ.

ດ້ວຍເຫດຜົນເຫຼົ່ານີ້, ການຄັດເລືອກຂໍ້ມູນທີ່ເປັນສັບສຳນວນໃນຮູບແບບຂໍ້ຄວາມຈາກແຫຼ່ງທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ ຈຶ່ງເປັນວິທີ

ການທີ່ເໝາະສົມທີ່ສຸດເພື່ອບັນລຸຈຸດປະສົງການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ຢ່າງມີຫຼັກການ ແລະ ມີປະສິດທິພາບ

3.2 ເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໃນການເກັບກຳຂໍ້ມູນ

ການສຶກສາຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້, ເຄື່ອງມືຫຼັກທີ່ນຳໃຊ້ໃນການເກັບກຳ ແລະ ວິເຄາະຂໍ້ມູນແມ່ນປະກອບດ້ວຍ ຄຳຖາມຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ຕາຕະລາງສະຖິຕິ. ເຄື່ອງມືທັງສອງຊະນິດນີ້ມີບົດບາດສຳຄັນໃນການຊ່ວຍໃຫ້ການຄົ້ນຄວ້າບັນລຸຈຸດປະສົງທີ່ວາງໄວ້ຢ່າງເປັນລະບົບ ແລະ ມີຫຼັກການ.

3.2.1 ການສ້າງຄຳຖາມຄົ້ນຄວ້າເປັນເຄື່ອງມືເກັບກຳຂໍ້ມູນ

ຄຳຖາມຄົ້ນຄວ້າຫຼັກ: ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນບໍລິບົດທາງການ ແລະ ບໍ່ເປັນທາງການໃນສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍລາວມີລັກສະນະແນວໃດແດ່? ແລະ ລັກສະນະໃດພົບເຫັນຫຼາຍທີ່ສຸດ? ເປັນເຄື່ອງມືໃນການສຶກສາຄື:

- **ກຳນົດຂອບເຂດ ແລະ ທິດທາງ:** ຄຳຖາມຄົ້ນຄວ້າເຮັດໜ້າທີ່ເປັນເຂັມທິດນຳພາການສຶກສາ, ຊ່ວຍກຳນົດຢ່າງຊັດເຈນວ່າສິ່ງໃດຄືເປົ້າໝາຍຂອງການຄົ້ນຄວ້າ. ເຮັດໃຫ້ຜູ້ຄົນຄວ້າສາມາດສຸມໃສ່ການເກັບກຳຂໍ້ມູນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໂດຍກົງກັບສິ່ງທີ່ຕ້ອງການຄົ້ນຫາ.

- **ກຳນົດປະເພດຂໍ້ມູນທີ່ຕ້ອງການ:** ຄຳຖາມເຊັ່ນ “ລັກສະນະແນວໃດແດ່?” ບັງຄັບໃຫ້ຜູ້ຄົນຄວ້າຕ້ອງຊອກຫາຂໍ້ມູນທີ່ສະແດງເຖິງຄຸນລັກສະນະ ຫຼື ຮູບແບບຕ່າງໆຂອງການໃຊ້ສັບສຳນວນ. ສ່ວນຄຳຖາມ “ລັກສະນະໃດພົບເຫັນຫຼາຍທີ່ສຸດ?” ຊື່ບອກເຖິງຄວາມຈຳເປັນໃນການເກັບກຳຂໍ້ມູນດ້ານປະລິມານເພື່ອໃຫ້ສາມາດປຽບທຽບຄວາມຖີ່ໄດ້.

- **ກຳນົດວິທີການເກັບກຳຂໍ້ມູນ:** ເພື່ອຕອບຄຳຖາມເຫຼົ່ານີ້, ຜູ້ຄົນຄວ້າຈຳເປັນຕ້ອງເກັບກຳສັບສຳນວນຕົວຈິງຈາກສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍລາວ (ເຟດບຸກ ແລະ ແອບຈອນລະດາ) ຕ້ອງມີລະບົບໃນການຈັດປະເພດ ແລະ ນັບຈຳນວນສັບສຳນວນທີ່ພົບ.

- **ເປັນພື້ນຖານການວິເຄາະ:** ຄຳຖາມຄົ້ນຄວ້າຈະເປັນໂຕກຳນົດວ່າຂໍ້ມູນທີ່ເກັບມາໄດ້ນັ້ນຈະຖືກນຳໄປວິເຄາະໃນຮູບແບບໃດ ເພື່ອໃຫ້ໄດ້ຄຳຕອບທີ່ກົງກັບວັດຖຸປະສົງ.

3.2.2 ການນຳໃຊ້ຕາຕະລາງເຂົ້າຊ່ວຍໃນການວິເຄາະຂໍ້ມູນ

ການໃຊ້ຕາຕະລາງເປັນເຄື່ອງມືໃນການສຶກສາໃນຄັ້ງນີ້ມີຜົນຕໍ່ການຄົ້ນຄວ້າຄື:

- **ການຈັດລະບຽບຂໍ້ມູນ:** ຕາຕະລາງຊ່ວຍຈັດລະບຽບຂໍ້ມູນຈຳນວນຫຼວງຫຼາຍທີ່ເກັບກຳມາໃຫ້ເປັນໝວດໝູ່ທີ່ຊັດເຈນ

ເຊັ່ນ ປະເພດສັບສຳນວນ, ບໍລິບົດການໃຊ້ (ທາງການ/ບໍ່ເປັນທາງການ). ນີ້ເຮັດໃຫ້ການວິເຄາະງ່າຍຂຶ້ນ ແລະ ຫຼຸດໂອກາດທີ່ຈະເກີດຄວາມຜິດພາດ.

- **ການຄິດໄລ່ປະລິມານ ແລະ ອັດຕາສ່ວນຮ້ອຍ:** ຄຳຖາມຄົ້ນຄວ້າຕ້ອງການຮູ້ວ່າລັກສະນະໃດພົບເຫັນຫຼາຍທີ່ສຸດ. ຕາຕະລາງແມ່ນເຄື່ອງມືທີ່ເໝາະສົມທີ່ສຸດໃນການບັນທຶກຈຳນວນ (ຄວາມຖີ່) ຂອງສັບສຳນວນແຕ່ລະປະເພດ. ຫຼັງຈາກນັ້ນ, ສາມາດນຳຈຳນວນເຫຼົ່ານັ້ນມາຄິດໄລ່ເປັນອັດຕາສ່ວນຮ້ອຍ (%) ຂອງຈຳນວນສັບສຳນວນທັງໝົດ ເພື່ອສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງສັດສ່ວນຂອງແຕ່ລະລັກສະນະໄດ້ຢ່າງຊັດເຈນ.

- **ການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນຢ່າງມີປະສິດທິພາບ:** ຕາຕະລາງຊ່ວຍນຳສະເໜີຜົນການວິເຄາະໃຫ້ຜູ້ອ່ານເຂົ້າໃຈງ່າຍ. ຜູ້ອ່ານສາມາດເບິ່ງເຫັນພາບລວມຂອງການແຈກຢາຍລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນ ແລະ ສັດສ່ວນຂອງແຕ່ລະປະເພດໄດ້ທັນທີ, ເຊິ່ງເປັນສິ່ງຈຳເປັນໃນການຕອບຄຳຖາມຄົ້ນຄວ້າ.

- **ຄວາມໜ້າເຊື່ອຖືຂອງຂໍ້ມູນ:** ການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນໃນຮູບແບບຕາຕະລາງທີ່ມີການຄິດໄລ່ຕົວເລກຢ່າງຊັດເຈນ ເພີ່ມຄວາມໜ້າເຊື່ອຖືທາງວິຊາການໃຫ້ແກ່ການຄົ້ນຄວ້າ, ໂດຍສະເພາະໃນການສຶກສາທີ່ຕ້ອງການວິເຄາະປະລິມານຂອງປາກົດການທາງພາສາ.

ດັ່ງນັ້ນ, ການໃຊ້ຄຳຖາມຄົ້ນຄວ້າເປັນເຄື່ອງມືໃນການເກັບກຳຂໍ້ມູນ ແລະ ການນຳໃຊ້ຕາຕະລາງໃນການວິເຄາະຕົວເລກຈຶ່ງເປັນວິທີການທີ່ສອດຄ່ອງກັນ ແລະ ມີປະສິດທິພາບສູງໃນການບັນລຸຈຸດປະສົງຂອງການສຶກສາລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍລາວ.

3.3 ວິທີເກັບກຳຂໍ້ມູນ

ການເກັບກຳຂໍ້ມູນດຳເນີນຕາມ 3 ຂັ້ນຕອນຄື:

ຂັ້ນຕອນທຳອິດ: ສຶກສາ ແລະ ທົບທວນແນວຄິດທົດສະດີກ່ຽວກັບການປະກອບສ້າງສັບສຳນວນ, ການປ່ຽນແປງຂອງພາສາ, ສາເຫດການປ່ຽນແປງພາສາ ແລະ ລັກສະນະຂອງພາສາໃນສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍ ເພື່ອນຳມາເປັນບ່ອນອີງໃນການຄັດເລືອກ ແລະ ເກັບກຳຂໍ້ມູນ.

ຂັ້ນຕອນທີສອງ: ສັງເກດ ແລະ ສຳຫຼວດແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ, ແລ້ວຄັດເລືອກເອົາສັບສຳນວນທີ່ປາກົດຢູ່ໃນສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍລາວຈາກ 2 ແຫຼ່ງໃຫຍ່ທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ (ເຟສບຸກ ແລະ ນະວະນິຍາຍອອນລາຍໃນແອັບ Joylada ທີ່ມີຍອດຜູ້ຕິດຕາມ/ອ່ານ 100,000 ຄົນ/ຄັ້ງຂຶ້ນໄປ).

ຂັ້ນຕອນສຸດທ້າຍ: ສ້າງຕາຕະລາງເພື່ອເກັບກຳສັບສຳນວນ ໂດຍແຍກຍ່ອຍຕາມຕົວປ່ຽນທີ່ສະເໜີໄວ້ໃນຂອບເຂດແນວຄິດ (ລາຍລະອຽດຢູ່ໃນພາກເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ) ເພື່ອຈະດຳເນີນ ການວິເຄາະຕາມຈຸດປະສົງທີ 1 ແລະ 2 ຕໍ່ໄປ.

3.4 ການວິເຄາະຂໍ້ມູນ

ວິທີວິເຄາະຂໍ້ມູນ ການວິເຄາະລັກສະນະການໃຊ້ ສັບສຳນວນໃນບໍລິບົດທາງການ ແລະ ບໍ່ເປັນທາງການໃນສື່ສັງຄົມ ອອນລາຍລາ ໄດ້ນຳໃຊ້ແນວຄິດທິດສະດີຂອງ Jannis Androutsopoulos (2023) ມາເປັນຕົວແທນໃນການວິເຄາະ, ເຊິ່ງສາມາດກຳນົດຕົວປ່ຽນພື້ນໄດ້ 2 ຕົວຄື: ລັກສະນະການໃຊ້ ສັບສຳນວນໃນບໍລິບົດທາງການ ແລະ ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳ ນວນໃນບໍລິບົດທີ່ບໍ່ເປັນທາງການ.

4. ຜົນການຄົ້ນຄວ້າ

ຜົນການສຶກສາພົບວ່າ ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນ ໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວແບ່ງເປັນ 2 ລັກສະນະຫຼັກຄື ລັກສະນະ ການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນບໍລິບົດທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ລາວ (ການສື່ສານຂອງອົງກອນ, ຂ່າວສານທາງການ ທີ່ຮັກສາຄຳ ສັບ ແລະ ໂຄງສ້າງມາດຕະຖານ) ແລະ ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳ ນວນໃນບໍລິບົດທີ່ບໍ່ເປັນທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວ (ການສົນທະນາສ່ວນຕົວ, ການໃຊ້ຄຳສະແດງ, ຄຳຫຍໍ້, ອັກສອນ ຫຍໍ້, ຄຳສັບໃໝ່ ແລະ ເຄື່ອງໝາຍ/ສັນຍາລັກ). ການວິເຄາະທັງ ສອງລັກສະນະນີ້ຈະສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນເຖິງການປັບຕົວຂອງພາສາ ລາວໃນຍຸກເຕັກໂນໂລຊີຂໍ້ມູນຂ່າວສານ

4.1 ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນບໍລິບົດທາງການໃນສື່ ສັງຄົມອອນລາຍ

ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນບໍລິບົດທາງການ ໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍແມ່ນຮູບແບບການໃຊ້ພາສາຂຽນທີ່ເນັ້ນ ຄວາມສຸພາບ, ເປັນທາງການ, ຊັດເຈນ, ແລະ ຖືກຕ້ອງຕາມຫຼັກ ພາສາ. ມັນປາກົດໃນຂ່າວ, ປະກາດ, ແລະ ແຈ້ງການຂອງໜ່ວຍ ງານລັດຖະການ ຫຼື ອົງກອນຕ່າງໆໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວ. ຈາກການສຶກສາຖານຂໍ້ມູນ, ພົບ 128 ສັບສຳນວນໃນລັກສະນະ ນີ້, ເຊິ່ງແບ່ງອອກເປັນ 2 ປະເພດຄື: ການໃຊ້ສັບສຳນວນດ້ວຍຮູບ ສັບເດີມ ແລະ ການໃຊ້ສັບສຳນວນດ້ວຍຮູບສັບໃໝ່ໃນບໍລິບົດ ທາງການ.

4.1.1 ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນດ້ວຍຮູບສັບເດີມໃນບໍລິບົດ ທາງການ

ການສຶກສາພົບວ່າລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນ ດ້ວຍຮູບສັບເດີມໃນບໍລິບົດທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍມີຈຳ ນວນ 86 ສັບສຳນວນ ເຊິ່ງສາມາດແບ່ງອອກເປັນ 4 ລັກສະນະຄື

ກ. ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຮຽນສຽງ (onomatopoeia)

ຕົວຢ່າງ 1: ປະຊາຊົນກຽມເຮ! ລັດຖະບານກຽມສິ່ງ ວັກຊີນປ້ອງກັນໂຄວິດ-19 ໃຫ້. (ຟບ: ລາວໂພສ)

ໃນບໍລິບົດທີ່ວ່າ “ປະຊາຊົນກຽມເຮ! ລັດຖະບານ ກຽມສິ່ງວັກຊີນປ້ອງກັນໂຄວິດ-19 ໃຫ້” ປາກົດມີຄຳວ່າ “ກຽມ ເຮ!” ເປັນການສະແດງອອກເຖິງ ຄວາມຮູ້ສຶກຕື່ນເຕັ້ນ, ໂລ່ງໃຈ ຫຼື ມີຄວາມຫວັງ ຂອງປະຊາຊົນຕໍ່ຂ່າວສານທີ່ກຳລັງຈະໄດ້ ຮັບວັກຊີນປ້ອງກັນໂຄວິດ-19. ຄຳວ່າ “ເຮ!” ໂດຍພື້ນຖານແລ້ວ ແມ່ນຄຳຮຽນສຽງທີ່ມັກໃຊ້ໃນພາສາເວົ້າທີ່ບໍ່ເປັນທາງການ, ໂດຍ ສະເພາະໃນກຸ່ມໄວໜຸ່ມ ຫຼື ໃນສະຖານະການທີ່ສະແດງອາລົມ ຮ່ວມກັນຢ່າງເປີດເຜີຍ, ເປັນຄຳທີ່ເກີດຈາກການຮຽນແບບສຽງໂຮ່ ຮ້ອງສະແດງຄວາມຍິນດີ ຫຼື ການປິຕິຊົມຊື່ນ ເຊິ່ງໄດ້ຮັບອິດທິພົນ ສ່ວນໜຶ່ງມາຈາກການໃຊ້ຄຳສັບລັກສະນະດຽວກັນໃນພາສາ ເພື່ອນບ້ານເຊັ່ນ ພາສາໄທ (เฮ!). ໃນບໍລິບົດນີ້, ການນຳໃຊ້ຄຳວ່າ “ກຽມເຮ!” ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຂ່າວສານທີ່ເປັນທາງການກ່ຽວກັບ ການແຈກຢາຍວັກຊີນນັ້ນມີຄວາມເປັນມິດ, ເຂົ້າເຖິງງ່າຍ ແລະ ສາມາດສ້າງອາລົມຮ່ວມກັບຜູ້ອ່ານໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນ, ໂດຍສະເພາະກຸ່ມ ປະຊາຊົນທົ່ວໄປທີ່ໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍເປັນຫຼັກ.

ການນຳຄຳວ່າ “ກຽມເຮ!” ມາໃຊ້ໃນຫົວຂໍ້ຂ່າວສານ ທາງການຂອງລັດຖະບານໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ແມ່ນສະແດງໃຫ້ ເຫັນເຖິງ ການປັບຕົວຂອງການສື່ສານພາກລັດໃນຍຸກດິຈິຕອນ. ໂດຍປົກກະຕິແລ້ວ, ພາສາທີ່ໃຊ້ໃນການປະກາດ ຫຼື ແຈ້ງການຂອງ ລັດຖະບານຈະມີລັກສະນະເປັນທາງການສູງ, ຮັກສາຄຳສັບທີ່ຄົບ ຖ້ວນ ແລະ ໂຄງສ້າງປະໂຫຍກທີ່ເຄັ່ງຄັດ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ໃນ ຍຸກສື່ສັງຄົມອອນລາຍ, ທີ່ການແຂ່ງຂັນດຶງດູດຄວາມສົນໃຈຂອງຜູ້ ຊົມມືສູງ, ການນຳໃຊ້ຄຳສັບທີ່ສັງຄົມເຂົ້າໃຈງ່າຍ ແລະ ນິຍົມໃຊ້ ໃນພາສາທີ່ບໍ່ເປັນທາງການກໍເປັນສິ່ງຈຳເປັນທີ່ດຶງມາໃຊ້ເພື່ອໃຫ້ໄດ້ ຮັບຜົນໃນການສື່ສານຫຼາຍຂຶ້ນ. ການໃຊ້ຄຳວ່າ “ມີເຮ!” ຈຶ່ງຊ່ວຍ ໃຫ້ຂ່າວສານທີ່ສຳຄັນນີ້ ໂດດເດັ່ນຂຶ້ນ, ເປັນທີ່ສົນໃຈ ແລະ ສ້າງ ຄວາມຮູ້ສຶກໃນທາງບວກໃຫ້ກັບປະຊາຊົນ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຍັງ ເພີ່ມການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນ, ສ້າງການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງປະຊາຊົນ ແລະ ປຸກຝັງຄວາມເຊື່ອໝັ້ນຕໍ່ມາດຕະການຂອງລັດຖະບານ, ເຖິງ ແມ່ນວ່າມັນຈະສ້າງຄວາມທ້າທາຍຕໍ່ການຮັກສາຄຸນນະພາບ ແລະ ຄວາມເປັນທາງການຂອງພາສາກໍຕາມ.

ຂ. ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳປະສົມໃໝ່

ຕົວຢ່າງ 2: “ລັດຖະບານວາງແຜນແມ່ບົດພັດທະນາ ເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ 5 ປີ” (ຟບ: ເສດຖະກິດການຄ້າ)

ໃນຕົວຢ່າງ “ລັດຖະບານວາງແຜນແມ່ບົດພັດທະນາ ເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ 5 ປີ” ປາກົດມີຄຳວ່າ “ແຜນແມ່ບົດ” ແມ່ນ ຄຳປະສົມສ້າງໃໝ່ທີ່ເກີດຈາກການປະສົມຄຳລາວສອງຄຳຄື “ແຜນ” ໝາຍເຖິງ ແຜນການ, ໂຄງການ ແລະ ຄຳວ່າ “ແມ່ບົດ” ໝາຍເຖິງ ຕົ້ນແບບ, ຫຼັກການ, ພື້ນຖານ. ເມື່ອນຳເອົາຄຳສອງຄຳ ມາລວມກັນແລ້ວຈຶ່ງໄດ້ຄຳວ່າ “ແຜນແມ່ບົດ” ເຊິ່ງບໍ່ໄດ້ໝາຍເຖິງ ພຽງແຕ່ແຜນການທຳມະດາ, ແຕ່ເປັນ ແຜນການທີ່ຄອບຄຸມ, ມີ ວິໄສທັດກວ້າງໄກ, ເປັນຫຼັກສຳຄັນໃນການພັດທະນາ, ແລະ ເປັນ ພື້ນຖານໃຫ້ແກ່ແຜນຍ່ອຍອື່ນໆ. ໃນບໍລິບົດນີ້, ຄຳດັ່ງກ່າວສະແດງ ເຖິງການວາງແຜນຍຸດທະສາດໄລຍະຍາວ 5 ປີ ຂອງລັດຖະບານທີ່ ກ່ຽວຂ້ອງກັບການພັດທະນາເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມຂອງ ປະເທດ. ການໃຊ້ຄຳນີ້ຊ່ວຍຍົກລະດັບຄວາມສຳຄັນ ແລະ ຄວາມ ເປັນລະບົບຂອງແຜນການ, ເຮັດໃຫ້ມັນມີນ້ຳໜັກ ແລະ ຄວາມໜ້າ ເຊື່ອຖືຫຼາຍກວ່າການໃຊ້ພຽງຄຳວ່າ “ແຜນການ” ຫຼື “ໂຄງການ” ເທົ່ານັ້ນ.

ການນຳໃຊ້ຄຳວ່າ “ແຜນແມ່ບົດ” ໃນການສື່ສານທາງ ການຂອງລັດຖະບານຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ແມ່ນມີຈຸດປະສົງ ເພື່ອ ສ້າງຄວາມຊັດເຈນ, ກະທັດຮັດ ແລະ ຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື ໃຫ້ ກັບຂ່າວສານ. ເຖິງວ່າສື່ສັງຄົມອອນລາຍຈະມີລັກສະນະວ່ອງໄວ, ແຕ່ເນື້ອໃນທາງການຍັງຄົງຕ້ອງການພາສາທີ່ສະແດງເຖິງຄວາມ ເປັນມືອາຊີບ ແລະ ຄວາມໝັ້ນຄົງ. ການນຳໃຊ້ຄຳປະສົມສ້າງໃໝ່ ເຊັ່ນນີ້ ຊ່ວຍໃຫ້ລັດຖະບານສາມາດສື່ສານແນວຄິດທີ່ສັບຊ້ອນ ກ່ຽວກັບການວາງແຜນຍຸດທະສາດໄລຍະຍາວ ໄດ້ຢ່າງມີ ປະສິດທິພາບ. ການນຳໃຊ້ຄຳດັ່ງກ່າວເພື່ອເພີ່ມຄວາມຮັບຮູ້ຂອງ ປະຊາຊົນກ່ຽວກັບວິໄສທັດ ແລະ ທິດທາງການພັດທະນາຂອງ ປະເທດ, ສ້າງຄວາມເຊື່ອໝັ້ນຕໍ່ການດຳເນີນງານຂອງລັດຖະບານ ແລະ ສົ່ງເສີມຄວາມເຂົ້າໃຈຮ່ວມກັນໃນບັນຫາລະດັບຊາດ. ມັນ ຍັງສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນເຖິງການປັບຕົວຂອງພາສາລາວໃນບໍລິບົດ ທາງການ ເພື່ອໃຫ້ທັນກັບການປ່ຽນແປງຂອງສື່ສັງຄົມອອນລາຍທີ່ ມີຄວາມກະທັດຮັດ ແລະ ຊັດເຈນແມ່ນປັດໄຈສຳຄັນໃນການຖ່າຍ ທອດຂໍ້ມູນຂ່າວສານ.

ຄ. ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຍົມ

ຕົວຢ່າງ 3: “ອັບເດດການເໜັງຕີງຂອງອັດຕາ ແລກປ່ຽນປະຈຳວັນ”. (ຟບ: ລາວພັດທະນາ)

ໃນຕົວຢ່າງທີ່ວ່າ “ອັບເດດການເໜັງຕີງຂອງອັດຕາ ແລກປ່ຽນປະຈຳວັນ” ປາກົດມີຄຳວ່າ “ອັບເດດ” ແມ່ນຄຳຍົມໂດຍ ກົງຈາກພາສາອັງກິດ “update” ທີ່ຖືກນຳມາສະກົດຕາມສຽງເປັນ ພາສາລາວ. ໃນບໍລິບົດນີ້, ຄຳວ່າ “ອັບເດດ” ໝາຍເຖິງ ການປັບປຸງ ຂໍ້ມູນໃນປັດຈຸບັນ, ການໃຫ້ຂໍ້ມູນໃໝ່ຫຼ້າສຸດ ຫຼື ການລາຍງານ

ຄວາມຄືບໜ້າຂອງສະຖານະການໃດໜຶ່ງ. ຄຳນີ້ໄດ້ຮັບຄວາມນິຍົມ ໃຊ້ຢ່າງກວ້າງຂວາງໃນຍຸກຂໍ້ມູນຂ່າວສານປັດຈຸບັນ. ເນື່ອງຈາກ ຄວາມກະທັດຮັດ ແລະ ສາມາດສື່ຄວາມໝາຍໄດ້ທັນທີວ່າເປັນ ການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນໃໝ່ທີ່ສຸດ. ການນຳໃຊ້ຄຳນີ້ໃນຫົວຂໍ້ຂ່າວສານ ທາງການກ່ຽວກັບອັດຕາແລກປ່ຽນສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງຄວາມ ພະຍາຍາມຂອງໜ່ວຍງານທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນການໃຫ້ຂໍ້ມູນທີ່ ຖືກຕ້ອງ, ວ່ອງໄວ ແລະ ທັນສະໄໝແກ່ສາທາລະນະຊົນ ເຊິ່ງເປັນ ສິ່ງສຳຄັນຢ່າງຍິ່ງຕໍ່ພາກທຸລະກິດ ແລະ ປະຊາຊົນໃນການຕັດສິນ ໃຈທາງເສດຖະກິດ.

ການນຳໃຊ້ຄຳວ່າ “ອັບເດດ” ໃນການສື່ສານທາງການ ຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວສະທ້ອນເຖິງ ການປັບຕົວຂອງພາສາ ເພື່ອຮອງຮັບການໄຫຼວຽນເຂົ້າມາຂອງຂໍ້ມູນໃໝ່ໃນຍຸກດິຈິຕອນ. ໂດຍປົກກະຕິແລ້ວ, ຄຳສັບທາງການຈະເນັ້ນຄວາມຖືກຕ້ອງຕາມ ຫຼັກໄວຍາກອນ, ແຕ່ໃນສະພາບແວດລ້ອມການສື່ສານໃນສື່ສັງຄົມ ອອນລາຍທີ່ມີການຮຽກຮ້ອງຄວາມວ່ອງໄວ ແລະ ຄວາມເຂົ້າໃຈ ງ່າຍ, ຄຳຍົມທີ່ເປັນທີ່ໄດ້ຮັບຄວາມນິຍົມຈຶ່ງຖືກນຳມາໃຊ້. ການ ໃຊ້ຄຳວ່າ “ອັບເດດ” ຊ່ວຍໃຫ້ຫົວຂໍ້ຂ່າວສານ ດຶງດູດຄວາມ ສົນໃຈ, ເຂົ້າໃຈງ່າຍ ແລະ ສື່ສານຈຸດປະສົງຂອງເນື້ອໃນໄດ້ຢ່າງມີ ປະສິດທິພາບວ່າເປັນຂໍ້ມູນຫຼ້າສຸດ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຍັງເພີ່ມການ ເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນທີ່ສຳຄັນ, ຊຸກຍູ້ໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ເຂົ້າມາຕິດຕາມຂ່າວສານ ຢ່າງສະໝໍ່າສະເໝີ ແລະ ສ້າງຄວາມຮັບຮູ້ເຖິງຄວາມທັນສະໄໝ ຂອງໜ່ວຍງານລັດໃນການບໍລິການຂໍ້ມູນ, ເຖິງແມ່ນວ່າມັນຈະ ສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນເຖິງອິດທິພົນຂອງພາສາຕ່າງປະເທດຕໍ່ພາສາລາວ ໃນຍຸກໂລກາວິວັດກໍຕາມ.

ງ. ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຫຍໍ້

ຕົວຢ່າງ 4: “ກົມອຸຕຸແຈ້ງເຕືອນກຽມຮັບມືສະພາບ ຝົນຕົກໜັກ” (ຟບ: ລາວໂພສ)

ໃນປະໂຫຍກ “ກົມອຸຕຸແຈ້ງເຕືອນກຽມຮັບມື ສະພາບຝົນຕົກໜັກ” ປາກົດມີຄຳວ່າ “ອຸຕຸ” ເປັນຄຳຫຍໍ້ທີ່ຖືກຕັດ ຮອນມາຈາກຄຳເຕັມພາສາລາວ “ອຸຕຸນິຍົມ ແລະ ອຸທິກກະສາດ”. ໃນບໍລິບົດນີ້, ຄຳວ່າ “ອຸຕຸ” ໝາຍເຖິງ ກົມອຸຕຸນິຍົມ ແລະ ອຸທິກ ກະສາດ ເຊິ່ງເປັນໜ່ວຍງານຫຼັກຂອງລັດຖະບານລາວທີ່ ຮັບຜິດຊອບໃນການເຝົ້າລະວັງ, ວິເຄາະ ແລະ ລາຍງານສະພາບ ດິນຟ້າອາກາດ ແລະ ລະດັບນ້ຳ. ການຫຍໍ້ຄຳແບບນີ້ແມ່ນເກີດຂຶ້ນ ໂດຍທຳມະຊາດໃນການນຳໃຊ້ພາສາທີ່ຕ້ອງການຄວາມກະທັດຮັດ , ໂດຍສະເພາະໃນວົງການຂ່າວສານທີ່ຕ້ອງການຄວາມວ່ອງໄວ. ການໃຊ້ຄຳຫຍໍ້ “ອຸຕຸ” ສາມາດສື່ຄວາມໝາຍເຖິງໜ່ວຍງານທີ່ ອອກແຈ້ງເຕືອນໄດ້ຢ່າງຊັດເຈນ ແລະ ກະທັດຮັດ, ເຮັດໃຫ້ຜູ້ອ່ານ ເຂົ້າໃຈໄດ້ທັນທີວ່າ ຂ່າວສານນັ້ນແມ່ນກ່ຽວຂ້ອງກັບພະຍາກອນ ອາກາດ ແລະ ມາຈາກແຫຼ່ງໃດ.

ການນຳໃຊ້ຄຳຫຍໍ້ “ອຸຕຸ” ໃນບໍລິບົດທາງການຂອງສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວມີຈຸດພິເສດ ແລະ ເກີດຜົນໄດ້ຮັບຫຼາຍຢ່າງ. ຈຸດພິເສດຄື ຍັງຄົງຮັກສາສ່ວນໜຶ່ງຂອງຄຳສັບເດີມໄວ້ ເຊິ່ງແຕກຕ່າງຈາກການໃຊ້ອັກສອນຫຍໍ້ທີ່ອາດຈະບໍ່ເຂົ້າໃຈສຳລັບຄົນທົ່ວໄປທີ່ບໍ່ຄຸ້ນເຄີຍກັບຕົວອັກສອນຫຍໍ້. ການໃຊ້ “ອຸຕຸ” ຊ່ວຍໃຫ້ຫົວຂໍ້ຂ່າວ ຫຼື ແຈ້ງການມີຄວາມກະທັດຮັດ, ເຮັດໃຫ້ຂໍ້ຄວາມສັ້ນລົງ ແລະ ເໝາະສົມກັບຮູບແບບການນຳສະເໜີໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍທີ່ຜູ້ໃຊ້ມີເວລາອ່ານຈຳກັດ. ສ່ວນສາເຫດການໃຊ້ຄຳລັກສະນະນີ້ຄື ການເພີ່ມປະສິດທິພາບໃນການສື່ສານຂໍ້ມູນທີ່ສຳຄັນຈາກພາກລັດ, ໂດຍສະເພາະໃນສະຖານະການສຸກເສີນເຊັ່ນການແຈ້ງເຕືອນໄພພິບັດທຳມະຊາດ, ເຮັດໃຫ້ຂ່າວສານເຂົ້າເຖິງປະຊາຊົນໄດ້ໄວຂຶ້ນ ແລະ ສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈທີ່ຊັດເຈນຂຶ້ນ.

ຈ. ລັກສະນະການໃຊ້ສຳນວນ ຫຼື ຄຳປຽບທຽບ

ຕົວຢ່າງ 5: “ແຜນພັດທະນາຊາດເປັນ **ເຂັ້ມທິດຍຸດທະສາດ** ຂອງລັດຖະບານ” (ຟບ: ລາວພັດທະນາ)

ໃນປະໂຫຍກ “ແຜນພັດທະນາຊາດເປັນ **ເຂັ້ມທິດຍຸດທະສາດ** ຂອງລັດຖະບານ” ປາກົດມີສຳນວນວ່າ “**ເຂັ້ມທິດຍຸດທະສາດ**” ແມ່ນສຳນວນປຽບທຽບທີ່ຖືກນຳໃຊ້ເພື່ອພັນລະນາເຖິງບົດບາດຂອງແຜນພັດທະນາຊາດໃນການເປັນເຄື່ອງມືຊີ້ທິດທາງ, ກຳນົດເປົ້າໝາຍ ແລະ ວາງແຜນການເຄື່ອນໄຫວຢ່າງຮອບດ້ານ ແລະ ມີຫຼັກການໃຫ້ແກ່ລັດຖະບານ. ຄຳວ່າ “ເຂັ້ມທິດ” ໂດຍທົ່ວໄປໝາຍເຖິງອຸປະກອນທີ່ໃຊ້ຊີ້ທິດທາງ, ສ່ວນຄຳວ່າ “ຍຸດທະສາດ” ໝາຍເຖິງແຜນການໄລຍະຍາວທີ່ມີເປົ້າໝາຍຢ່າງຊັດເຈນ. ການນຳສອງຄຳນີ້ມາລວມກັນສ້າງເປັນສຳນວນທີ່ສື່ຄວາມໝາຍເຖິງແຜນການທີ່ເປັນຫຼັກສຳຄັນ, ມີວິໄສທັດ ແລະ ມີທິດທາງທີ່ບໍ່ປ່ຽນແປງໃນການນຳພາປະເທດຊາດກ້າວໄປຂ້າງໜ້າຢ່າງຖືກຕ້ອງ. ສຳນວນນີ້ມັກຖືກໃຊ້ໃນວົງການການເມືອງ ແລະ ການບໍລິຫານເພື່ອເນັ້ນຄວາມສຳຄັນຂອງແຜນແມ່ບົດທີ່ວາງໄວ້ຢ່າງລະອຽດຖີ່ຖ້ວນ.

ການນຳໃຊ້ສຳນວນ “ເຂັ້ມທິດຍຸດທະສາດ” ໃນບໍລິບົດທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວ ມີຈຸດປະສົງເພື່ອຊ່ວຍໃຫ້ຂໍ້ຄວາມມີຄວາມໝັ້ນຄົງ ແລະ ເປັນຮູບປະທຳຫຼາຍຂຶ້ນ, ເຖິງແມ່ນຈະເປັນແນວຄິດທີ່ເປັນນາມມະທຳກໍຕາມ. ການປຽບທຽບແຜນພັດທະນາກັບເຂັ້ມທິດຊ່ວຍໃຫ້ຜູ້ອ່ານເຫັນພາບວ່າ ແຜນດັ່ງກ່າວເປັນສິ່ງທີ່ສຳຄັນໃນການນຳພາໄປສູ່ເປົ້າໝາຍ, ປຽບເໝືອນເຂັ້ມທິດທີ່ນຳທາງເຮືອໃນທະເລອັນກວ້າງໃຫຍ່. ສາເຫດການໃຊ້ຄຳລັກສະນະນີ້ຄື ການສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈທີ່ເລິກເຊິ່ງຂຶ້ນຕື່ມວ່າແຜນພັດທະນາຊາດບໍ່ແມ່ນພຽງເອກະສານທຳມະດາ, ແຕ່ເປັນເຄື່ອງມືທີ່ມີບົດບາດສຳຄັນໃນການກຳນົດອະນາຄົດຂອງຊາດ.

ພ້ອມດຽວກັນນັ້ນ, ການໃຊ້ສຳນວນນີ້ຍັງສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນເຖິງຄວາມພະຍາຍາມຂອງພາກລັດໃນການສື່ສານທີ່ບໍ່ພຽງແຕ່ໃຫ້ຂໍ້ມູນເທົ່ານັ້ນ, ແຕ່ຍັງສ້າງຄວາມຮັບຮູ້ ແລະ ຄວາມເຊື່ອໝັ້ນຜ່ານການໃຊ້ພາສາທີ່ມີລັກສະນະປຽບທຽບທີ່ໜ້າຈົດຈຳ. ການນຳໃຊ້ສຳນວນດັ່ງກ່າວເປັນການເສີມສ້າງການສື່ສານໃຫ້ມີປະສິດທິພາບຫຼາຍຂຶ້ນໃນຍຸກອອນລາຍ.

4.1.2 ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນດ້ວຍຮູບສັບໃໝ່ໃນບໍລິບົດທາງການ

ການນຳໃຊ້ຮູບສັບໃໝ່ໃນບໍລິບົດທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວ ແມ່ນເພື່ອເພີ່ມຄວາມກະທັດຮັດ, ຊັດເຈນ ແລະ ທັນສະໄໝໃຫ້ແກ່ເນື້ອໃນ ໂດຍສະເພາະເມື່ອຕ້ອງການສື່ສານຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບແນວຄວາມຄິດ, ເຕັກໂນໂລຊີ ຫຼື ຂໍ້ກຳນົດສາກົນທີ່ບໍ່ມີຄຳສັບພາສາລາວຮອງຮັບໂດຍກົງ, ເພື່ອເຮັດໃຫ້ການສື່ສານໃນຍຸກດິຈິຕອນມີປະສິດທິພາບ ແລະ ສາມາດເຊື່ອມໂຍງກັບຂໍ້ມູນສາກົນໄດ້ດີຂຶ້ນ ຈຶ່ງມີຄວາມຈຳເປັນນຳໃຊ້ສັບສຳນວນດ້ວຍຮູບສັບໃໝ່ໃນບໍລິບົດທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ. ຜ່ານການສຶກສາລັກສະນະການນຳໃຊ້ສັບສຳນວນດ້ວຍຮູບສັບໃໝ່ໃນບໍລິບົດທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ພົບວ່າມີຈຳນວນ 42 ສັບສຳນວນ ເຊິ່ງສາມາດແບ່ງອອກເປັນ 2 ລັກສະນະຍ່ອຍຄື ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຍືມຈາກຮູບສັບພາສາຕ່າງປະເທດ ແລະ ລັກສະນະການໃຊ້ສັນຍາລັກ ແລະ ເຄື່ອງໝາຍພິເສດ.

ກ. ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຍືມດ້ວຍຮູບສັບພາສາຕ່າງປະເທດ

ຕົວຢ່າງ 6: “ທະນາຄານພັດທະນາອາຊີໃຫ້ການສະໜັບສະໜູນ **Startup** ໃນລາວທີ່ມີທ່າແຮງ”. (ຟບ: ເສດຖະກິດ-ການຄ້າ)

ໃນຕົວຢ່າງນີ້ “ທະນາຄານພັດທະນາອາຊີໃຫ້ການສະໜັບສະໜູນ **Startup** ໃນລາວທີ່ມີທ່າແຮງ” ປາກົດມີຄຳວ່າ “**Startup**” ແມ່ນຄຳຍືມໂດຍກົງຈາກພາສາອັງກິດ ທີ່ຍັງຄົງຮູບແບບການສະກົດເດີມໄວ້. ໃນບໍລິບົດນີ້, ຄຳວ່າ “Startup” ໝາຍເຖິງ ບໍລິສັດ ຫຼື ທຸລະກິດໃໝ່ທີ່ຫາກໍເລີ່ມຕົ້ນດຳເນີນງານ, ມັກຈະມີລັກສະນະນະວັດຕະກຳ, ເຕັກໂນໂລຊີສູງ ແລະ ມີທ່າແຮງໃນການເຕີບໂຕຢ່າງວ່ອງໄວ ແລະ ຂະຫຍາຍຕົວໄດ້ໃນວົງກວ້າງ. ຄຳນີ້ໄດ້ຮັບຄວາມນິຍົມໃຊ້ຢ່າງແຜ່ຫຼາຍທົ່ວໂລກໃນຂົງເຂດທຸລະກິດ ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີ ເນື່ອງຈາກວ່າສາມາດສື່ຄວາມໝາຍສະເພາະຂອງທຸລະກິດປະເພດນີ້ໄດ້ຢ່າງຊັດເຈນ ແລະ ກະທັດຮັດ. ການນຳໃຊ້ຄຳວ່າ “Startup” ໃນການປະກາດທາງການຂອງທະນາຄານພັດທະນາອາຊີ (ADB) ສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງການຮັບຮູ້ ແລະ ການສະໜັບສະໜູນຕໍ່ ທ່າວຽງທຸລະກິດໃໝ່ທີ່ທັນສະໄໝ ທີ່ກຳລັງເກີດຂຶ້ນໃນປະເທດລາວ.

ການນຳໃຊ້ຄຳວ່າ “Startup” ໂດຍກົງໃນການສື່ສານ ບໍລິບົດທາງການຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວສະທ້ອນເຖິງ ອິດທິພົນຂອງພາສາສາກົນ ແລະ ຄວາມຈຳເປັນໃນການສື່ສານແນວຄິດໃໝ່ຢ່າງວ່ອງໄວ ແລະ ຊັດເຈນ. ການໃຊ້ຄຳນີ້ໂດຍບໍ່ແປເປັນພາສາລາວ (ເຊິ່ງອາດຈະຍາກທີ່ຈະຫາຄຳທີ່ສື່ຄວາມໝາຍໄດ້ຄົບຖ້ວນ ແລະ ກະທັດຮັດເທົ່າ) ຊ່ວຍໃຫ້ຂໍ້ຄວາມທາງການສາມາດຕົງດູດຄວາມສົນໃຈຂອງກຸ່ມເປົ້າໝາຍສະເພາະເຊັ່ນ ຜູ້ປະກອບການຮຸ່ນໃໝ່ ຫຼື ນັກລົງທຶນໄດ້ຢ່າງມີປະສິດທິພາບ. ການນຳໃຊ້ຄຳດັ່ງກ່າວເພື່ອເພີ່ມການຮັບຮູ້ຂອງສາທາລະນະຊົນກ່ຽວກັບການສະໜັບສະໜູນທຸລະກິດປະເພດໃໝ່, ຊຸກຍູ້ໃຫ້ມີການເກີດຂຶ້ນຂອງ Startup ຕ່າງໆໃນລາວ ແລະ ສ້າງພາບລັກທີ່ທັນສະໄໝແລະ ເປັນສາກົນໃຫ້ແກ່ສະຖາບັນການເງິນທີ່ໃຫ້ການສະໜັບສະໜູນ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຍັງເປັນການສະທ້ອນວ່າ ບາງຄຳສັບທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບນະວັດຕະກຳ ແລະ ທຸລະກິດໃໝ່ໆມັກຈະຖືກຮັບເອົາມາໃຊ້ໂດຍກົງໃນຫຼາຍໆພາສາທົ່ວໂລກ ເພື່ອຄວາມສະດວກ ແລະ ຄວາມເປັນເອກະພາບໃນການສື່ສານໃນຂົງເຂດດັ່ງກ່າວ.

ຂ. ລັກສະນະການໃຊ້ອັກສອນຫຍໍ້ດ້ວຍຮູບສັບພາສາຕ່າງປະເທດ

ຕົວຢ່າງ 7: “ສປປລາວ ເຂົ້າຮ່ວມກອງປະຊຸມສະມັດຊາໃຫຍ່ UN” (ຟບ: ປະເທດລາວ)

ໃນປະໂຫຍກນີ້ “ສປປລາວ ເຂົ້າຮ່ວມກອງປະຊຸມສະມັດຊາໃຫຍ່ UN” ປາກົດມີອັກສອນຫຍໍ້ວ່າ “UN” ເປັນຕົວອັກສອນຫຍໍ້ທີ່ມາຈາກພາສາອັງກິດໂດຍກົງ “United Nations” (ອົງການສະຫະປະຊາຊາດ). ໃນບໍລິບົດນີ້, ຕົວອັກສອນຫຍໍ້ “UN” ບໍ່ພຽງແຕ່ໝາຍເຖິງຊື່ອົງກອນເທົ່ານັ້ນ, ແຕ່ຍັງເປັນຕົວແທນຂອງ ເວທີສາກົນຫຼັກທີ່ສົ່ງເສີມສັນຕິພາບ, ຄວາມໝັ້ນຄົງ, ການພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ, ສິດທິມະນຸດ ແລະ ການຮ່ວມມືລະຫວ່າງປະເທດ. ອັກສອນຫຍໍ້ນີ້ຖືກໃຊ້ຢ່າງແຜ່ຫຼາຍໃນວົງການການເມືອງ, ການທູດ ແລະ ສົມວນຊົນທົ່ວໂລກ ຍ້ອນຄວາມກະທັດຮັດ ແລະ ສາມາດສື່ຄວາມໝາຍຂອງອົງກອນລະດັບສາກົນທີ່ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກກັນດີ. ການນຳໃຊ້ຄຳວ່າ “UN” ໃນຂ່າວສານທາງການຂອງ ສປປ ລາວ ສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງປະເທດໃນເວທີສາກົນທີ່ສຳຄັນ, ພ້ອມທັງຍົກລະດັບຄວາມເປັນສາກົນຂອງຂ່າວສານນັ້ນອີກດ້ວຍ.

ການນຳໃຊ້ຄຳວ່າ “UN” ໂດຍກົງໃນບໍລິບົດທາງການຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວສະທ້ອນເຖິງ ຄວາມຈຳເປັນໃນການສື່ສານແນວຄິດ ແລະ ອົງກອນສາກົນຢ່າງວ່ອງໄວ, ຊັດເຈນ ແລະ ມີມາດຕະຖານ. ຈຸດພິເສດຂອງການໃຊ້ຕົວຫຍໍ້ແບບນີ້ແມ່ນຄວາມກະທັດຮັດ ເຊິ່ງຊ່ວຍຫຼຸດຜ່ອນຄວາມຍາວຂອງຂໍ້ຄວາມ, ເໝາະສົມກັບລັກສະນະຂອງສື່ສັງຄົມອອນລາຍທີ່ເນັ້ນຄວາມໄວ ແລະ ປະຫຍັດພື້ນທີ່. ນອກຈາກນັ້ນ, ຍັງຮັບປະກັນ ຄວາມເປັນ

ສາກົນ. ຍິ່ງໄປກວ່ານັ້ນ, ການນຳໃຊ້ຄຳຫຍໍ້ສາກົນທີ່ໄດ້ຮັບການຍອມຮັບສະແດງເຖິງ ຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື ແລະ ການເຊື່ອມໂຍງກັບມາດຕະຖານການສື່ສານສາກົນ ຂອງລັດຖະບານລາວ. ການນຳໃຊ້ຄຳດັ່ງກ່າວ ຍັງເພີ່ມຄວາມຮັບຮູ້ຂອງສາທາລະນະຊົນກ່ຽວກັບບົດບາດຂອງ ສປປ ລາວ ໃນເວທີການເມືອງລະດັບໂລກ, ຊຸກຍູ້ຄວາມເຂົ້າໃຈກ່ຽວກັບການຮ່ວມມືສາກົນ ແລະ ສ້າງພາບລັກທີ່ທັນສະໄໝ ແລະ ຄວາມເປັນສາກົນໃຫ້ແກ່ການສື່ສານຂອງພາກລັດ. ເຖິງແມ່ນວ່າຄຳວ່າ “ອົງການສະຫະປະຊາຊາດ” ຈະເປັນຄຳທີ່ໃຊ້ໃນພາສາລາວ, ແຕ່ການໃຊ້ “UN” ໂດຍກົງກໍ່ມັກຖືກເລືອກເພື່ອຄວາມວ່ອງໄວ ແລະ ຄວາມເປັນສາກົນໃນບໍລິບົດທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ.

ຄ. ລັກສະນະການໃຊ້ສັນຍາລັກ ແລະ ເຄື່ອງໝາຍພິເສດ

ຕົວຢ່າງ 8: “ລັດຖະບານວາງເປົ້າໝາຍການເຕີບໂຕ x2 ໃນ 5 ປີຂ້າງໜ້າ” (ຟບ: ລາວໂພສ)

ໃນປະໂຫຍກນີ້ “ລັດຖະບານວາງເປົ້າໝາຍການເຕີບໂຕ x2 ໃນ 5 ປີຂ້າງໜ້າ” ປາກົດມີສັນຍາລັກ “x2” ແມ່ນການນຳໃຊ້ເຄື່ອງໝາຍທາງຄະນິດສາດ (x), ປະສົມກັບຕົວເລກ (2) ເພື່ອສະແດງເຖິງ ການຄູນ ຫຼື ການເພີ່ມຂຶ້ນເປັນສອງເທົ່າ. ທີ່ມາຂອງສັນຍາລັກ (x) ແມ່ນມາຈາກພາສາລະຕິນ “multiplication” ເຊິ່ງໝາຍເຖິງການຄູນ ແລະ ໄດ້ຖືກນຳໃຊ້ຢ່າງກວ້າງຂວາງໃນວິທະຍາສາດ, ຄະນິດສາດ ແລະ ເສດຖະກິດທົ່ວໂລກ. ເຖິງວ່າເຄື່ອງໝາຍ (x) ຈະເປັນສັນຍາລັກທີ່ໃຊ້ກັນທົ່ວໄປ, ແຕ່ການນຳເອົາມາໃຊ້ໃນບໍລິບົດການສື່ສານທາງການແບບນີ້ແມ່ນເພື່ອຖ່າຍທອດແນວຄິດການເຕີບໂຕແບບກ້າວກະໂດດ ຫຼື ການບັນລຸເປົ້າໝາຍທີ່ສູງຂຶ້ນຢ່າງເຫັນໄດ້ຊັດເຈນ. ການນຳໃຊ້ໃນບໍລິບົດນີ້ສະແດງເຖິງ ຄວາມທະເຍີທະຍານ ແລະ ຄວາມໝັ້ນໃຈຂອງລັດຖະບານໃນການບັນລຸເປົ້າໝາຍການພັດທະນາເສດຖະກິດທີ່ສູງຂຶ້ນ.

ການນຳໃຊ້ສັນຍາລັກ “x2” ໃນບໍລິບົດທາງການຂອງສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວມີຈຸດປະສົງເພື່ອເຮັດໃຫ້ຂໍ້ຄວາມມີຄວາມກະທັດຮັດ ແລະ ໄດ້ຄວາມໝາຍທີ່ຊັດເຈນ, ເພາະມັນສາມາດສື່ຄວາມໝາຍຂອງ “ສອງເທົ່າ” ໄດ້ຢ່າງງ່າຍດາຍໂດຍບໍ່ຕ້ອງໃຊ້ຄຳເວົ້າທີ່ຍາວເຊັ່ນ “ເພີ່ມຂຶ້ນສອງເທົ່າ” ຫຼື “ຄູນສອງ”. ການໃຊ້ສັນຍາລັກແບບນີ້ຍັງເຮັດໃຫ້ຂໍ້ຄວາມມີ ຄວາມທັນສະໄໝ ແລະ ເຂົ້າເຖິງໄດ້ງ່າຍ ໂດຍສະເພາະກຸ່ມຄົນທີ່ຕຸ້ນເຄີຍກັບການນຳໃຊ້ສັນຍາລັກໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ. ນອກຈາກນັ້ນ, ການນຳໃຊ້ຄຳດັ່ງກ່າວຍັງສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈທີ່ວ່ອງໄວ ແລະ ຊັດເຈນກ່ຽວກັບເປົ້າໝາຍທີ່ລັດຖະບານກຳນົດໄວ້, ຊຸກຍູ້ຄວາມເຊື່ອໝັ້ນຂອງປະຊາຊົນຕໍ່ວິໄສທັດການພັດທະນາ, ສ້າງພາບລັກທີ່ທັນສະໄໝ ແລະ ມີປະສິດທິພາບໃຫ້ແກ່ການສື່ສານຂອງພາກລັດ. ການເລືອກ

ໃຊ້ສັນຍາລັກນີ້ແທນຄຳເວົ້າແບບດັ້ງເດີມກໍຍ້ອນເຫັນເຖິງ ປະສິດທິພາບໃນການສື່ສານ, ຄວາມສາມາດໃນການດຶງດູດຄວາມ ສົນໃຈ ແລະ ຄວາມເປັນສາກົນຂອງມັນໃນຍຸກທີ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຕ້ອງໄຫຼວຽນຢ່າງວ່ອງໄວ.

4.2 ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນບໍລິບົດບໍ່ເປັນທາງການໃນສື່ ສັງຄົມອອນລາຍ

ລັກສະນະການນຳໃຊ້ສັບສຳນວນໃນບໍລິບົດບໍ່ເປັນ ທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວ ໝາຍເຖິງການເລືອກໃຊ້ ຖ້ອຍຄຳ ຫຼື ສຳນວນທີ່ເປັນກັນເອງ, ຫັນສະໄໝ, ມີລັກສະນະ ສະເພາະກຸ່ມ ຫຼື ເປັນທີ່ນິຍົມໃນກຸ່ມຄົນຮຸ່ນໃໝ່ ເຊິ່ງແຕກຕ່າງຈາກ ພາສາມາດຕະຖານ ຫຼື ພາສາທາງການ. ສາເຫດທີ່ພາໃຫ້ເກີດການ ປ່ຽນແປງການໃຊ້ພາສາໃນລັກສະນະນີ້ແມ່ນຍ້ອນການພັດທະນາ ຢ່າງວ່ອງໄວຂຶ້ນຂອງສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ເຊັ່ນ Facebook, TikTok, ແລະ ແອັບພິເຄຊັນຕ່າງໆ ທີ່ສ້າງພື້ນທີ່ໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ສື່ສັງຄົມ ອອນລາຍສາມາດສື່ສານກັນໄດ້ຢ່າງອິດສະຫຼະ, ບໍ່ມີຂໍ້ຈຳກັດດ້ານ ຮູບແບບ ແລະ ເນັ້ນຄວາມວ່ອງໄວໃນການໂຕ້ຕອບ.

ຜ່ານການສຶກສາລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນບໍ ລິບົດທີ່ບໍ່ເປັນທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວປາກົດວ່າມີຈຳ ນວນ 150 ສັບສຳນວນ ເຊິ່ງສາມາດແບ່ງອອກເປັນ 2 ລັກສະນະຄື ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນດ້ວຍຮູບສັບເດີມໃນບໍລິບົດບໍ່ເປັນ ທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ແລະ ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳ ນວນດ້ວຍຮູບສັບໃໝ່ໃນບໍລິບົດບໍ່ເປັນທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນ ລາຍ.

4.2.1 ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນດ້ວຍຮູບສັບເດີມໃນບໍລິບົດ ບໍ່ເປັນທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ

ການສຶກສາລັກສະນະການນຳໃຊ້ສັບສຳນວນດ້ວຍ ຮູບສັບໃນບໍລິບົດບໍ່ເປັນທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວ ພົບຈຳນວນ 101 ສັບສຳນວນ ເຊິ່ງສາມາດແບ່ງອອກເປັນ 7 ລັກສະນະຄື:

ກ. ລັກສະນະການໃຊ້ສຽງ

ຕົວຢ່າງ 9: “ລາວວ່າລາວເຮັດເປັນໝົດ ວ່າຊານນນ!”
(ນວ: ຮັກຕ້ອງຂ້າ)

ໃນປະໂຫຍກ “ລາວວ່າລາວເຮັດເປັນໝົດ ວ່າ ຊານນນ!” ປາກົດມີຄຳວ່າ “ວ່າຊານນນ” ແມ່ນຕົວຢ່າງຂອງການ ປ່ຽນແປງທາງສຽງ (phonological change) ທີ່ເກີດຂຶ້ນໃນ ພາສາລາວ, ໂດຍສະເພາະໃນບໍລິບົດການສື່ສານແບບບໍ່ເປັນທາງ ການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ. ຄຳເດີມຂອງຄຳນີ້ແມ່ນ “ວ່າຊັ້ນ” ຫຼື “ວ່າຊັ້ນແລ້ວ” ເຊິ່ງມີຄວາມໝາຍວ່າ ວ່າຢ່າງນັ້ນ, ວ່າແນວນັ້ນ ຫຼື ໃຊ້ເພື່ອຢືນຢັນຄຳເວົ້າຂອງຜູ້ອື່ນ. ການເພີ່ມຕົວ “ນ” ຫຼາຍໆຕົວຄື “ນນນ” ເພື່ອສື່ເຖິງການລາກສຽງຍາວນັ້ນເປັນການດັດແປງທາງ

ສຽງທີ່ເກີດຈາກ ອິດທິພົນຂອງພາສາເວົ້າ ແລະ ວັດທະນະທຳການ ສື່ສານຂອງຄົນຮຸ່ນໃໝ່ທີ່ມັກຈະໃຊ້ການຍຶດສຽງ ຫຼື ເພີ່ມຕົວ ອັກສອນເພື່ອສະແດງອາລົມ ຫຼື ການເນັ້ນໜັກ. ຄວາມສຳຄັນຂອງ ປະກົດການນີ້ແມ່ນການສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນເຖິງ ການປັບຕົວຂອງ ພາສາລາວໃຫ້ເຂົ້າກັບຮູບແບບການສື່ສານທີ່ຫັນສະໄໝ, ໂດຍ ສະເພາະການຖ່າຍທອດອາລົມ ແລະ ຄວາມຮູ້ສຶກທີ່ບໍ່ສາມາດ ສື່ສານໄດ້ດ້ວຍຂໍ້ຄວາມທຳມະດາ.

ການນຳໃຊ້ຄຳວ່າ “ວ່າຊານນນ” ໃນສື່ສັງຄົມອອນ ລາຍລາວມີຈຸດປະສົງ ແລະ ຜົນກະທົບຫຼາຍຢ່າງ. ການໃຊ້ຄຳນີ້ໃນ ບໍລິບົດບໍ່ເປັນທາງການຖືກໃຊ້ເພື່ອ ສະແດງອາລົມຂອງການປະ ຊິດປະຊຸມ, ການບໍ່ເຊື່ອຖື, ການບໍ່ເຫັນດີ ຫຼື ຄວາມຮູ້ສຶກບໍ່ພໍໃຈ ຕໍ່ຄຳເວົ້າຂອງບຸກຄົນອື່ນ, ໂດຍສະເພາະໃນເວລາທີ່ຄຳເວົ້ານັ້ນຟັງ ແລ້ວບໍ່ໜ້າເຊື່ອຖື ຫຼື ເປັນການໂອ້ອວດເກີນໄປ. ຈຸດພິເສດຂອງ ການໃຊ້ສຽງລັກສະນະນີ້ແມ່ນສ້າງ ຜົນກະທົບທາງອາລົມທີ່ຊັດ ເຈນໃຫ້ແກ່ຜູ້ອ່ານ, ປຽບເໝືອນການໄດ້ຍິນສຽງທີ່ລາກຍາວພ້ອມ ກັບສີໜ້າທີ່ສະແດງຄວາມບໍ່ເຊື່ອຕໍ່ຄຳເວົ້າ ຫຼື ການກະທຳຜ່ານມາ. ເປັນກົນໄກພາສາສາດທີ່ຊ່ວຍໃຫ້ການສື່ສານຜ່ານຕົວໜັງສືມີ ມິຕິ ທາງອາລົມຫຼາຍຂຶ້ນ, ຫຼຸດຜ່ອນຄວາມແຫ້ງແລ້ງຂອງພາສາຂຽນ. ສາເຫດການໃຊ້ຄຳລັກສະນະນີ້ຄືການສ້າງຮູບແບບການສື່ສານທີ່ ເປັນເອກະລັກຂອງສັງຄົມອອນລາຍ, ເພີ່ມປະສິດທິພາບໃນການ ຖ່າຍທອດຄວາມຮູ້ສຶກທີ່ສັບຊ້ອນ ແລະ ສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນເຖິງ ການປ່ຽນແປງຂອງພາສາໃນການກາຍເປັນເຄື່ອງມືທີ່ສະແດງອອກ ທາງບຸກຄະລິກກະພາບ ແລະ ອາລົມຂອງຜູ້ໃຊ້ໃນຍຸກອອນລາຍ. ປະກົດການນີ້ບໍ່ໄດ້ຖືກນຳໃຊ້ໃນບໍລິບົດທາງການຢ່າງແນ່ນອນ ເນື່ອງຈາກມັນຂັດກັບຫຼັກການຄວາມຊັດເຈນ ແລະ ຄວາມໜ້າ ເຊື່ອຖືທີ່ພາສາທາງການ..

ຂ. ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຍົມ

ຕົວຢ່າງ 10: “ເປັນໂມເມັ້ນທີ່ໜ້າຈິດຈຳທີ່ສຸດ”

(ນວ: ເທັກຊີທີ່ຮັກ)

ໃນປະໂຫຍກ “ເປັນໂມເມັ້ນທີ່ໜ້າຈິດຈຳທີ່ສຸດ” ປາກົດມີຄຳວ່າ “ໂມເມັ້ນ” ເປັນຕົວຢ່າງຂອງ ຄຳຍົມທີ່ປ່ຽນຮູບ ເປັນພາສາລາວ (loanword adaptation) ເຊິ່ງມາຈາກຄຳສັບ ພາສາອັງກິດ “moment”. ໃນບໍລິບົດນີ້, ຄຳວ່າ “ໂມເມັ້ນ” ໝາຍ ເຖິງ ຊ່ວງເວລາ ຫຼື ໂອກາດໜຶ່ງທີ່ສຳຄັນ, ປະທັບໃຈ ຫຼື ເປັນທີ່ໜ້າ ຈິດຈຳ. ການນຳເອົາຄຳສັບຈາກພາສາອັງກິດມາປ່ຽນສຽງ ແລະ ຮູບຕົວສະກົດໃຫ້ເຂົ້າກັບລະບົບສຽງຂອງພາສາລາວ (ຈາກ moment ເປັນ ໂມເມັ້ນ) ນີ້ເປັນປະກົດການທີ່ພົບເຫັນຫຼາຍໃນ ພາສາທີ່ມີການຕິດຕໍ່ພົວພັນກັບພາສາອື່ນໆຢ່າງໃກ້ຊິດ. ຄວາມ ສຳຄັນຂອງການປ່ຽນແປງນີ້ແມ່ນມັນສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນເຖິງ ອິດທິ ພົນຂອງພາສາສາກົນ, ໂດຍສະເພາະພາສາອັງກິດ, ຕໍ່ການ

ພັດທະນາຄຳສັບຂອງພາສາລາວໃນຍຸກອອນລາຍ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຍັງຊຶ້ໃຫ້ເຫັນເຖິງການປັບຕົວຂອງພາສາລາວໃນການຮອງຮັບແນວຄິດໃໝ່ໆ ທີ່ອາດບໍ່ມີຄຳສັບທີ່ແທດເໝາະໃນພາສາເດີມ.

ການນຳໃຊ້ຄຳວ່າ “ໂມເມັນ” ໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວມີຈຸດປະສົງ ແລະ ຜົນກະທົບທີ່ສຳຄັນໃນບໍລິບົດບໍ່ເປັນທາງການ. ຄຳນີ້ຖືກນຳໃຊ້ຢ່າງກວ້າງຂວາງເພື່ອສະແດງອາລົມ ແລະ ຄວາມຮູ້ສຶກສ່ວນຕົວ ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຊ່ວງເວລາໃດໜຶ່ງ ເຊັ່ນ ໂມເມັນດົງ, ໂມເມັນເສົ້າໆ. ຈຸດພິເສດຂອງການໃຊ້ຄຳຍືມທີ່ປ່ຽນຮູບນີ້ແມ່ນມັນສ້າງ ຄວາມເປັນກັນເອງ ແລະ ຄວາມທັນສະໄໝໃຫ້ແກ່ການສື່ສານ, ໂດຍສະເພາະໃນກຸ່ມຄົນຮຸ່ນໃໝ່ທີ່ຄຸ້ນເຄີຍກັບພາສາອັງກິດ ແລະ ຊ່ວຍໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ສາມາດ ຖ່າຍທອດຄວາມໝາຍທີ່ສັບຊ້ອນທາງອາລົມໄດ້ຢ່າງກະທັດຮັດ ແລະ ມີປະສິດທິພາບ. ສາເຫດການໃຊ້ຄຳລັກສະນະນີ້ຄືການສ້າງຮູບແບບພາສາທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງສັງຄົມອອນລາຍ ເຊິ່ງປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນການຂະຫຍາຍຄຳສັບຂອງພາສາລາວ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ຄຳຍືມດັ່ງກ່າວບໍ່ນິຍົມນຳໃຊ້ໃນບໍລິບົດທາງການເນື່ອງຈາກມັນຂາດຄວາມຖືກຕ້ອງຕາມຫຼັກພາສາ ແລະ ຄວາມໝັ້ນຄົງທີ່ພາສາທາງການຕ້ອງການ, ພ້ອມທັງອາດບໍ່ເປັນທີ່ເຂົ້າໃຈສຳລັບຜູ້ຮັບສານທຸກກຸ່ມ.

ຄ. ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳປະສົມສ້າງໃໝ່

ຕົວຢ່າງ 11: “**ສາຍຄອນເທັນ** ບໍ່ຄວນພາດກິດຈະກຳດົງແບບນີ້” (ຟບ: ລາວພັດທະນາ)

ໃນປະໂຫຍກ “**ສາຍຄອນເທັນ** ບໍ່ຄວນພາດກິດຈະກຳດົງແບບນີ້” ປາກົດມີຄຳວ່າ “**ສາຍຄອນເທັນ**” ເປັນຕົວຢ່າງຂອງ ຄຳປະສົມສ້າງໃໝ່ (neologism through compounding) ໃນພາສາລາວ, ເຊິ່ງປະກອບດ້ວຍຄຳລາວ “ສາຍ” ໝາຍເຖິງກຸ່ມຄົນ, ສາຍງານ, ອາຊີບ ແລະ ຜູ້ທີ່ມັກ) ແລະ ຄຳຍືມທີ່ປ່ຽນຮູບ “ຄອນເທັນ” ມາຈາກພາສາອັງກິດ “content”, ໝາຍເຖິງເນື້ອໃນ ຫຼື ສິ່ງທີ່ສ້າງຂຶ້ນເພື່ອເຜີຍແຜ່. ໃນບໍລິບົດນີ້, ຄຳວ່າ “ສາຍຄອນເທັນ” ໝາຍເຖິງ ກຸ່ມຄົນທີ່ສົນໃຈ, ມັກ ຫຼື ມີສ່ວນຮ່ວມໃນການສ້າງ, ບໍລິໂພກ ຫຼື ຕິດຕາມເນື້ອໃນຕ່າງໆທາງອອນລາຍ ເຊັ່ນ ວິດີໂອ, ຮູບພາບ, ບົດຄວາມ, ໂດຍສະເພາະແມ່ນກຸ່ມຜູ້ສ້າງເນື້ອໃນ (content creators). ການສ້າງຄຳປະສົມແບບນີ້ສະທ້ອນເຖິງ ການປັບຕົວ ແລະ ຄວາມຄິດສ້າງສັນຂອງພາສາລາວໃນການດັດແປງຄຳສັບຈາກພາສາອື່ນໆ ມາປະສົມປະສານກັບຄຳລາວເດີມ ເພື່ອສ້າງຄຳສັບໃໝ່ທີ່ສຳຄັນໄດ້ຢ່າງກະທັດຮັດ. ຄວາມສຳຄັນຂອງປະກົດການນີ້ແມ່ນການສະທ້ອນເຖິງ ອິດທິພົນຂອງແນວຄິດ ແລະ ຄຳສັບສາກົນໃນຍຸກອອນລາຍ.

ການນຳໃຊ້ຄຳວ່າ “ສາຍຄອນເທັນ” ໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວມີຈຸດປະສົງ ແລະ ຜົນກະທົບທີ່ສຳຄັນໃນບໍລິບົດບໍ່ເປັນ

ທາງການ. ຄຳນີ້ຖືກນຳໃຊ້ຢ່າງກວ້າງຂວາງເພື່ອ ລະບຸກຸ່ມເປົ້າໝາຍ ຫຼື ກຸ່ມຄົນ ທີ່ມີຄວາມສົນໃຈສະເພາະດ້ານເນື້ອໃນອອນລາຍ, ໂດຍສະເພາະໃນການໂຄສະນາກິດຈະກຳ, ຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການສ້າງສັນ ແລະ ການບໍລິໂພກເນື້ອໃນ. ຈຸດພິເສດຂອງການໃຊ້ຄຳປະສົມສ້າງໃໝ່ນີ້ແມ່ນມັນສ້າງ ຄວາມເປັນກັນເອງ, ຄວາມທັນສະໄໝ ແລະ ຄວາມກະທັດຮັດໃນການສື່ສານ, ເຊິ່ງເຮັດໃຫ້ຜູ້ອ່ານຮູ້ສຶກວ່າຂໍ້ຄວາມນັ້ນຖືກມຸ້ງເນັ້ນໂດຍກົງຫາພວກເຂົາ. ພ້ອມທັງຊ່ວຍໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍສາມາດຖ່າຍທອດຄວາມໝາຍຂອງການເປັນສະມາຊິກຂອງກຸ່ມຄົນທີ່ມີຄວາມສົນໃຈໃນສິ່ງດຽວກັນໄດ້ຢ່າງວ່ອງໄວ ໂດຍບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງໃຊ້ຄຳອະທິບາຍຍາວໆ. ສາເຫດການໃຊ້ຄຳລັກສະນະນີ້ຄືການສ້າງຮູບແບບພາສາທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງສັງຄົມອອນລາຍ ເຊິ່ງປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນການຂະຫຍາຍຄຳສັບຂອງພາສາລາວ ແລະ ສະທ້ອນເຖິງການເຊື່ອມໂຍງຂອງວັດທະນະທຳດິຈິຕອນເຂົ້າໃນຊີວິດປະຈຳວັນ.

ງ. ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຫຍໍ້

ຕົວຢ່າງ 12: “ກຽມຈັດໂປຣໃຫ້ລູກຄ້າຕ້ອນຮັບບຸນໃໝ່ທີ່ຈະມາເຖິງນີ້” (ຟບ: ລາວໂພສ)

ໃນປະໂຫຍກ “ກຽມຈັດໂປຣໃຫ້ລູກຄ້າຕ້ອນຮັບບຸນໃໝ່ທີ່ຈະມາເຖິງນີ້” ປາກົດມີຄຳວ່າ “ໂປຣ” ເປັນຕົວຢ່າງຂອງຄຳຫຍໍ້ (clipping) ທີ່ເກີດຈາກການຕັດຮອນຄຳສັບທີ່ມີຫຼາຍພະຍາຍໃຫ້ສັ້ນລົງ, ໂດຍຍັງຄົງຮັກສາຄວາມໝາຍເດີມໄວ້. ຄຳເດີມຂອງມັນແມ່ນ “ໂປຣໂມຊັນ” (promotion) ເຊິ່ງເປັນຄຳຍືມຈາກພາສາອັງກິດທີ່ໝາຍເຖິງ ການສົ່ງເສີມການຂາຍ, ການຫຼຸດລາຄາ ຫຼື ຂໍ້ສະເໜີພິເສດຕ່າງໆ ເພື່ອດຶງດູດລູກຄ້າ. ການຫຍໍ້ຄຳຈາກ “ໂປຣໂມຊັນ” ເປັນ “ໂປຣ” ນັ້ນ ເປັນປະກົດການທີ່ສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນເຖິງ ຄວາມຕ້ອງການຄວາມກະທັດຮັດ ແລະ ຄວາມວ່ອງໄວໃນການສື່ສານຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍເຊິ່ງເປັນລັກສະນະເດັ່ນຂອງພາສາໃນພື້ນທີ່ອອນລາຍ.

ການນຳໃຊ້ຄຳວ່າ “ໂປຣ” ໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວມີຈຸດປະສົງ ແລະ ຜົນກະທົບທີ່ສຳຄັນໃນບໍລິບົດບໍ່ເປັນທາງການ ໂດຍສະເພາະໃນດ້ານການຄ້າ ແລະ ການຕະຫຼາດ. ຄຳລັກສະນະນີ້ຖືກໃຊ້ເພື່ອ ຫຼຸດຜ່ອນຄວາມເປັນທາງການຂອງຄຳສັບ “ໂປຣໂມຊັນ”, ເຮັດໃຫ້ຂໍ້ຄວາມມີລັກສະນະເປັນກັນເອງ, ເຂົ້າເຖິງງ່າຍ ແລະ ດຶງດູດຄວາມສົນໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ. ຈຸດພິເສດຂອງການໃຊ້ຄຳຫຍໍ້ນີ້ແມ່ນມັນຊ່ວຍປະຢັດເວລາໃນການພິມ ແລະ ພິມທີ່ໃນຂໍ້ຄວາມ, ເຮັດໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ສາມາດສື່ສານໄດ້ຢ່າງວ່ອງໄວ. ນອກຈາກນີ້, ຍັງສ້າງ ຄວາມຮູ້ສຶກຮ່ວມກັນພາຍໃນກຸ່ມຄົນທີ່ຄຸ້ນເຄີຍກັບຄຳຫຍໍ້ນັ້ນ, ເປັນການສະແດງອອກເຖິງຄວາມທັນສະໄໝ ແລະ ການເຂົ້າເຖິງວັດທະນະທຳການສື່ສານໃນສັງຄົມອອນລາຍ. ສາເຫດ

ການໃຊ້ຄຳລັກສະນະນິຕິການສ້າງຮູບແບບພາສາທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງສັງຄົມອອນລາຍ, ເພີ່ມປະສິດທິພາບໃນການສື່ສານ ໄດ້ຢ່າງວ່ອງໄວ ແລະ ສະທ້ອນເຖິງການປ່ຽນແປງພຶດຕິກຳການສື່ສານໃນຍຸກອອນລາຍ. ແຕ່ຢ່າງໃດກໍຕາມ, ຄຳຫຍໍ້ດັ່ງກ່າວບໍ່ຄ່ອຍໄດ້ຮັບຄວາມນິຍົມນຳໃຊ້ໃນບໍລິບົດທາງການ ເນື່ອງຈາກມັນຂາດຄວາມຖືກຕ້ອງຕາມຫຼັກພາສາ ແລະ ອາດບໍ່ເປັນທີ່ເຂົ້າໃຈສຳລັບຜູ້ຮັບສານທຸກກຸ່ມ.

ຈ. ລັກສະນະການໃຊ້ຕົວອັກສອນຫຍໍ້

ຕົວຢ່າງ 13: “ໝູ່ມໝ້າ ຝ ທີ່ສາວໆໄຝຝັນ”

(ຟບ: ວ່າວດາຣາ)

ໃນປະໂຫຍກ “ໝູ່ມໝ້າ ຝ ທີ່ສາວໆໄຝຝັນ” ປາກົດມີຄຳວ່າ “ໝ້າ ຝ” ເປັນຕົວຢ່າງທີ່ຊັດເຈນຂອງ ການໃຊ້ອັກສອນຫຍໍ້ (acronym) ແບບບໍ່ເປັນທາງການ ເຊິ່ງເກີດຂຶ້ນຢ່າງແຜ່ຫຼາຍໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ. ອັກສອນຫຍໍ້ “ຝ” ໃນທີ່ນີ້ ມາຈາກຄຳວ່າ “ຝຣັ່ງ”, ດັ່ງນັ້ນ “ໝ້າ ຝ” ໝາຍເຖິງ ບຸກຄົນ (ໂດຍສະເພາະເພດຊາຍ) ທີ່ມີໃບໝ້າ ຫຼື ລັກສະນະຄ້າຍຄືຊາວຕ່າງປະເທດ, ໂດຍສະເພາະຊາວຝຣັ່ງ ຫຼື ຄົນຜິວຂາວທີ່ມີຮູບຮ່າງໜ້າຕາເປັນທີ່ນິຍົມ ຫຼື ດຶງດູດໃຈເພດກົງກັນຂ້າມ. ປະກົດການນີ້ສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນເຖິງອິດທິພົນຂອງວັດທະນະທຳປັອບສາກົນ ແລະ ມາດຕະຖານຄວາມງາມທີ່ມາຈາກຕ່າງປະເທດທີ່ສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ແນວຄິດ ແລະ ການສື່ສານໃນສັງຄົມອອນລາຍ. ຄວາມສຳຄັນຂອງການໃຊ້ອັກສອນຫຍໍ້ແບບນີ້ຄືຊ່ວຍສ້າງ ຄວາມກະທັດຮັດໃນການພັນລະນາລັກສະນະສະເພາະຂອງບຸກຄົນ, ພ້ອມທັງເປັນການສ້າງລະຫັດພາສາສະເພາະກຸ່ມທີ່ເຂົ້າໃຈກັນໃນຜູ້ໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ.

ການນຳໃຊ້ຄຳວ່າ “ໝ້າ ຝ” ໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວມີຈຸດປະສົງ ແລະ ຜົນກະທົບທີ່ສຳຄັນໃນບໍລິບົດບໍ່ເປັນທາງການ. ຄຳນີ້ຖືກໃຊ້ເພື່ອ ພັນລະນາລັກສະນະຄວາມງາມ ຫຼື ຄວາມດຶງດູດໃຈ ຂອງບຸກຄົນໃນແບບທີ່ສັ້ນ, ງ່າຍ ແລະ ເປັນກັນເອງໂດຍສະເພາະເພື່ອສື່ເຖິງຮູບຮ່າງໜ້າຕາຂອງຄົນທີ່ເປັນທີ່ນິຍົມ. ຈຸດພິເສດຂອງການໃຊ້ອັກສອນຫຍໍ້ນີ້ແມ່ນສ້າງຄວາມເປັນກັນເອງ, ຫຼຸດຜ່ອນຄວາມເປັນທາງການ ແລະ ເປັນການສະແດງອອກເຖິງຄວາມທັນສະໄໝຂອງຜູ້ໃຊ້. ນອກຈາກນັ້ນ, ຍັງເປັນກົນໄກພາສາສາດທີ່ຊ່ວຍໃຫ້ການສື່ສານຜ່ານຕົວໜັງສືມີ ນ້ຳສຽງທີ່ສະແດງອອກເຖິງຄວາມຍ້ອງຍໍ ຫຼື ການຊຶ້ນຊົມໃນລັກສະນະທີ່ແປກໃໝ່ອີກດ້ວຍ. ສາເຫດການໃຊ້ຄຳລັກສະນະນິຕິ ການສ້າງຮູບແບບພາສາທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງສັງຄົມອອນລາຍ ແລະ ເປັນການປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນການຂະຫຍາຍຄັງຄຳສັບຂອງພາສາລາວ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ຄຳຫຍໍ້ນີ້ບໍ່ໄດ້ຖືກນຳໃຊ້ໃນບໍລິບົດທາງການເນື່ອງຈາກມັນຂາດຄວາມຖືກຕ້ອງຕາມຫຼັກພາສາ ແລະ ບໍ່ເໝາະສົມກັບຮູບແບບການສື່ສານທີ່ເປັນທາງການ.

ສ. ລັກສະນະການໃຊ້ຄວາມໝາຍ

ຕົວຢ່າງ 14: “ຖືກດອງຜົນງານມາເປັນປີ ມື້ນີ້ຫາກໍໄດ້ປ່ອຍ” (ຟບ: ວ່າວດາຣາ)

ໃນປະໂຫຍກ “ຖືກດອງຜົນງານມາເປັນປີ ມື້ນີ້ຫາກໍໄດ້ປ່ອຍ” ປາກົດມີຄຳວ່າ “ດອງ” ເປັນຕົວຢ່າງທີ່ສຳຄັນຂອງລັກສະນະການໃຊ້ຄວາມໝາຍ ຫຼື ການປ່ຽນແປງຄວາມໝາຍຍ້າຍທີ່ (semantic shift / metaphorical extension) ທີ່ເກີດຂຶ້ນຢ່າງແຜ່ຫຼາຍໃນການສື່ສານແບບບໍ່ເປັນທາງການ, ໂດຍສະເພາະໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ. ຄວາມໝາຍເດີມປາກົດມີຄຳວ່າ “ດອງ” ໃນພາສາລາວໝາຍເຖິງ ການເກັບຮັກສາສິ່ງຂອງໄວ້ໃນພາຊະນະບົດຢ່າງດີ ເພື່ອໃຫ້ມັນຢູ່ໄດ້ດົນ ຫຼື ເພື່ອໃຫ້ເກີດການໝັກປົ່ມ ເຊັ່ນດອງໝາກໄມ້, ດອງເຫຼົ້າ. ແຕ່ໃນບໍລິບົດຂອງສື່ສັງຄົມອອນລາຍ, ຄຳນີ້ໄດ້ຖືກນຳມາໃຊ້ໃນຄວາມໝາຍທີ່ແຕກຕ່າງຈາກເດີມ ເຊິ່ງໝາຍເຖິງ ການເກັບໄວ້, ການລະງັບໄວ້, ການບໍ່ນຳອອກເຜີຍແຜ່ ຫຼື ການເຮັດໃຫ້ສິ່ງໃດໜຶ່ງຊັກຊ້າ/ຄ້າງຄາເປັນເວລາດົນໂດຍບໍ່ມີກຳນົດ. ການປ່ຽນແປງຄວາມໝາຍໃນລັກສະນະນີ້ສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນເຖິງ ຄວາມຄິດສ້າງສັນຂອງຜູ້ໃຊ້ພາສາ ໃນການປຽບທຽບສະພາບການໜຶ່ງກັບອີກສະພາບການໜຶ່ງ, ໂດຍໃຊ້ຄຳສັບທີ່ຄຸ້ນເຄີຍມາສື່ສານແນວຄິດໃໝ່.

ການນຳໃຊ້ຄຳວ່າ “ດອງ” ໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວມີຈຸດປະສົງ ແລະ ຜົນກະທົບທີ່ສຳຄັນໃນບໍລິບົດບໍ່ເປັນທາງການ. ຄຳນີ້ຖືກໃຊ້ຢ່າງກວ້າງຂວາງເພື່ອສະແດງອອກເຖິງຄວາມຮູ້ສຶກອິດເມື່ອຍ, ຄວາມເບື້ອໜ່າຍ ຫຼື ຄວາມບໍ່ພໍໃຈຕໍ່ກັບສະຖານະການທີ່ຜົນງານ, ໂຄງການ ຫຼື ສິ່ງໃດໜຶ່ງຖືກເກັບໄວ້, ບໍ່ໄດ້ຮັບການເຜີຍແຜ່ ຫຼື ຖືກເລື່ອນອອກໄປຢ່າງບໍ່ມີກຳນົດ. ຈຸດພິເສດຂອງການໃຊ້ຄຳທີ່ມີຄວາມໝາຍຍ້າຍທີ່ນີ້ ເພື່ອສ້າງ ຄວາມເປັນກັນເອງ, ຄວາມທັນສະໄໝ ແລະ ມີນ້ຳສຽງທີ່ສະແດງອາລົມຢ່າງຊັດເຈນເຊິ່ງເປັນກົນໄກພາສາສາດທີ່ຊ່ວຍໃຫ້ການສື່ສານຜ່ານຕົວໜັງສືມີມິຕິທາງອາລົມຫຼາຍຂຶ້ນ, ເຮັດໃຫ້ຜູ້ອ່ານເຂົ້າໃຈຄວາມຮູ້ສຶກຂອງຜູ້ຂຽນໄດ້ຢ່າງວ່ອງໄວ ໂດຍບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງໃຊ້ຄຳອະທິບາຍຍາວໆ. ສາເຫດການໃຊ້ຄຳລັກສະນະນິຕິ ການສ້າງຮູບແບບພາສາທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງສັງຄົມອອນລາຍ, ເພີ່ມປະສິດທິພາບໃນການຖ່າຍທອດຄວາມຮູ້ສຶກທີ່ສັບຊ້ອນ ແລະ ສະທ້ອນເຖິງການປ່ຽນແປງພຶດຕິກຳການສື່ສານທີ່ເນັ້ນຄວາມກະທັດຮັດ ແລະ ການສະແດງອາລົມໃນຍຸກອອນລາຍ.

ຊ. ລັກສະນະການໃຊ້ສຳນວນ

ຕົວຢ່າງ 15: “ແຮັບເບີໝູ່ມໄຟແຮງທີ່ຫຼາຍໆຄົນຮູ້ຈັກກັນດີ” (ຟບ: ວ່າວດາຣາ)

ໃນປະໂຫຍກ “ແຮັບເບີໝູ່ມໄຟແຮງທີ່ຫຼາຍໆຄົນຮູ້ຈັກກັນດີ” ປາກົດມີສຳນວນວ່າ “ໄຟແຮງ” ເປັນສຳນວນປຽບທຽບ

ທີ່ນຳໃຊ້ຄຳສັບເດີມໃນພາສາລາວໃຫ້ຄວາມໝາຍທີ່ແຕກຕ່າງອອກໄປຈາກເດີມເພື່ອພັນລະນາເຖິງລັກສະນະຂອງບຸກຄົນ. ສຳນວນນີ້ໄດ້ມາຈາກການປຽບທຽບວັດຖຸ ຫຼື ປະກົດການທາງທຳມະຊາດຂອງໄຟທີ່ມີຄວາມແຮງ, ຮ້ອນແຮງ ແລະ ມີພະລັງໃນການເຜົາໄໝມາສູ່ຄວາມໝາຍເຖິງບຸກຄົນທີ່ມີພະລັງງານສູງ, ມີຄວາມກະຕືລືລົ້ນ, ມີຄວາມມຸ່ງໝັ້ນ, ມີແຮງຂັບເຄື່ອນທີ່ໂດດເດັ່ນ, ແລະ ກຳລັງຢູ່ໃນຊ່ວງທີ່ປະສົບຄວາມສຳເລັດ ຫຼື ເຕີບໂຕຢ່າງວ່ອງໄວ ໂດຍສະເພາະໃນຂົງເຂດການເຮັດວຽກ, ສິລະປະ ຫຼື ກິດຈະກຳຕ່າງໆ. ຄວາມສຳຄັນຂອງສຳນວນນີ້ແມ່ນຊ່ວຍສ້າງພາບພົດທີ່ຊັດເຈນ, ມີພະລັງ ແລະ ເປັນດ້ານບວກໃຫ້ແກ່ບຸກຄົນທີ່ຖືກກ່າວເຖິງ, ພ້ອມທັງສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນເຖິງການໃຊ້ພາສາແບບມີສິສັນ ແລະ ສ້າງສັນໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ.

ການນຳໃຊ້ສຳນວນ “ໄຟແຮງ” ໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວມີຈຸດປະສົງ ແລະ ຜົນກະທົບທີ່ສຳຄັນໃນບໍລິບົດບໍ່ເປັນທາງການ, ໂດຍສະເພາະໃນການພັນລະນາເຖິງບຸກຄະລິກກະພາບ ແລະ ຜົນງານຂອງບຸກຄົນໃນວົງການຕ່າງໆ. ມັນຖືກໃຊ້ຢ່າງກວ້າງຂວາງເພື່ອຍົກຍ້ອງ, ຊົມເຊີຍ, ຫຼື ແນະນຳບຸກຄົນທີ່ມີຄວາມໂດດເດັ່ນດ້ານພະລັງງານ ແລະ ຄວາມສຳເລັດທີ່ກຳລັງເດັ່ນຊັດຂຶ້ນມາ. ຈຸດພິເສດຂອງການໃຊ້ສຳນວນປຽບທຽບນີ້ແມ່ນມັນສ້າງຄວາມຮູ້ສຶກກະຕືລືລົ້ນ, ມີຊີວິດຊີວາ ແລະ ຄວາມດຶງດູດໃຈໃຫ້ແກ່ຜູ້ອ່ານ, ເນື່ອງຈາກໄຟເປັນສັນຍາລັກຂອງພະລັງງານ ແລະ ການເຕີບໂຕ. ສຳນວນນີ້ເປັນກົນໄກພາສາສາດທີ່ຊ່ວຍໃຫ້ການສື່ສານຜ່ານຕົວໜັງສືມີມິຕິທາງອາລົມທີ່ເປັນບວກ ແລະ ສ້າງແຮງບັນດານໃຈ, ປຽບເໝືອນການໄດ້ເຫັນບຸກຄົນທີ່ມີພະລັງງານເຕັມປຽມ. ສາເຫດການໃຊ້ຄຳລັກສະນະນີ້ຄືການສ້າງຮູບແບບພາສາທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການສື່ສານໃນວົງການບັນເທີງ, ກິລາ ແລະ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ເຊິ່ງປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນການຂະຫຍາຍຄັງຄຳສັບຂອງພາສາລາວ ແລະ ສະທ້ອນເຖິງຄຳນິຍົມຂອງສັງຄົມຕໍ່ຄວາມມຸ່ງໝັ້ນ ແລະ ຄວາມສຳເລັດ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ເຖິງແມ່ນວ່າມັນຈະຖືກນຳໃຊ້ໃນຂ່າວສານທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບບັນເທີງ, ແຕ່ໃນບໍລິບົດທາງການທີ່ຮຽກຮ້ອງຄວາມຖືກຕ້ອງຊັດເຈນ ແລະ ຫຼັກການ, ສຳນວນນີ້ອາດບໍ່ເໝາະສົມເທົ່າທີ່ຄວນ ເວັ້ນເສຍແຕ່ຈະເປັນການພັນລະນາແບບປຽບທຽບເພື່ອເສີມສ້າງຄວາມໝາຍສົນໃຈໃນບົດຄວາມປະເພດຂ່າວ ຫຼື ບົດວິເຄາະ.

4.2.2 ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນດ້ວຍຮູບສັບໃໝໃນບໍລິບົດບໍ່ເປັນທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ

ການນຳໃຊ້ສັບສຳນວນດ້ວຍຮູບສັບໃໝໃນບໍລິບົດບໍ່ເປັນທາງການຂອງສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວມີ 3 ລັກສະນະຄື ການຍົມຄຳຈາກພາສາຕ່າງປະເທດ, ອັກສອນຫຍໍ້, ແລະ ການໃຊ້ສັນຍາລັກ/ອີໂມຈີ. ຈຸດພິເສດການໃຊ້ຮູບສັບໃໝໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ

ເພື່ອ ເພີ່ມຄວາມກະທັດຮັດ, ຄວາມວ່ອງໄວໃນການສື່ສານ, ສະແດງຄວາມທັນສະໄໝ, ສ້າງຄວາມເປັນກັນເອງ ແລະ ສ້າງລະຫັດສະເພາະພາຍໃນກຸ່ມຄົນ. ສາເຫດການໃຊ້ຄຳລັກສະນະນີ້ຄືການຂະຫຍາຍຄັງຄຳສັບຂອງພາສາລາວ, ການສ້າງຮູບແບບການສື່ສານທີ່ຫຼາກຫຼາຍ ແລະ ການສະທ້ອນເຖິງວັດທະນະທຳການສື່ສານທີ່ທັນສະໄໝ ແລະ ເປັນເອກະລັກສະເພາະກຸ່ມໃນຍຸກອອນລາຍ. ຜ່ານການສຶກສາລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນດ້ວຍຮູບສັບໃໝໃນບໍລິບົດບໍ່ເປັນທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ພົບຈຳນວນ 49 ສັບສຳນວນ ເຊິ່ງສາມາດແບ່ງອອກເປັນ 3 ລັກສະນະຍ່ອຍຄື

ກ. ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຍົມຮູບຈາກພາສາຕ່າງປະເທດ

ຕົວຢ່າງ 16: “ຢາກເພີ່ມຍອດຂາຍຕ້ອງ **ສ້າງ Content** ທີ່ໜ້າດຶງດູດ” (ຟບ: ລາວໂພສ)

ໃນປະໂຫຍກ “ຢາກເພີ່ມຍອດຂາຍຕ້ອງ **ສ້າງ Content** ທີ່ໜ້າດຶງດູດ” ປາກົດມີຄຳວ່າ “**ສ້າງ Content**” ເປັນຕົວຢ່າງທີ່ສຳຄັນຂອງ ການໃຊ້ຄຳຍົມໂດຍກົງ (direct borrowing) ຈາກພາສາຕ່າງປະເທດ, ໂດຍສະເພາະພາສາອັງກິດ “content”, ມາປະສົມປະສານກັບຄຳກຳມະໃນພາສາລາວ “ສ້າງ”. ຄຳວ່າ “content” ໃນພາສາອັງກິດໝາຍເຖິງ ເນື້ອໃນ, ເນື້ອໃນ, ຫຼື ສິ່ງທີ່ບັນຈຸຢູ່ພາຍໃນ, ແຕ່ໃນບໍລິບົດຂອງສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ແລະ ການຕະຫຼາດດິຈິຕອນ, ຄຳວ່າ “Content” ໄດ້ກາຍເປັນຄຳສະເພາະທີ່ໝາຍເຖິງ ເນື້ອໃນປະເພດຕ່າງໆ ທີ່ຖືກສ້າງຂຶ້ນເພື່ອເຜີຍແຜ່ຜ່ານຊ່ອງທາງອອນລາຍເຊັ່ນ ບົດຄວາມ, ຮູບພາບ, ວິດີໂອ, ສຽງ ຫຼື ກຣາຟິກ, ໂດຍມີຈຸດປະສົງເພື່ອດຶງດູດຄວາມສົນໃຈ, ໃຫ້ຂໍ້ມູນ ຫຼື ສົ່ງເສີມການຂາຍ. ການນຳໃຊ້ຄຳຍົມນີ້ສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນເຖິງ ອິດທິພົນອັນແຮງກ້າຂອງພາສາອັງກິດ ແລະ ເທັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນຕໍ່ການພັດທະນາຄັງຄຳສັບຂອງພາສາລາວ, ພ້ອມທັງສະແດງເຖິງການປັບຕົວຂອງພາສາລາວເພື່ອຮອງຮັບແນວຄິດ ແລະ ປະກົດການໃໝ່ໆທີ່ບໍ່ມີຄຳສັບໃດມາທົດແທນ ຫຼື ອະທິບາຍໄດ້ຢ່າງຄວບຄຸມແທດເໝາະໃນພາສາເດີມ.

ການນຳໃຊ້ສຳນວນ “ສ້າງ Content” ໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວມີຈຸດປະສົງ ແລະ ຜົນກະທົບທີ່ສຳຄັນທັງໃນບໍລິບົດບໍ່ເປັນທາງການ ແລະ ເຄິ່ງທາງການ, ໂດຍສະເພາະໃນວົງການທຸລະກິດອອນລາຍ, ການຕະຫຼາດ ແລະ ສື່ຕ່າງໆ. ຄຳດັ່ງກ່າວຖືກໃຊ້ຢ່າງກວ້າງຂວາງເພື່ອ ຊີ້ບອກເຖິງການກະທຳຂອງການຜະລິດ ຫຼື ສ້າງສິ່ງທີ່ຈະຖືກນຳສະເໜີຕໍ່ຜູ້ຊົມຜ່ານຊ່ອງທາງອອນລາຍ. ຈຸດພິເສດຂອງການໃຊ້ຄຳຍົມໂດຍກົງນີ້ແມ່ນມັນສ້າງຄວາມທັນສະໄໝ, ຄວາມເປັນສາກົນ ແລະ ຄວາມເປັນມືອາຊີບ ໃຫ້ແກ່ການສື່ສານ, ໂດຍສະເພາະໃນກຸ່ມຄົນທີ່ເຮັດວຽກກ່ຽວກັບການຕະຫຼາດອອນລາຍ ຫຼື ການສ້າງສັນສື່. ມັນຊ່ວຍໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ສາມາດ

ຖ່າຍທອດແນວຄິດທີ່ສັບຊ້ອນທາງດ້ານເທັກໂນໂລຊີ ແລະ ການຕະຫຼາດ ໄດ້ຢ່າງກະທັດຮັດ ແລະ ມີປະສິດທິພາບ. ສາເຫດການໃຊ້ຄໍາລັກສະນະນີ້ຄືການສ້າງຮູບແບບພາສາທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງສັງຄົມອອນລາຍ ແລະ ວົງການທຸລະກິດດິຈິຕອນ ເຊິ່ງປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນການຂະຫຍາຍຕົວຄໍາສັບຂອງພາສາລາວ ແລະ ສະທ້ອນເຖິງການເຊື່ອມໂຍງຂອງລາວເຂົ້າກັບກະແສໂລກາພິວັດ. ເຖິງແມ່ນວ່ານີ້ຈະຖືກນໍາໃຊ້ຢ່າງກວ້າງຂວາງໃນການສື່ສານປະຈຳວັນຂອງບາງກຸ່ມ, ແຕ່ໃນບໍລິບົດທາງການທີ່ຮຽກຮ້ອງຄວາມຖືກຕ້ອງຕາມຫຼັກພາສາລາວຢ່າງເຂັ້ມງວດ, ການໃຊ້ຄໍາວ່າ “ເນື້ອໃນ” ຫຼື “ເນື້ອໃນ” ອາດຈະເໝາະສົມກວ່າ.

ຂ. ລັກສະນະການໃຊ້ຕົວອັກສອນຫຍໍ້

ຕົວຢ່າງ 17: “ວິທີສ້າງກົນລະຍຸດໃຫ້ລູກຄ້າ CF ທັນທີ ເມື່ອພົບ” (ນວ: ຄົນໃນຝັນ)

ໃນປະໂຫຍກ “ວິທີສ້າງກົນລະຍຸດໃຫ້ລູກຄ້າ CF ທັນທີ ເມື່ອພົບ” ປາກົດມີອັກສອນຫຍໍ້ວ່າ “CF ທັນທີ” ເປັນຕົວຢ່າງທີ່ສໍາຄັນຂອງການໃຊ້ອັກສອນຫຍໍ້ທີ່ມາຈາກພາສາຕ່າງປະເທດ “CF” ມາຈາກພາສາອັງກິດປະສົມປະສານກັບຄໍາລາວ “ທັນທີ”. ອັກສອນຫຍໍ້ “CF” ແມ່ນມາຈາກຄໍາວ່າ “Confirm” ໃນພາສາອັງກິດເຊິ່ງໝາຍເຖິງ ການຢືນຢັນ, ການຕົກລົງ, ຫຼື ການຮັບປະກັນ. ໃນບໍລິບົດຂອງການຄ້າຂາຍອອນລາຍ “CF” ໄດ້ກາຍເປັນຄໍາສະເພາະທີ່ໝາຍເຖິງ ການຢືນຢັນການສັ່ງຊື້ສິນຄ້າ ຫຼື ບໍລິການຢ່າງວ່ອງໄວແລະທັນທີ, ໂດຍສະເພາະໃນການຊື້ຂາຍຜ່ານການ Live ສົດ ຫຼື ຊ່ອງທາງສົ່ງສັງຄົມອອນລາຍ. ການປະສົມກັບຄໍາວ່າ “ທັນທີ” ໃນພາສາລາວເປັນການ ເນັ້ນຢ້ຳເຖິງຄວາມວ່ອງໄວ ແລະ ຄວາມຕັດສິນໃຈໃນການຊື້. ການນໍາໃຊ້ສໍານວນນີ້ສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນເຖິງອິດທິພົນຂອງພາສາອັງກິດ ແລະ ຮູບແບບການຄ້າຂາຍແບບອອນລາຍທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການພັດທະນາຄັງຄໍາສັບຂອງພາສາລາວ, ພ້ອມທັງສະແດງເຖິງການປັບຕົວຂອງພາສາເພື່ອຮອງຮັບແນວຄິດ ແລະ ປະກົດການໃໝ່ໆ ໃນຍຸກການຕະຫຼາດອອນລາຍ.

ການນໍາໃຊ້ຄໍາວ່າ “CF ທັນທີ” ໃນສົ່ງສັງຄົມອອນລາຍລາວມີຈຸດປະສົງ ແລະ ຜົນກະທົບທີ່ສໍາຄັນໃນບໍລິບົດທີ່ບໍ່ເປັນທາງການ, ໂດຍສະເພາະໃນວົງການການຄ້າຂາຍອອນລາຍ. ມັນຖືກໃຊ້ຢ່າງກວ້າງຂວາງເພື່ອກະຕຸ້ນໃຫ້ລູກຄ້າຕັດສິນໃຈຊື້ຢ່າງວ່ອງໄວ, ສ້າງຄວາມຮູ້ສຶກຮີບດ່ວນ ແລະ ຫຼຸດຜ່ອນຂັ້ນຕອນການຢືນຢັນ. ຈຸດພິເສດຂອງການໃຊ້ຄໍາຫຍໍ້ປະສົມກັບຄໍາລາວນີ້ແມ່ນມັນສ້າງ ຄວາມກະທັດຮັດ, ຄວາມທັນສະໄໝ, ແລະ ຄວາມເປັນກັນເອງ ໃນການສື່ສານລະຫວ່າງຜູ້ຂາຍ ແລະ ລູກຄ້າ. ມັນຊ່ວຍໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ສາມາດຖ່າຍທອດແນວຄິດທີ່ສັບຊ້ອນຂອງການຢືນຢັນ

ການຊື້ໄດ້ຢ່າງວ່ອງໄວ ແລະ ມີປະສິດທິພາບ, ໂດຍສະເພາະໃນສະຖານະການທີ່ມີການແຂ່ງຂັນສູງ ຫຼື ມີສິນຄ້າຈຳນວນຈຳກັດ. ສາເຫດການໃຊ້ຄໍາລັກສະນະນີ້ຄື ການສ້າງຮູບແບບພາສາທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງຊຸມຊົນການຄ້າຂາຍອອນລາຍ ເຊິ່ງປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນການຂະຫຍາຍຕົວຄໍາສັບຂອງພາສາລາວ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ຄໍາລັກສະນະນີ້ບໍ່ໄດ້ຖືກນໍາໃຊ້ໃນບໍລິບົດທາງການ ເນື່ອງຈາກມັນຂາດຄວາມຖືກຕ້ອງຕາມຫຼັກພາສາ ແລະ ຄວາມໝັ້ນແໜ້ນທີ່ພາສາທາງການຮຽກຮ້ອງ, ພ້ອມທັງອາດບໍ່ເປັນທີ່ເຂົ້າໃຈໂດຍທົ່ວໄປສໍາລັບຜູ້ຮັບສານທຸກກຸ່ມທີ່ບໍ່ຄຸ້ນເຄີຍກັບວົງການການຄ້າອອນລາຍ

ຄ. ລັກສະນະການໃຊ້ສັນຍາລັກ ແລະ ເຄື່ອງໝາຍພິເສດ

ຕົວຢ່າງ 18: “ຂອບ 📩 ລູກຄ້າຫຼາຍໆທີ່ມາອຸດໜູນ 🙏🙏” (ນວ: Story ຂອງຄົນແອບຮັກ)

ໃນປະໂຫຍກ “ຂອບ 📩 ລູກຄ້າຫຼາຍໆທີ່ມາອຸດໜູນ 🙏🙏”, ສັນຍາລັກ “ 📩 ” (ອີໂມຈິຮູບຫົວໃຈ) ແລະ “ 🙏🙏 ” (ອີໂມຈິຮູບມືໄຫວ້) ເປັນຕົວຢ່າງທີ່ຊັດເຈນຂອງ ການໃຊ້ສັນຍາລັກ ຫຼື ເຄື່ອງໝາຍພິເສດ (emojis) ເພື່ອຖ່າຍທອດຄວາມໝາຍ ແລະ ອາລົມໃນບໍລິບົດບໍ່ເປັນທາງການ, ໂດຍສະເພາະໃນສົ່ງສັງຄົມອອນລາຍ. ທີ່ມາຂອງການໃຊ້ອີໂມຈິເຫຼົ່ານີ້ແມ່ນມາຈາກ ວັດທະນະທຳດິຈິຕອນສາກົນທີ່ພັດທະນາມາຈາກ “emoticons” (ສັນຍາລັກທີ່ສ້າງຈາກຕົວອັກສອນເຊັ່ນ :-). ອີໂມຈິຮູບຫົວໃຈ (📩) ໂດຍທົ່ວໄປໝາຍເຖິງ ຄວາມຮັກ, ຄວາມຊື່ນຊົມ, ຄວາມມັກ ຫຼື ຄວາມຮູ້ສຶກດີໆ. ສ່ວນອີໂມຈິຮູບມືໄຫວ້ (🙏🙏) ໝາຍເຖິງການຂອບໃຈ, ການຂໍໂທດ, ການອະທິຖານ, ຫຼື ການສະແດງຄວາມເຄົາລົບ (ໂດຍສະເພາະໃນວັດທະນະທຳເອເຊຍ). ຄວາມສໍາຄັນຂອງການໃຊ້ສັນຍາລັກແບບນີ້ຄື ຊ່ວຍສ້າງຄວາມກະທັດຮັດ, ຄວາມວ່ອງໄວ, ແລະ ການເພີ່ມອົງປະກອບທາງດ້ານອາລົມ ໃສ່ໃນຂໍ້ຄວາມທີ່ບໍ່ສາມາດຖ່າຍທອດໄດ້ດ້ວຍຕົວໜັງສືພຽງຢ່າງດຽວ.

ການນໍາໃຊ້ສັນຍາລັກ “ 📩 ” ແລະ “ 🙏🙏 ” ໃນສົ່ງສັງຄົມອອນລາຍລາວມີຈຸດປະສົງ ແລະ ຜົນກະທົບທີ່ສໍາຄັນໃນບໍລິບົດບໍ່ເປັນທາງການ. ມັນຖືກໃຊ້ຢ່າງກວ້າງຂວາງເພື່ອ ສະແດງອອກເຖິງຄວາມຮູ້ສຶກໃນທາງບວກ ເຊັ່ນ ຄວາມຮັກ, ຄວາມຂອບໃຈ, ຄວາມຊົມເຊີຍ ຫຼື ຄວາມເຄົາລົບຕໍ່ຜູ້ຮັບສານ. ຈຸດພິເສດຂອງການໃຊ້ສັນຍາລັກນີ້ແມ່ນ ສ້າງຄວາມເປັນກັນເອງ, ຄວາມທັນສະໄໝ, ແລະ ນໍ້າສຽງທີ່ສະແດງອາລົມຢ່າງຊັດເຈນ, ໂດຍບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງພິມຄໍາເຕັມ. ສາເຫດການໃຊ້ຄໍາລັກສະນະນີ້ຄື ການສ້າງຮູບແບບພາສາທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງສັງຄົມອອນລາຍ, ເຊິ່ງປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນການຂະຫຍາຍວິທີການສະແດງອອກທາງອາລົມຂອງພາສາລາວ. ເຖິງໃດກໍຕາມ, ສັນຍາລັກເຫຼົ່ານີ້ ບໍ່ໄດ້

ຖືກນຳໃຊ້ໃນບໍລິບົດທາງການ ເນື່ອງຈາກມັນຂາດຄວາມຖືກຕ້ອງ ຕາມຫຼັກພາສາ ແລະ ຄວາມໝັ້ນຄົງທີ່ພາສາທາງການຮຽກຮ້ອງ , ພ້ອມທັງອາດບໍ່ເໝາະສົມກັບຮູບແບບການສື່ສານທີ່ເປັນທາງ ການ, ບາງຄັ້ງອາດເຮັດໃຫ້ຂໍ້ຄວາມຂາດຄວາມໝ້າເຊື່ອຖືໃນທາງ ວິຊາການ ຫຼື ທາງການ.

5. ອະພິປາຍຜົນ

ຜ່ານການສຶກສາພົບວ່າ ມີ 2 ລັກສະນະ ຄື ລັກສະນະ ການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນບໍລິບົດທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ລາວ ແລະ ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນບໍລິບົດທີ່ບໍ່ເປັນທາງ ການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວ. ໃນນັ້ນລັກສະນະການ ສັບສຳນວນໃນບໍລິບົດທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວ ພົບຈຳ ນວນ 128 ສັບສຳນວນ ກວມເອົາ 46.04 ສ່ວນຮ້ອຍ ແລະ ສາມາດແບ່ງອອກເປັນ 2 ລັກສະນະຄື ຄື ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳ ນວນດ້ວຍຮູບສັບເດີມ ແລະ ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນດ້ວຍ ຮູບສັບໃໝ່ໃນບໍລິບົດທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວ. ໃນນັ້ນ ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນດ້ວຍຮູບສັບເດີມໃນບໍລິບົດທາງ ການ ມີຈຳນວນ 86 ສັບສຳນວນ ເຊິ່ງສາມາດແບ່ງອອກເປັນ 5 ລັກສະນະຄື ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳທາງສຽງ, ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳ ປະສົມສ້າງໃໝ່, ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຢືມ, ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳ ຫຍໍ້ ແລະ ລັກສະນະການໃຊ້ສຳນວນ ຫຼື ຄຳປຽບທຽບ ແລະ ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນດ້ວຍຮູບສັບໃໝ່ໃນບໍລິບົດທາງ ການ ມີຈຳນວນ 42 ສັບສຳນວນ ເຊິ່ງສາມາດແບ່ງອອກເປັນ 3 ລັກສະນະຄື ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຢືມດ້ວຍຮູບສັບພາສາ ຕ່າງປະເທດ, ລັກສະນະການໃຊ້ອັກສອນຫຍໍ້ດ້ວຍຮູບສັບພາສາ ຕ່າງປະເທດ ແລະ ລັກສະນະການໃຊ້ສັນຍະລັກ ແລະ ເຄື່ອງໝາຍ ພິເສດ; ສ່ວນລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນບໍລິບົດທີ່ບໍ່ເປັນ ທາງການ ມີຈຳນວນ 150 ສັບສຳນວນ ກວມເອົາ 53.95 ສ່ວນ ຮ້ອຍ ແລະ ສາມາດແບ່ງອອກເປັນ 2 ລັກສະນະຄື ຄື ລັກສະນະ ການໃຊ້ສັບສຳນວນດ້ວຍຮູບສັບເດີມ ແລະ ລັກສະນະການໃຊ້ ສັບສຳນວນດ້ວຍຮູບສັບໃໝ່ໃນບໍລິບົດທີ່ບໍ່ເປັນທາງການໃນສື່ ສັງຄົມອອນລາຍລາວ. ໃນນັ້ນລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນດ້ວຍ ຮູບສັບເດີມໃນບໍລິບົດທີ່ບໍ່ເປັນທາງການ ມີຈຳນວນ 101 ສັບສຳ ນວນ ເຊິ່ງສາມາດແບ່ງອອກເປັນ 7 ລັກສະນະຄື ລັກສະນະການ ໃຊ້ສຽງ, ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຢືມ, ລັກສະນະຄຳປະສົມສ້າງໃໝ່, ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຫຍໍ້, ລັກສະນະການໃຊ້ຕົວອັກສອນຫຍໍ້, ລັກສະນະການໃຊ້ຄວາມໝາຍ ແລະ ລັກສະນະການໃຊ້ສຳນວນ ແລະ ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນດ້ວຍຮູບສັບໃໝ່ໃນບໍລິບົດທີ່ ບໍ່ເປັນທາງການ ມີຈຳນວນ 49 ສັບສຳນວນ ເຊິ່ງສາມາດແບ່ງອອກ ເປັນ 3 ລັກສະນະຄື ລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຢືມດ້ວຍຮູບສັບພາສາ

ຕ່າງປະເທດ, ລັກສະນະການໃຊ້ອັກສອນຫຍໍ້ດ້ວຍຮູບສັບພາສາ ຕ່າງປະເທດ ແລະ ລັກສະນະການໃຊ້ສັນຍະລັກ ແລະ ເຄື່ອງໝາຍ ພິເສດ.

ເມື່ອນຳມາອະພິປາຍຜົນຕາມບົດຄົ້ນຄວ້າຂອງ Geist (2021) ທີ່ສຶກສານະວັດຕະກຳທາງພາສາ ທີ່ເກີດຂຶ້ນໃນສື່ດິຈ ຕອນ. ຈາກຜົນການຄົ້ນຄວ້າເມື່ອສົມທຽບທັງສອງບົດວ່າ ສື່ສັງຄົມ ເປັນພື້ນທີ່ສຳຄັນທີ່ພາສາຖືກປ່ຽນແປງ, ໂດຍສະເພາະຜ່ານການ ສ້າງຄຳສັບໃໝ່ (neologisms) ແລະ ການຮັບອິດທິພົນຈາກພາສາ ສາກົນ. Geist (2021) ສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນວ່າ ຂໍ້ຈຳກັດຂອງສື່ອອນ ລາຍ ຄື ຂໍ້ຈຳກັດຕົວອັກສອນສິ່ງຜິດຕ້ອງແບບການໃຊ້ພາສາທີ່ສັ້ນ ລົງ ແລະ ມີນະວັດຕະກຳ. ຜົນການສຶກສາ ລັກສະນະການໃຊ້ ສັບສຳນວນໃນສື່ອອນລາຍລາວ (ຂົງເຂດພາສາລາວໃນສື່ອອນ ລາຍ) ກໍສອດຄ່ອງກັນໂດຍພົບລັກສະນະການໃຊ້ຄຳຫຍໍ້, ຄຳຢືມ ແລະ ສັນຍະລັກ ຫຼື ເຄື່ອງໝາຍພິເສດ, ເຊິ່ງລ້ວນແຕ່ເປັນການປັບ ຕົວເຂົ້າກັບຂໍ້ຈຳກັດ ແລະ ລັກສະນະສະເພາະຂອງສື່ອອນລາຍ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ຈຸດຕ່າງທີ່ສຳຄັນແມ່ນ ໄກຣ (2021) ມັກຈະ ເນັ້ນວິທີການວິເຄາະຄຸນນະພາບ ແລະ ປະກົດການເຊັ່ນ ການປ່ຽນ ລະຫັດ (code-switching) ແລະ ການປະສົມພາສາ (language blending) ເປັນຫຼັກ, ໃນຂະນະທີ່ການສຶກສາໃນຂົງເຂດພາສາ ລາວໃນສື່ອອນລາຍໄດ້ມີການຈັດໝວດໝູ່ຢ່າງລະອຽດລະຫວ່າງ ບໍລິບົດທາງການ (46,04%) ແລະ ບໍລິບົດທີ່ບໍ່ເປັນທາງການ (53,95%) ພ້ອມທັງນຳສະເໜີຈຳນວນສັບສຳນວນທີ່ພົບເຫັນໃນ ແຕ່ລະລັກສະນະຍ່ອຍຢ່າງຊັດເຈນ. ນີ້ເຮັດໃຫ້ການສຶກສາຂົງເຂດ ພາສາລາວໃນສື່ອອນລາຍມີພື້ນຖານຂໍ້ມູນທີ່ເປັນປະລິມານຫຼາຍ ຂຶ້ນໃນການວິເຄາະລັກສະນະພາສາ ເຊິ່ງເປັນການເສີມຄວາມ ເຂັ້ມແຂງທາງວິຊາການໃຫ້ກັບຜົນການຄົ້ນຄວ້າກ່ຽວກັບ ວັດຈະນານຸກົມຂອງພາສາທີ່ປ່ຽນແປງໄປ.

6. ສະຫຼຸບຜົນ

ຜົນການວິເຄາະລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນບໍລິ ບົດທາງການ ແລະ ບໍ່ເປັນທາງການໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍລາວ ສະແດງໃຫ້ເຫັນ 2 ລັກສະນະຫຼັກຄື ບໍລິບົດທາງການ ແລະ ບໍລິ ບົດທີ່ບໍ່ເປັນທາງການ. ພາຍໃນບໍລິບົດທາງການ, ມີການໃຊ້ສັບສຳ ນວນດ້ວຍຮູບສັບເດີມ ມີ ຄຳຮຽນສຽງ, ຄຳປະສົມໃໝ່, ຄຳຢືມ, ຄຳຫຍໍ້, ສຳນວນ ຫຼື ຄຳປຽບທຽບ ແລະ ຮູບສັບໃໝ່ ມີ ຄຳຢືມ ພາສາຕ່າງປະເທດ, ອັກສອນຫຍໍ້ພາສາຕ່າງປະເທດ, ສັນຍາລັກ ຫຼື ເຄື່ອງໝາຍພິເສດ. ສ່ວນໃນບໍລິບົດທີ່ບໍ່ເປັນທາງການ, ພົບການໃຊ້ ສັບສຳນວນດ້ວຍຮູບສັບເດີມຫຼາຍກວ່າ ມີ ການຄຳທາງສຽງ, ຄຳ ຢືມ, ຄຳປະສົມໃໝ່, ຄຳຫຍໍ້, ຕົວອັກສອນຫຍໍ້, ຄວາມໝາຍ, ສຳ ນວນ ແລະ ຮູບສັບໃໝ່ ມີ ການໃຊ້ຄຳຢືມພາສາຕ່າງປະເທດ, ອັກສອນຫຍໍ້ພາສາຕ່າງປະເທດ, ສັນຍາລັກ ຫຼື ເຄື່ອງໝາຍພິເສດ.

ຂໍ້ຄົ້ນພົບທີ່ໂດດເດັ່ນຄືການນຳໃຊ້ສັບສຳນວນຮູບໃໝ່, ໂດຍສະເພາະຄຳຢືມ ແລະ ອັກສອນຫຍໍ້ຈາກຕ່າງປະເທດ, ທີ່ປາກົດໃນທັງສອງບໍລິບົດ, ເຊິ່ງສະທ້ອນເຖິງແນວໂນ້ມການຫັນເປັນມາດຕະຖານຂອງພາສາທີ່ເປັນທາງການໃນສັງຄົມອອນລາຍລາວ.

7. ຂໍ້ສະເໜີແນະ

ເພື່ອສຶກສາ “ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນສັງຄົມອອນລາຍລາວ” ໃຫ້ເລິກເຊິ່ງຂຶ້ນ ຜູ້ສຶກສາມີຂໍ້ສະເໜີແນະດັ່ງນີ້:

- ວິເຄາະວິວັດທະນາການຂອງພາສາ (Diachronic Study): ສຶກສາສັບສຳນວນໃນໄລຍະເວລາທີ່ຕ່າງກັນ (ເຊັ່ນ: ກ່ອນ 2020, 2021-2022, 2023-ປັດຈຸບັນ) ເພື່ອເບິ່ງການເກີດ, ແຜ່ກະຈາຍ, ແລະ ການຫາຍໄປຂອງສັບສຳນວນ, ພ້ອມທັງລະບຸປັດໄຈທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

- ປຽບທຽບພາສາເວົ້າ ແລະ ພາສາຂຽນ (Multimodal Analysis): ສຶກສາຄວາມແຕກຕ່າງຂອງການໃຊ້ພາສາໃນວິດີໂອ

9. ເອກະສານອ້າງອີງ

- Team & Chomjai Phomme. (2015). *History of Scripts and Ancient Scripts*. Department of Lao Language and Culture, Faculty of Letters, National University.
- Khamson Thongmixay. (2016). *Lao Language - Literature*. Department of Higher Education, Ministry of Education and Sports.
- N. J. Enfield. (2010). *Language and Culture in Laos: An agenda for Research*. Journal of Lao Studies, 1(1).
- Siwaporn Pirat. (2019). *Language Change of Thai from Facebook Usage*. Phetchaburi Rajabhat University.
- KhaosanPathetlao. (2024 March 19). *Conference of the Institute for Educational Science Research*. Khaosan Pathet Lao Newspaper.
- Hommala Phensichanhavong. (2015-2016). *Language and Its Usage*. Journal of the Department of Lao Language and Mass Communication (Issue No. 5). National University of Laos.
- Kanrawee Chomchoei. (2013). *Kanrawee Chomchoei. (2013). Research Report: Thai Net Language, a Specific Group Language of New Generation Thais in Internet Communication*. Bangkok: Srinakharinwirot University.
- Sareena Noror-A. (2019). *Characteristics of Language Use on Social Media Among Thai Adolescents Today*. Yala Rajabhat University.
- J Hazarika. (2021). *Language change: Its factors and types*. Proteus Research, 12(3).
- Saengfah Holarnuparb. (2015-2016). *Current Issues in the Use of the Lao Language*. Journal of the Department of Lao Language and Mass Communication (Issue No. 5). National University of Laos.
- K Burridge, & Bergs. (2017). *Understanding language change*. Routledge.
- U Weinreich. (1968). *Languages in contact: Findings and problems*. Mouton. Mouton.
- W Labov. (1972). *Sociolinguistic patterns*. University of Pennsylvania Press.
- Bounleuth Saengsoulin. (2008). *Teaching Document for Lao Lexicology (For Third Year Lao Language - Mass Communication Students)*. Vientiane.
- Mantiri. (2010 March). *Factors affecting language change*. Burman University, School of Education. Burman University, School of Education.
- Phoumi Vongvichit. (1967). *Lao Grammar*. Department of Central Education (1st ed.).
- Thurlow. (2020). *Language and the Internet*. In S. L. Brown & S. Attardo (Eds.). The Oxford handbook of language and humor (pp. 675-690), Oxford University Press.
- Androutsopoulos. (2020). *Digital sociolinguistics: A brief introduction*. In C. Lee (Ed.). Routledge: The Routledge handbook of Korean sociolinguistics (pp. 53-73).

(ພາສາເວົ້າ) ແລະ ໃນຂໍ້ຄວາມ (ພາສາຂຽນ), ໂດຍວິເຄາະອິດທິພົນຂອງອົງປະກອບທີ່ບໍ່ແມ່ນພາສາເຊັ່ນ ສຽງ, ສຳນຽງ, ການສະແດງອອກ, ແລະ ພາບເຄື່ອນໄຫວ.

8. ຂໍ້ຈຳກັດຂອງການຄົ້ນຄ້ວາ

ການສຶກສາ “ລັກສະນະການໃຊ້ສັບສຳນວນໃນສັງຄົມອອນລາຍລາວ” ມີຂໍ້ຈຳກັດສອງດ້ານຄື:

ລັກສະນະຂອງຂໍ້ມູນ: ພາສາໃນສັງຄົມອອນລາຍປ່ຽນແປງໄວ, ເຮັດໃຫ້ການເກັບກຳ ແລະ ຮັກສາຖານຂໍ້ມູນເປັນເລື່ອງຍາກ (data transience).

ແນວຄິດທົດສະດີ: ຕ້ອງນຳໃຊ້ທິດສະດີຕ່າງປະເທດຍ້ອນການຂາດແຄນທິດສະດີພາສາສາດສັງຄົມອອນລາຍສະເພາະບໍລິບົດພາສາລາວ. ບັນຫານີ້ສ້າງຄວາມທ້າທາຍໃນການປັບໃຊ້ໃຫ້ເຂົ້າກັບວັດທະນະທຳລາວ ແລະ ຊຶ່ງໃຫ້ເຫັນເຖິງຄວາມຈຳເປັນໃນການພັດທະນາທິດສະດີພາຍໃນປະເທດໃນອະນາຄົດ.

- Pingkham Sisouvong, & others. (2000). *Modern Lao Grammar (For General Education Schools) Part 2: Morphology*. Vientiane: Sisavath Printin.
- Phoumi Vongvichit. (1967). *Lao Grammar*. Department of Central Education (1st ed.).
- M Geist. (2021). *Linguistic innovation in digital communication: The emergence of new features and their sociolinguistic implications*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 26(1), 1–15.
- S., & Wu, C. Xu. (2021). *Emojis as paralinguistic cues in online communication: A multimodal analysis*. *Journal of Language and Social Psychology*, 40(2), 173–192.
- M Sali, & Ghafar, N. A. (2023). *Exploring digital slang and its impact on youth communication in social media*. *International Journal of Modern Languages and Applied Linguistics*, 7(1), 1–10.
- R. V Krejcie, & Morgan, D. W. (1970). *Determining Sample Size for Research Activities*. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.