

**“อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ในเว็บไซต์ไทยของผู้ใช้ภาษาไทย”: การศึกษาอุปลักษณ์
เชิงมโนทัศน์และกระบวนการถ่ายโยงมโนทัศน์ทางความหมายในระบบอินเทอร์เน็ต
ตามแนวภาษาศาสตร์ปริชาน**

**Conceptual Metaphors on Thai Websites Used by Thai Speakers:
A Cognitive Linguistic Study of Conceptual Metaphors and Mapping
Processes in the Internet System**

สุวัตรชัย คชเพต^{1,*}

Suwatchai Khotchaphet^{1,*}

(Received: Feb. 4, 2025; Revised: Apr. 28, 2025; Accepted: Apr. 29, 2025)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ไทยของผู้ใช้ภาษาไทย และเพื่อศึกษากระบวนการถ่ายโยงมโนทัศน์ทางความหมายของอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ตามแนวคิดภาษาศาสตร์ปริชาน โดยเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ทั้งหมด 180 เว็บไซต์ แบ่งตามประเภทเนื้อหา 18 ประเภท ผลการศึกษาพบว่า ประเภทของอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ไทยของผู้ใช้ภาษาไทย มีทั้งหมด 8 ประเภท ได้แก่ 1) อุปลักษณ์มนุษย์ 2) อุปลักษณ์อาการ 3) อุปลักษณ์วัตถุ 4) อุปลักษณ์สงคราม 5) อุปลักษณ์สื่อสิ่งพิมพ์ 6) อุปลักษณ์ส่วนของอวัยวะร่างกาย 7) อุปลักษณ์สิ่งก่อสร้าง และ 8) อุปลักษณ์ธรรมชาติ และยังพบว่ากระบวนการถ่ายโยงมโนทัศน์ทางความหมายของอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์จากทั้ง 8 ประเภท มีเพียงกระบวนการเดียว คือ การถ่ายโยง มโนทัศน์ทางความหมายแบบเชิงเดี่ยวหรืออสมพันธ์ โดยเกิดการถ่ายโยงความสัมพันธ์ของความหมายของสภาพ หรือสภาวะของสรรพสิ่งตามระบบความคิดของผู้ใช้ภาษา จากวงความหมายต้นทางไปยังวงความหมายปลายทาง จึงทำให้เกิดเป็นกระบวนการถ่ายโยงมโนทัศน์ทางความหมายของการเป็นอุปลักษณ์ตามประสบการณ์และความคิดมนุษย์ในแต่ละสังคม

คำสำคัญ: อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ ผู้ใช้ภาษาไทย ภาษาศาสตร์ปริชาน

¹ สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, พระนครศรีอยุธยา 13000

Thai Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Phra Nakhon Si Ayutthaya Rajabhat University, Phra Nakhon Si Ayutthaya
13000 Thailand

ABSTRACT

This research aims to investigate the types of conceptual metaphors found on Thai websites used by Thai speakers and to analyse the mapping processes of these metaphors within the framework of Cognitive Linguistics. Data were collected from 180 websites and categorised into 18 content types. The findings reveal that conceptual metaphors used by Thai speakers can be classified into eight categories: (1) human metaphors, (2) action metaphors, (3) object metaphors, (4) war metaphors, (5) print media metaphors, (6) body-part metaphors, (7) construction metaphors, and (8) nature metaphors.

Furthermore, the study indicates that the mapping processes of these eight metaphor types follow a consistent pattern, monolinear mapping, also referred to as ontological correspondences. This process involves projecting conceptual relationships concerning the state or condition of entities within the cognitive framework of language users, thereby transferring meaning from a source domain to a target domain.

The study underscores how conceptual metaphorization is shaped by human experience and socio-cognitive structures, offering insights into the interplay between language, thought, and cultural context.

Keywords: Conceptual metaphors, Thai speakers, Cognitive linguistics

บทนำ

อุปลักษณ์ (Metaphor) เป็นการนำคำไปใช้ในเชิงเปรียบเทียบหรือเป็นการมองสิ่งหนึ่งผ่านอีกสิ่งหนึ่งที่มีคุณสมบัติหรือลักษณะที่เหมือนหรือต่างกัน การศึกษาอุปลักษณ์ตามแนวเดิมเป็นการศึกษารูปแบบโครงสร้างทางภาษา ซึ่งเป็นเพียงกลวิธีทางวรรณศิลป์ แต่ปัจจุบันการศึกษาอุปลักษณ์ได้ขยายขอบเขตออกไปอย่างมาก เลคอฟฟ์และจอห์นสัน (Lakoff & Johnson, 1980a, p. 453) นักภาษาศาสตร์และนักภาษาศาสตร์ปริชาณผู้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับอุปลักษณ์ที่ต่างไปจากเดิมว่า อุปลักษณ์ไม่ได้เป็นเพียงกลวิธีทางวรรณศิลป์ที่มีรูปแบบโครงสร้างเปรียบสิ่งหนึ่งเป็นอีกสิ่งหนึ่งเท่านั้น แต่การใช้ถ้อยคำเปรียบเทียบในชีวิตประจำวันก็ล้วนเป็นอุปลักษณ์ด้วย ดังนั้น การศึกษาอุปลักษณ์ตามแนวทฤษฎีภาษาศาสตร์ปริชาณจึงมีแนวคิดที่ว่า ภาษาเป็นภาพสะท้อนของความคิดซึ่งมาจากการประมวลผลความคิดของมนุษย์ (Conceptual process) และนำมาใช้อยู่ในรูปภาษาของการเปรียบเทียบ (ศรีธนชนก ศรีแก้ว, 2560, น. 1) เพราะอุปลักษณ์เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับระบบ

ความคิดหรือมโนทัศน์ (Conceptual system) ของผู้ใช้ภาษาในชีวิตประจำวัน ด้วยเหตุนี้การเปรียบเทียบรูปภาษาดังกล่าวจึงเรียกว่า “อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ (Conceptual metaphors)”

ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตจัดว่าเป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีการเชื่อมโยงระบบเครือข่ายจำนวนมากจากทั่วโลกเข้าด้วยกัน เปรมกมล สถิตเดชกุญชร (2551, น. 1-2) กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมอย่างมากขึ้นเรื่อยๆ ในสังคมไทยปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้งานในส่วน of เวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web: WWW) หรือที่รู้จักในชื่อเรียกว่า “เว็บ” หรือ “เว็บไซต์” ทำให้ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า ภาษานี้ที่นำมาใช้ในอินเทอร์เน็ตจัดได้ว่าเป็นภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวันของคนไทยเช่นกัน และรูปภาษาเหล่านี้เป็นผลมาจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี ซึ่งต้องอาศัยการสร้างคำใหม่หรือการขยายความหมายเดิมของคำมาใช้เรียกระบบต่างๆ ของอินเทอร์เน็ตการขยายความหมายของคำเดิม เพื่อนำมาใช้เรียกสิ่งใหม่เป็นการนำภาษามาใช้เป็นอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ และจากการสำรวจข้อมูลผู้วิจัยพบว่า มีศัพท์ที่ถูกนำมาใช้ในแวดวงอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีลักษณะเป็นการอุปลักษณ์ (Metaphor) อาทิ คำว่า “แจ้ง” “เตือน” “ช่วย” “อำนวยความสะดวก” ในข้อความว่า “GSB NOW เป็น LINE Official Account ของธนาคารออมสิน ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการแจ้งเตือนด้านธุรกรรมทางการเงิน” คำเหล่านี้เดิมทีเป็นคำที่ใช้กันในชีวิตประจำวัน แต่เมื่อนำศัพท์เหล่านี้เข้ามาใช้ในอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดการขยายความหมายให้กว้างขึ้น (Semantic extension) เพื่อนำมาเรียกลักษณะการใช้งานหรือบริการต่าง ๆ ของระบบโปรแกรม ผลการทำงานของระบบดังกล่าวเป็นการทำงานที่ใกล้เคียงกับสิ่งมีชีวิต จึงเป็นการนำคำมาใช้ในเชิงเปรียบเทียบกิริยาอาการของมนุษย์กลายเป็นอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ที่อยู่ในวงความหมายของอาการ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าม้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่อาศัยแนวคิดภาษาศาสตร์ปริชานในการศึกษา เช่น Ngamjitwongsakul (2003) ศึกษาเรื่อง A study of love metaphors in modern Thai songs เปรมกมล สถิตเดชกุญชร (2551) ศึกษากระบวนการทางความหมายของอุปลักษณ์จากอินเทอร์เน็ตในภาษาไทย รัชนิญญา กลิ่นน้ำหอม (2556) ศึกษาอุปลักษณ์ความสุขในบล็อกไทย ศรีวรา ฝาสุกดี (2558) ศึกษาอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ “ชีวิต” ในภาษารัสเซียตามแนวภาษาศาสตร์ปริชาน ศรณชนก ศรแก้ว (2560) ศึกษาอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์เกี่ยวกับบุคคลที่สามของความรักในเพลงไทย Wezyk (2020) ศึกษาเรื่อง Understanding stress and health through the use of visual metaphor ธนพล เอกพจน์ (2561) ศึกษาอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ความจนในภาษาไทย: กรณีศึกษาการใช้ภาษาไทยบนเว็บไซต์พันทิปดอทคอม วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ (2566) ศึกษาเรื่องความเครียด: การศึกษาอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาไทยในทวิตเตอร์ และอัษฎาวุธ ไสยรส (2567) ศึกษาอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ความรวย-ความจนในภาษาไทยถิ่นอีสาน เป็นต้น จากการสำรวจผู้วิจัยพบว่า มีการศึกษาอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ในมิติที่แตกต่างกันมากมาย แต่การศึกษาอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ตามแนว

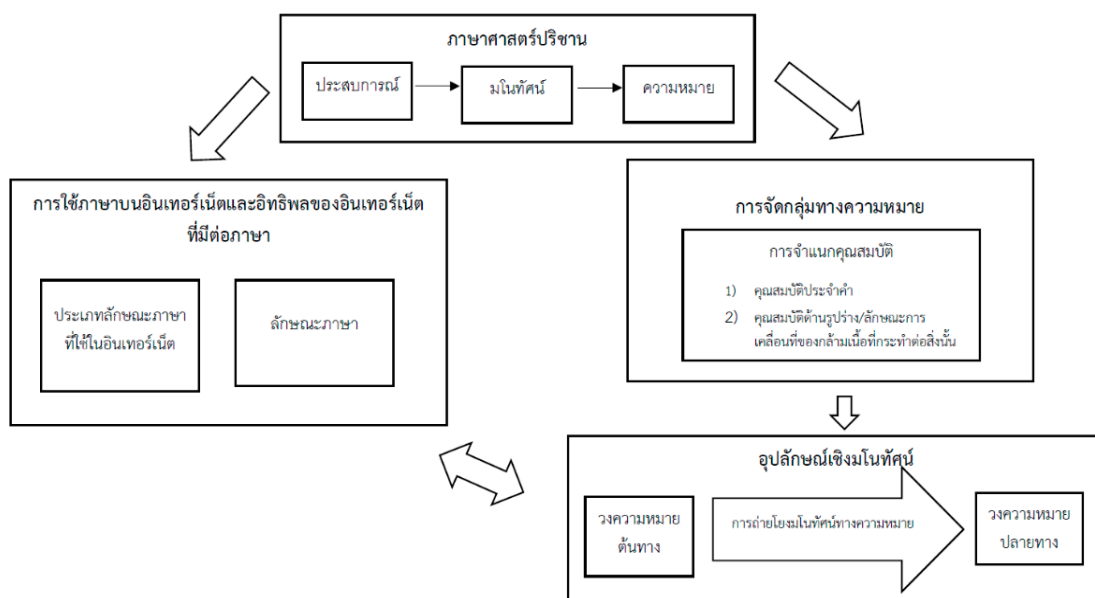
ภาษาศาสตร์ปริชานที่ใช้ในเว็บไซต์ของไทยในปัจจุบัน ยังคงมีการศึกษาอยู่อย่างจำกัด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์และกระบวนการถ่ายโยงมโนทัศน์ทางความหมายของระบบอินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์ไทยของผู้ใช้ภาษาไทยตามแนวภาษาศาสตร์ปริชาน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประเภทอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ไทยของผู้ใช้ภาษาไทย
2. เพื่อศึกษากระบวนการถ่ายโยงมโนทัศน์ทางความหมายของอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ตามแนวคิดภาษาศาสตร์ปริชาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีทั้งหมด 4 แนวคิด ได้แก่ 1) อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ (Conceptual metaphors) ของเลคอฟฟ์ และ จอห์นสัน (Lakoff & Johnson, 1980b) 2) ภาษาศาสตร์ปริชาน (Cognitive linguistics) ของอุนเกอร์และชิมิด (Ungerer & Schmid, 1996) 3) การจัดกลุ่มทางความหมาย (Semantic domains) ของไนดา (Nida, 1975) และ 4) การใช้ภาษาบนอินเทอร์เน็ตและอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อภาษา (Language and the internet) ของคริสตัล (Crystal, 2001) เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นวิธีวิจัยทางภาษาศาสตร์ (Linguistic research methodology) ซึ่งผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินการวิจัยและรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การเก็บข้อมูล

1.1 ผู้วิจัยสำรวจแหล่งในการเก็บข้อมูลเว็บไซต์ แบ่งเป็น 2 แหล่ง ได้แก่ 1) สืบจากเอกสาร หนังสือ และคู่มือที่รวบรวมรายชื่อเว็บไซต์หรือแนะนำเว็บไซต์ และ 2) สืบจากเว็บไซต์ที่รวบรวมรายชื่อและสถิติจำนวนเว็บไซต์ของประเทศไทย 3 ปีย้อนหลัง (ปี 2565-2567) เพื่อให้เห็นข้อมูลทางภาษาที่เป็นปัจจุบันที่สุด จากการสำรวจแหล่งในการเก็บข้อมูลเว็บไซต์และสถิติจำนวนโดเมนของเว็บไซต์ไทยที่รวบรวมโดยเว็บไซต์ ที. เอช. นิค www.thnic.co.th (ที. เอช. นิค, 2567) ซึ่งให้บริการรับจดทะเบียนชื่อโดเมนและแสดงระบบรวบรวมลิงก์ของเว็บไซต์ไทยทั้งหมด พบว่ามีจำนวนเว็บไซต์ที่ไม่ซ้ำกันทั้งสิ้น 84,597 เว็บไซต์

1.2 คัดเลือกเว็บไซต์จากข้อ 1.1 โดยคัดเฉพาะเว็บไซต์ไทยที่แสดงผลเป็นภาษาไทย และเป็นเว็บไซต์ที่ยังเปิดให้บริการอยู่ คงเหลือจำนวน 3,219 เว็บไซต์ จากนั้นจัดจำแนกประเภทตามเนื้อหาของข้อมูลที่เว็บไซต์นั้นต้องการนำเสนอแบ่งออกเป็น 18 ประเภท โดยเรียงลำดับประเภทของเนื้อหา ได้แก่ 1) เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวและสื่อ 2) เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจ 3) เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหน่วยงานราชการและองค์กร 4) เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับซื้อขายสินค้า 5) เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการศึกษา 6) เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับบอสังหาริมทรัพย์ และก่อสร้าง 7) เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 8) เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับธนาคารและการเงิน 9) เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับยานยนต์ 10) เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับบันเทิง 11) เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ 12) เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับมือถือ 13) เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต 14) เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับบุคคลและสังคม 15) เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ 16) เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกีฬา 17) เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศิลปะและวัฒนธรรม และ 18) เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเกม

1.3 คัดเลือกเว็บไซต์จากข้อ 1.2 โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) ด้วยการจับฉลากจากเว็บไซต์ทั้งหมดที่ได้รับการจัดจำแนกประเภท ทั้ง 18 ประเภทๆ ละ 10 เว็บไซต์ รวมทั้งสิ้น 180 เว็บไซต์

2. การคัดเลือกข้อมูล

2.1 สืบจากศัพท์และเก็บข้อมูลเฉพาะศัพท์ภาษาไทยที่ใช้ในเว็บไซต์ 180 เว็บไซต์ โดยไม่ศึกษาศัพท์ที่ใช้ในเว็บไซต์บอร์ด กระดานสนทนา กระตุ้ หรือกระดานข้อความต่างๆ และผู้วิจัยจะสำรวจหน้าเว็บไซต์ทุกหน้าของแต่ละเว็บไซต์ที่มีการลิงก์หรือเชื่อมโยงไว้ภายในเว็บไซต์ทั้ง 180 เว็บไซต์

2.2 คัดเลือกรูปภาษาที่ใช้ในเว็บไซต์ โดยพิจารณาจากความหมายของรูปภาษา ถ้ามีความหมายตรงตามความหมายประจำรูปภาษา (Literal meaning) จะไม่นับว่าเป็นการอุปลักษณเชิงมโนทัศน์และจะนำรูปภาษานั้นแยกออกมา แต่จะพิจารณาค้นหาความหมายแฝงหรือความหมายเชิงเปรียบเทียบแทน (Connotative meaning) รวมถึงคัดเลือกศัพท์ที่ซ้ำกันออกและบันทึกข้อมูลทั้งหมดลงตารางด้วยโปรแกรม Microsoft Word และโปรแกรม Microsoft Excel

2.3 ผู้วิจัยไม่ศึกษาศัพท์ที่เขียนเป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศอื่นๆ เช่น Bank, Chat, Detox เป็นต้น และไม่ศึกษาศัพท์ที่เขียนทับศัพท์ภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศอื่นๆ เช่น เทมปุระ คาเฟ่ แอลกอฮอล์ เป็นต้น เนื่องจากเป็นคำยืมในภาษาต่างประเทศ แม้จะเขียนด้วยภาษาไทยหรือแทรกอยู่ในบริบทของภาษาไทยก็ตาม

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 นำข้อมูลการอุปลักษณเชิงมโนทัศน์ทั้งหมดมาศึกษาและวิเคราะห์ความหมาย โดยอธิบายความหมายตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2556) และคลังคำ: คู่มือการใช้ภาษาไทยแนวใหม่ (นworรณ พันธ์เมธา, 2563)

3.2 วิเคราะห์ข้อมูลรูปภาษาในเว็บไซต์ ซึ่งใช้เป็นอุปลักษณเชิงมโนทัศน์ตามทฤษฎีภาษาศาสตร์ปริชาน (Cognitive linguistics) เพื่อจัดกลุ่มและแยกประเภทของอุปลักษณเชิงมโนทัศน์ เช่น อุปลักษณอาการ อุปลักษณมนุษย์ อุปลักษณธรรมชาติ อุปลักษณวัตถุ เป็นต้น และนับจำนวนความถี่เพื่อคิดค่าเฉลี่ยร้อยละ หลังจากนั้นจึงนำมาเรียงลำดับประเภทของอุปลักษณเชิงมโนทัศน์ที่พบจากมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด

3.3 วิเคราะห์กระบวนการถ่ายโยงมโนทัศน์ทางความหมายจากวงความหมายต้นทางไปยังวงความหมายปลายทาง ซึ่งทำให้เกิดอุปลักษณเชิงมโนทัศน์ตามทฤษฎีภาษาศาสตร์ปริชาน

3.4 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

4. การนำเสนอเนื้อหาของการวิจัย

ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบของการพรรณนาวิเคราะห์และรูปภาพสรุปประกอบเพื่อความเข้าใจตามลำดับ

ผลการวิจัย

1. ประเภทอุปลักษณเชิงมโนทัศน์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ไทยของผู้ใช้ภาษาไทย

ผลการวิจัยพบว่า อุปลักษณเชิงมโนทัศน์ในระบบอินเทอร์เน็ต สามารถจำแนกออกเป็นประเภทต่างๆ ตามความหมายได้เป็น 8 ประเภท ดังต่อไปนี้

1.1 อุปลักษณมนุษย์ (Human metaphor) อุปลักษณมนุษย์เป็นรูปภาษาที่มีความหมายอ้างอิงถึงมนุษย์ ซึ่งเป็นสิ่งมีชีวิตมีความสามารถหายใจได้ด้วยตัวเอง สืบพันธุ์ ขยายพันธุ์ได้

มีกลไกของการดำรงชีวิตในเงื่อนไขเดียวกันที่เป็นไปตามธรรมชาติ และมีกลไกของการดำรงชีวิตอยู่ภายใต้เงื่อนไขของธรรมชาติร่วมกัน คือ มีการเกิด แก่ เจ็บ ตาย มาใช้กล่าวเปรียบเทียบถึงแอปพลิเคชันที่ปรากฏในเว็บไซต์ไทย พบความถี่ของรูปภาพ 717 รูป (ร้อยละ 40.5) เช่น น้องใหม่ เพื่อนบ้าน ตำรวจ ฯลฯ ดังตัวอย่างที่ 1

ตัวอย่างที่ 1 “ทำความเข้าใจกับ Threads แอปพลิเคชันน้องใหม่ที่อาจมาแทนที่ Twitter”

(ลงทุนศาสตร์, 2566)

จากตัวอย่างที่ 1 พบอุปลักษณเชิงมนทัศน์คำว่า “น้องใหม่” ซึ่งในบริบทนี้หมายถึงแอปพลิเคชัน (Application) จากตัวอย่างที่ 1 จะเป็นการนำคำว่า “น้อง” มาประสมกับคำว่า “ใหม่” เพื่อนำมาใช้เรียกแอปพลิเคชัน Threads ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันใหม่สำหรับใช้เล่นเพื่อความบันเทิงหรือเป็นพื้นที่ในการเขียนข้อความแบบบล็อกส่วนตัว (Blog) มีลักษณะหน้าที่การใช้งานเช่นเดียวกับแอปพลิเคชัน Twitter ดังที่ปรากฏในข้อความของตัวอย่าง ดังนั้นเมื่อนำคำว่า “น้อง” ที่มีความหมายตรงหมายถึง บุคคลที่มีอายุน้อยกว่า หรือน้อยกว่า หรือผู้ที่มาทีหลัง เป็นการเปรียบเทียบว่าแอปพลิเคชัน Threads หรือ Twitter เป็นมนุษย์ จึงจัดให้เป็นอุปลักษณมนุษย์

1.2 อุปลักษณอาการ (Action metaphor) อุปลักษณอาการเป็นอาการของสิ่งมีชีวิตกับอาการของสิ่งไม่มีชีวิต ซึ่งสิ่งมีชีวิตในที่นี้อาจเป็นมนุษย์ สัตว์ หรือพืชก็ได้ โดยเป็นรูปภาพที่มีความหมายอ้างถึงกิริยาอาการ การกระทำ ตลอดจนเหตุการณ์ที่เป็นผลมาจากการกระทำ มาใช้เปรียบเทียบถึงการให้บริการพื้นที่ของระบบอินเทอร์เน็ต พบความถี่ของรูปภาพ 528 รูป (ร้อยละ 30) เช่น คลอด ชี ป้อน ฯลฯ ดังตัวอย่างที่ 2

ตัวอย่างที่ 2 “ไมโครซอฟต์คลอด 'OneDrive' พื้นที่เก็บข้อมูลบนคลาวด์”

(ไทยรัฐ, 2557)

จากตัวอย่างที่ 2 พบอุปลักษณเชิงมนทัศน์คำว่า “คลอด” ซึ่งในบริบทนี้หมายถึง “การเปิดให้บริการ” พื้นที่เก็บข้อมูลส่วนบุคคลแบบออนไลน์โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายของบริษัทไมโครซอฟต์ คอร์ปอเรชั่น เรียกว่า “OneDrive” จากตัวอย่างที่ 2 จะเห็นได้ว่าเป็นการนำคำว่า “คลอด” มาใช้แทนคำว่า “เปิดให้บริการ” เป็นการเปรียบเทียบว่า พื้นที่เก็บข้อมูลส่วนบุคคลแบบออนไลน์ใหม่ที่เปิดให้บริการนี้เสมือนเป็นเด็กทารก ที่เพิ่งคลอดออกมาจากครรภ์มารดา โดยเปรียบเจ้าของบริษัทเป็นเสมือนแม่ผู้ให้กำเนิด จัดอยู่ในวงความหมายอาการของสิ่งมีชีวิต

1.3 อุปลักษณวัตถุ (Object metaphor) อุปลักษณวัตถุเป็นรูปภาพที่มีความหมายอ้างถึง วัตถุ สิ่งของ สิ่งประดิษฐ์ต่างๆ ฯลฯ ในที่นี้หมายถึง สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ไปที่สามารถจับต้องได้โดยการสัมผัส และผู้ใช้สามารถขยับเคลื่อนที่สิ่งของหรือวัตถุนั้นๆ ได้ มาใช้เปรียบเทียบส่วนของ

แอปพลิเคชันของไมโครซอฟต์ออฟฟิศ พบความถี่ของรูปภาพ 412 รูป (ร้อยละ 23.2) เช่น กล้อง ของ
ชั้น ฯลฯ ดังตัวอย่างที่ 3

ตัวอย่างที่ 3 “คุณสามารถเพิ่ม คัดลอก หรือลบ กล้อง ข้อความในแอปพลิเคชัน
Microsoft Office ของคุณได้”

(ไมโครซอฟต์, 2567)

จากตัวอย่างที่ 3 พบอุปลักษณเชิงมนนทศนคืคําคว่า “กล้อง” ซึ่งในบริบทนี้
หมายถึง กรอบข้อความที่มีการตกแต่งให้มีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมหรือเป็นปุ่มกดที่ออกแบบให้เหมือน
นูนขึ้นมาจากพื้นหลังของแอปพลิเคชันของไมโครซอฟต์ออฟฟิศ นอกเหนือจากการทำลิงก์ (Link)
เพื่อการเชื่อมโยงธรรมดา การเปรียบเทียบนี้เป็นการเปรียบเทียบสิ่งของที่มีลักษณะสี่เหลี่ยมสามารถ
เคลื่อนย้ายหยิบจับได้จากพื้นที่ของระบบอินเทอร์เน็ต จึงเกิดการเปรียบว่าวัตถุสิ่งของดังกล่าว
เป็นภาชนะประเภทกล่องที่มีขนาดใหญ่ สามารถให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่ม หยิบจับ สร้างขึ้นใหม่
หรือทำลายทิ้งได้ จึงเป็นอุปลักษณเชิงมนนทศนคืประเภทอุปลักษณวัตถุ

1.4 อุปลักษณสงคราม (War metaphor) อุปลักษณสงครามเป็นอุปลักษณที่เกิดจาก
การนำคำที่มีความหมายประจำรูปภาพจัดอยู่ในวงความหมายของการทำสงครามต่างๆ เช่น การบุก
การโจมตี การแบ่งแยกอาณาเขต สัญชาติต่าง ๆ เป็นต้น มาใช้ในการกล่าวเปรียบเทียบ พบความถี่
ของรูปภาพ 41 รูป (ร้อยละ 2.31) เช่น รุก คีกร โจมตี ฯลฯ ดังตัวอย่างที่ 4

ตัวอย่างที่ 4 ‘ทราเวลโลก้า’ เติมเกม รุก ตลาดไทย รับ คีก ‘ท่องเที่ยวออนไลน์’ ปี 67
ระอุ!

(บางกอกบิสิเนสส์, 2566)

จากตัวอย่างที่ 4 พบอุปลักษณเชิงมนนทศนคืในคําคว่า “รุก” และคําคว่า “คีก”
ในบริบทนี้หมายถึง การขยายรูปแบบเนื้อหา วัตถุประสงค หรือกลุ่มลูกค้าผู้ให้บริการเว็บไซต์
เพื่อบ่งเน้นการใช้งานด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี เกิดการกระตุ้นการเติบโตของการท่องเที่ยว
ดังนั้น คำว่า “รุก” และ “คีก” ในบริบทนี้แสดงให้เห็นลักษณะของการล่งล้าเข้าไปในกิจการด้านอื่น
โดยเฉพาะด้านการตลาดออนไลน์ เปรียบเสมือนการขยายอาณาเขตเข้าไปรุกล้าดินแดนของผู้อื่น
หรือยึดครองพื้นที่ฝ่ายตรงข้ามในการสงคราม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าการ “รุกตลาดไทย” คือ เข้าไป
ทำธุรกิจ สร้างกลยุทธ์ทางการตลาด และ “รับคีกท่องเที่ยวออนไลน์” คือ การวางแผนทำธุรกิจ
ด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบออนไลน์ที่ต้องอาศัยนวัตกรรม เทคโนโลยีสมัยใหม่ และระบบ
อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทกับการทำสงครามในครั้งนี้ จึงเป็นอุปลักษณเชิงมนนทศนคืที่จัดอยู่ใน
วงความหมายของสงคราม

1.5 อุปลักษณีสื่อสิ่งพิมพ์ (Printed matters metaphor) อุปลักษณีสื่อสิ่งพิมพ์เป็นรูปภาษาที่มีความหมายอ้างอิงถึงสิ่งพิมพ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นประเภทของสิ่งพิมพ์ หรือลักษณะของสิ่งพิมพ์ เป็นต้น เช่น สมุด หนังสือ คู่มือ สื่อการศึกษา มาใช้ในการกล่าวเปรียบเทียบ พบความถี่ของรูปภาษา 36 รูป (ร้อยละ 2.03) เช่น สมุดจดบันทึก หนังสือพิมพ์ วารสาร ฯลฯ ดังตัวอย่างที่ 5

ตัวอย่างที่ 5 “ทุกโอเคเดียวจได้ไม่มีลืม ด้วยบริการสมุดจดบันทึกออนไลน์”

(เมล มาสเตอร์, 2560)

จากตัวอย่างที่ 5 ความหมายประจำรูปภาษาของคำว่า “สมุด(จดบันทึก)” หมายถึง “กระดานที่ทำเป็นเล่ม มีหลายชนิด เรียกชื่อตามประโยชน์ใช้สอย” (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2556, น. 1172) เมื่อนำมาปรากฏร่วมกับคำว่า “ออนไลน์” (Online) จึงเป็นการแสดงให้เห็นว่าเป็นสมุดที่เสมือนจริงในโลกของระบบอินเทอร์เน็ต ไม่ได้เป็นสมุดที่เป็นสิ่งพิมพ์ในลักษณะรูปเล่ม แต่เป็นเพียงพื้นที่ในเว็บไซต์สำหรับใช้งานจดบันทึกเนื้อความได้เช่นเดียวกับสมุดจดบันทึกที่เป็นรูปเล่ม และอำนวยความสะดวกรวดเร็วแก่ผู้เข้ามาใช้บริการที่ต้องการเขียน (ด้วยปากกาอิเล็กทรอนิกส์) หรือพิมพ์ข้อความเป็นตัวอักษร (ด้วยแป้นพิมพ์คีย์บอร์ด) จึงเป็นอุปลักษณเชิงมนทัศน์ที่จัดอยู่ในวงความหมายของสื่อสิ่งพิมพ์

1.6 อุปลักษณส่วนของอวัยวะร่างกาย (Body part metaphor) อุปลักษณส่วนของอวัยวะร่างกาย หมายถึง การนำคำที่เกี่ยวกับอวัยวะของร่างกายในส่วนต่างๆ มาใช้อ้างถึงพื้นที่ในเว็บไซต์ ทางเข้าเว็บไซต์ และเป็นเพียงส่วนหนึ่งในเว็บไซต์นั้นๆ พบความถี่ของรูปภาษา 17 รูป (ร้อยละ 0.96) เช่น หน้า สมอ ห้ว ฯลฯ ดังเช่นตัวอย่างที่ 6

ตัวอย่างที่ 6 “หน้า Home Page เพราะเป็นหน้าแรกที่คุณเข้าชมเว็บไซต์คลิกเข้ามา”

(เอาเวอร์ กรีนพิช, 2563)

จากตัวอย่างที่ 6 ในบริบทนี้คำว่า “หน้า” หมายถึง พื้นที่หน้าหรือส่วนประกอบของเว็บไซต์ คล้ายเป็นหน้าบ้านที่เราจะสามารถมองเห็นได้เป็นลำดับแรก และเป็นจุดเริ่มต้นของทางเข้าสำหรับผู้ให้บริการเว็บไซต์ได้เห็นก่อนว่ามีช่องทางอื่นในลำดับต่อไปทางไหนได้บ้าง หรือให้เห็นข้อมูลรายละเอียดของการนำเสนอเนื้อหาของเว็บไซต์นั้นๆ จึงทำให้คำว่า “หน้า” ในที่นี้กลายเป็นอุปลักษณเชิงมนทัศน์ที่อยู่ในวงความหมายส่วนของอวัยวะร่างกาย

1.7 อุปลักษณสิ่งก่อสร้าง (Construction metaphor) อุปลักษณสิ่งก่อสร้าง คือ รูปภาษาที่มีความหมายอ้างอิงถึงสิ่งก่อสร้าง ไม่ว่าจะเป็นอาคาร บ้านเรือน ฯลฯ ตลอดจนแหล่ง ตำแหน่ง ที่ตั้งของสถานที่ที่สิ่งก่อสร้างนั้นปรากฏ มาใช้กล่าวเปรียบเทียบถึงระบบต่างๆ ของอินเทอร์เน็ต พบความถี่ของรูปภาษา 10 รูป (ร้อยละ 0.56) เช่น ห้องสมุด เมือง ตลาด ฯลฯ ดังตัวอย่างที่ 7

จากตัวอย่างที่ 7 “**ห้องสมุด**ดิจิทัล เลือกร้าน ชม ฟัง หนังสือและสื่อมากมาย จาก 3 ฐานข้อมูลชั้นดี เพื่อการเรียนรู้ที่ไม่สิ้นสุด”

(ทีเค พาร์ค, 2567)

จากตัวอย่างที่ 7 พบอุปลักษณเชิงมนโนทัศน์คําว่ “ห้องสมุด” ซึ่งหมายถึง เว็บไซตที่เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูล ความรู้ต่งๆ คําว่ “ห้องสมุด” ในบริบทนี้ ไม่ได้เป็นสิ่งก่อสร้างที่มีลักษณะเป็นห้องหรืออาคารที่ผู้ให้บริการจะสามารถเคลื่อนที่เข้าไปได้ ในทางกลับกันเป็นเพียงเว็บไซตในอินเทอร์เน็ตหนึ่ง หรือเว็บไซตย่อยของเว็บไซตหลัก ซึ่งทำหน้าที่เป็นเพียงห้องสมุดเสมือนจริงโดยการนำเอาลักษณะของประโยชน์ในการใช้สอยของเว็บไซตนั้นมาเปรียบเทียบกับลักษณะของห้องสมุดซึ่งเป็นสถานที่เก็บรวบรวมหนังสือต่ง ๆ เพื่อเป็นแหล่งค้นคว้าข้อมูล จึงเป็นอุปลักษณเชิงมนโนทัศน์ที่จัดอยู่ในวงความหมายของสิ่งก่อสร้าง

1.8 อุปลักษณธรรมชาติ (Nature metaphor) อุปลักษณธรรมชาติ หมายถึง อุปลักษณที่เกิดจากการนำคำ หรือข้อความที่มีความหมายประจำรูปภาษาหรือความหมายตรง ซึ่งจัดอยู่ในวงความหมายของธรรมชาติ เป็นสรรพสิ่งใด ๆ ก็ตามที่เกิดขึ้นและเป็นอยู่ตามธรรมชาติของสิ่งนั้นๆ ไม่ได้สร้างขึ้นมา และหมายรวมถึงสภาพภูมิอากาศหรือปรากฏการณ์ต่งๆ ที่เกิดขึ้นเองโดยไม่เกิดจากการสร้างหรือการกระทำของสิ่งอื่นใด ไปใช้เปรียบเทียบกับระบบต่งๆ ของอินเทอร์เน็ต พบความถี่ของรูปภาษา 9 รูป (ร้อยละ 0.45) เช่น โลก จักรวาล หลุมดำ ฯลฯ ดังตัวอย่างที่ 8

ตัวอย่างที่ 8 “รู้จัก 'WEB 3.0' อนาคต**โลก**อินเทอร์เน็ตที่ไร้ตัวกลาง”

(ทรู ดิจิทัล อคาเดมี, 2565)

จากตัวอย่างที่ 8 คําว่ “โลก” ในบริบทนี้ กล่าวถึง “WEB 3.0” หมายถึง เครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ไม่ต้องมีตัวกลางในการเชื่อมต่งกันของผู้เข้าใช้เว็บไซตหรือผู้ดูแลเว็บไซต ซึ่งแต่เดิมเครือข่ายอินเทอร์เน็ตต่งมีการเชื่อมต่งกันโดยผ่านตัวกลาง อาทิ ผู้ดูแลเว็บไซต (Webmaster) หรือผู้ให้บริการ (Meta) ที่ทำให้เกิดการสื่อสารเชื่อมโยงกันสองทิศทางระหว่างผู้ให้บริการกับผู้เข้าใช้บริการจนกลายเป็นชุมชนสื่อสารบนโลกออนไลน์ แต่ในอนาคตวงการอินเทอร์เน็ตกำลังจะเปลี่ยนไปโดยไม่จำเป็นต้องมีตัวกลางในการเชื่อมต่งระบบอินเทอร์เน็ตแบบผ่านตัวกลาง แต่จะให้คอมพิวเตอร์เป็นตัวคิดวิเคราะห์แทน เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เป็นต้น ทำหน้าที่แทนตัวกลางดังกล่าว ดังนั้น คําว่ “โลก” ในบริบทนี้ จึงเป็นอุปลักษณเชิงมนโนทัศน์ที่จัดอยู่ในวงความหมายของธรรมชาติ

2. กระบวนการถ่ายโยงมนโนทัศน์ทางความหมายของอุปลักษณเชิงมนโนทัศน์ตามแนวคิดภาษาศาสตร์ปริชาน

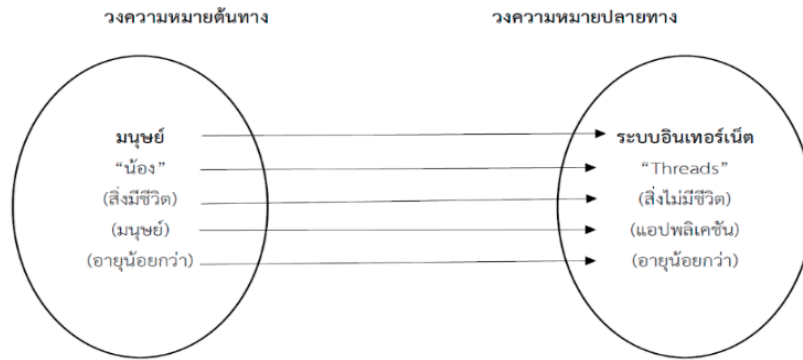
อุปลักษณเชิงมนโนทัศน์เกิดจากการถ่ายโยงความหมายจากวงความหมายต้นทาง (Source domain) ไปยังวงความหมายปลายทาง (Target domain) การถ่ายโยงทางความหมายนั้นเป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ทางความหมายที่เป็นคุณสมบัติ (Attributes) ของคำ ซึ่งปรากฏใน

วงความหมายทั้งสองวง จึงทำให้เกิดเป็นอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ ศรณชนก ศรแก้ว (2560, น. 14-15) กล่าวว่า กระบวนการถ่ายโยงทางความหมายมี 2 ประเภท ได้แก่ 1) การถ่ายโยงมโนทัศน์ทางความหมายแบบเชิงเดี่ยวหรือภวสัมพันธ์ (Ontological correspondences) หมายถึง การถ่ายโยงความหมายจะแสดงความสัมพันธ์แบบเชิงเดี่ยวแบบหนึ่งต่อหนึ่ง และ 2) การถ่ายโยงความหมายเชิงซ้อนหรือญาณสัมพันธ์ (Epistemic correspondences) หมายถึง การถ่ายโยงความหมายจะแสดงความสัมพันธ์แบบเชิงซ้อนภายในวงความหมายเดียวกันก่อน แล้วจึงถ่ายโยงไปอีกรวงความหมายหนึ่ง ผลการวิจัยพบว่า เกิดกระบวนการถ่ายโยงทางความเพียงกระบวนการเดียว คือ การถ่ายโยง มโนทัศน์ทางความหมายแบบเชิงเดี่ยวหรือภวสัมพันธ์ (Ontological correspondences) ซึ่งพบในอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ทั้ง 8 ประเภทดังที่ได้กล่าวไป ผู้วิจัยยกตัวอย่างแสดงผลกระบวนการถ่ายโยงทางความหมายแบบเชิงเดี่ยวในอุปลักษณ์มนุษย์ (Human metaphor) ซึ่งเป็นอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ที่พบมากที่สุด อาทิ คำว่า “น้องใหม่” ดังตัวอย่างที่ 9

ตัวอย่างที่ 9 “ทำความรู้จักกับ Threads แอปพลิเคชันน้องใหม่ที่อาจมาแทนที่ Twitter”

(ลงทุนศาสตร์, 2566)

จากตัวอย่างที่ 9 พบอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์คำว่า “น้องใหม่” เป็นอุปลักษณ์มนุษย์ ซึ่งในบริบทนี้หมายถึง แอปพลิเคชัน คำว่า “น้อง” พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2556, น. 611) มีความหมายประจำรูปภาษาหมายถึง “ผู้ร่วมบิดาหรือมารดาเดียวกันและเกิดทีหลัง, ลูกของอาหรือของน้า, เรียกคนที่มีอายุคราวน้อง” จากตัวอย่างที่ 9 จะเป็นการนำคำว่า “น้อง” มาประสมกับคำว่า “ใหม่” เพื่อนำมาใช้เรียกแอปพลิเคชัน Threads ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่ติดตั้งได้ทั้งในคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนเพื่อเป็นพื้นที่ในการเขียนข้อความแบบบล็อกส่วนตัว (Blog) ดังนั้นเมื่อนำคำว่า “น้อง” ที่มีความหมายตรง หมายถึง บุคคลที่มีอายุน้อยกว่า จึงเป็นการเปรียบเทียบว่าแอปพลิเคชัน Threads เป็นมนุษย์และมีอายุน้อยกว่า Twitter ซึ่งถูกเปรียบเทียบเป็นมนุษย์เช่นกันและอยู่ในระบบอินเทอร์เน็ต โดยเกิดการถ่ายโยงมโนทัศน์ทางความหมายจากวงความหมายต้นทาง คือ “มนุษย์” ไปยังวงความหมายปลายทางคือ “ระบบอินเทอร์เน็ต” แสดงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การถ่ายโยงมโนทัศน์ทางความหมายจากวงความหมายต้นทางไปยังวงความหมายปลายทางของอุปลักษณมนุษย์

จากกระบวนการถ่ายโยงมโนทัศน์ทางความหมายข้างต้นเป็นการถ่ายโยงที่แสดงคุณสมบัติด้าน (อายุ) โดยวงความหมายต้นทางนั้นจะเป็นคุณสมบัติการมีชีวิตของสิ่งมีชีวิตประเภทมนุษย์ที่มีอายุน้อย ส่วนวงความหมายปลายทางจะเป็นอายุการเปิดให้บริการของแอปพลิเคชัน Threads ที่เพิ่งเปิดให้บริการได้ไม่นาน เมื่อเทียบกับแอปพลิเคชันอื่นๆ ในระบบอินเทอร์เน็ต

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้สามารถสรุปผลได้เป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1. ประเภทอุปลักษณเชิงมโนทัศน์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ไทยของผู้ใช้ภาษาไทย

ผลการวิจัยพบว่า รูปภาษาที่นำมาใช้ในอุปลักษณเชิงมโนทัศน์ในอินเทอร์เน็ตในภาษาไทยจำแนกออกเป็น 8 ประเภท ได้แก่ 1) อุปลักษณมนุษย์ 2) อุปลักษณาการ 3) อุปลักษณวัตถุ 4) อุปลักษณสงคราม 5) อุปลักษณสื่อสิ่งพิมพ์ 6) อุปลักษณส่วนของอวัยวะร่างกาย 7) อุปลักษณสิ่งก่อสร้าง และ 8) อุปลักษณธรรมชาติ

2. กระบวนการถ่ายโยงมโนทัศน์ทางความหมายของอุปลักษณเชิงมโนทัศน์ตามแนวคิดภาษาศาสตร์ปริชาน

ผลการวิจัยพบว่า เกิดกระบวนการถ่ายโยงมโนทัศน์ทางความหมายเพียงกระบวนการเดียว คือ การถ่ายโยงมโนทัศน์ทางความหมายแบบเชิงเดี่ยว หรือภวสัมพันธ (Ontological correspondences) ซึ่งเป็นการถ่ายโยงแบบหนึ่งต่อหนึ่ง โดยเกิดการถ่ายโยงความสัมพันธ์ของความหมายของสภาพ หรือสถานะของสรรพสิ่งตามระบบความคิดของผู้ใช้ภาษาจากวงความหมายต้นทางไปยังวงความหมายปลายทาง จึงทำให้เกิดเป็นกระบวนการถ่ายโยงมโนทัศน์ทางความหมาย

อภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีแนวคิดตามทฤษฎีภาษาศาสตร์ปริชานที่ว่า การใช้ภาษาสัมพันธ์กับระบบความคิดของผู้ใช้ภาษา การรับรู้ เรียนรู้ การมีประสบการณ์ของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นการรับรู้ทางโลกหรือทางวัฒนธรรม ทำให้มนุษย์เกิดความเข้าใจในตัวภาษาและสามารถสร้างภาษาขึ้นได้ ผลการวิจัยจึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้ภาษาในสังคมไทยมีการนำภาษาที่ใช้อยู่ในชีวิตประจำวันไปใช้ในระบบอินเทอร์เน็ตด้วยการใช้อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ ซึ่งพบ 8 ประเภท คือ อุปลักษณ์มนุษย์ อุปลักษณ์อาการ อุปลักษณ์วัตถุ อุปลักษณ์สงคราม อุปลักษณ์สื่อสิ่งพิมพ์ อุปลักษณ์ส่วนของอวัยวะร่างกาย อุปลักษณ์สิ่งก่อสร้างและอุปลักษณ์ธรรมชาติ และเป็นที่น่าสังเกตว่า ประเภทของอุปลักษณ์ธรรมชาติปรากฏน้อยสุด อาจเป็นเพราะว่า รูปภาพที่ใช้เป็นอุปลักษณ์ธรรมชาติจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อนำรูปภาพที่เป็นอุปลักษณ์ธรรมชาติมาประสมกับคำศัพท์ทางอินเทอร์เน็ตก่อน จึงจะสื่อความหมายเปรียบเทียบได้ เช่น โลก+อินเทอร์เน็ต จักรวาล+ไซเบอร์ หลุมดำ+ไซเบอร์ เป็นต้น ซึ่งทำให้พบได้น้อยกว่าอุปลักษณ์ประเภทอื่น ๆ ที่สามารถนำรูปภาพที่ส่วนใหญ่เป็นคำเดี่ยวมาจากประสบการณ์พื้นฐานต่างๆ ของผู้ใช้ภาษาในสังคมไทยและนำมาเปรียบเทียบกับลักษณะในระบบต่างๆ ของอินเทอร์เน็ตได้เลย

ส่วนผลการวิเคราะห์กระบวนการถ่ายโยงมโนทัศน์ทางความหมายแสดงให้เห็นว่า กระบวนการถ่ายโยงมโนทัศน์ทางความหมายมีเพียงกระบวนการถ่ายโยงมโนทัศน์ทางความหมายแบบเชิงเดี่ยวหรือความสัมพันธ์ (Ontological correspondences) ประเภทเดียวเท่านั้น สอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาในเรื่องอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์และรูปภาพเปรียบเทียบในมิติต่างๆ ที่ปรากฏในบล็อก (Blog) เว็บไซต์ (Website) ทวิตเตอร์ (Twitter) และในระบบอินเทอร์เน็ต เช่น ในงานวิจัยของ เปรมกมล สติเดชกฤษ (2551); รัชนิยา กลิ่นน้ำหอม (2556); ธนพล เอกพจน์ (2561) และวุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ (2566) งานวิจัยเหล่านี้ล้วนแสดงผลการถ่ายโยงมโนทัศน์ทางความหมายแบบเชิงเดี่ยวของอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์มากกว่ากระบวนการถ่ายโยงมโนทัศน์ทางความหมายแบบเชิงซ้อน ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างสภาวะต่างๆ ภายในวงความหมายเดียวกันก่อนและจึงถ่ายโยงไปสู่อีกวงความหมายหนึ่ง ทั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นเพราะอุปลักษณ์เป็นเครื่องมือที่ถูกนำมาใช้อธิบายและถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกของมนุษย์ โดยมนุษย์นำแบบเปรียบเทียบ ซึ่งเป็นประสบการณ์หรือสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวมาเชื่อมโยงความสัมพันธ์ทางความหมายกับสิ่งที่ถูกเปรียบเทียบโดยตรงโดยไม่ต้องเชื่อมโยงความหมายกันภายในของสิ่งที่ถูกเปรียบเทียบ ดังที่ผู้ใช้ภาษาไทยในเว็บไซต์นำเอาคุณสมบัติของมนุษย์ กิริยาอาการ วัตถุสิ่งของ การบุกรุกพื้นที่ (ทำสงคราม) สื่อสิ่งพิมพ์ ส่วนของอวัยวะร่างกาย สิ่งก่อสร้าง และสิ่งที่มีตามธรรมชาติมาเปรียบเทียบการทำงานของระบบอินเทอร์เน็ตได้เลย ในทำนองเดียวกันกับความคิดดังกล่าว นันทนา วงษ์ไทย (2562, น. 112) กล่าวว่า การที่เราเข้าใจมโนทัศน์ทางความหมายต่างๆ ได้ทันที เป็นเพราะเราคิดว่าสิ่งที่เกิดขึ้นเชื่อมโยงกับประสบการณ์โดยตรง ซึ่งอยู่ในชีวิตประจำวันของเรา เมื่อนำสิ่งเหล่านี้มาเปรียบเทียบจะทำให้เราสามารถระบุปริมาณ จัดประเภทหรือจัดกลุ่มให้สิ่งนั้น รวมถึงอธิบายและพูดถึงได้ง่ายและชัดเจนขึ้น เราจึงมองสิ่งเหล่านี้เป็นเหมือนการอุปลักษณ์สรรพสิ่ง (Ontological metaphor) ในชีวิตประจำวันของเรา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1.1 ควรศึกษาอุปลักษณะเชิงมโนทัศน์และกระบวนการถ่ายโยงมโนทัศน์ทางความหมายในภาษาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย เช่น เก็บข้อมูลจากการสนทนาจริงในชีวิตประจำวัน เก็บข้อมูลจากสื่ออื่นๆ เป็นต้น ก็จะทำให้เห็นถึงวิธีการใช้อุปลักษณะเชิงมโนทัศน์ที่แตกต่างกันออกไป

1.2 ควรมีการศึกษาในเชิงเปรียบเทียบระหว่างอุปลักษณะเชิงมโนทัศน์ระบบอินเทอร์เน็ตในภาษาไทยกับอุปลักษณะเชิงมโนทัศน์ระบบอินเทอร์เน็ตในภาษาจีน ภาษาเกาหลี และญี่ปุ่น ซึ่งเป็นภาษาที่อยู่ในแถบเอเชียเหมือนกัน เพื่อเปรียบเทียบระบบความคิดของผู้ใช้ภาษาว่ามีระบบความคิดที่คล้ายคลึงหรือแตกต่างกันอย่างไร

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาอุปลักษณะเชิงมโนทัศน์ในมิติอื่นๆ เช่น อุปลักษณะเชิงมโนทัศน์เกี่ยวกับอารมณ์ความเหงา ความเกลียด ความเศร้า เป็นต้น ที่ปรากฏในเว็บไซต์ไทยของผู้ใช้ภาษาไทย ก็จะทำให้เห็นวาระบบความคิดของผู้ใช้ภาษาที่เกี่ยวกับอารมณ์ในสังคมออนไลน์เป็นอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

- ทีเค พาร์ค. (2567). *ห้องสมุดTKpark: ห้องสมุดดิจิทัล*. สืบค้นเมื่อ 3 มกราคม 2567, จาก <https://www.tkpark.or.th/tha/library>
- ที. เอช. นิค. (2567). *ข้อมูลสถิติจำนวนชื่อโดเมน .TH และ .ไทย ปี พ.ศ. 2540 - 2567*. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2567, จาก <https://www.thnic.co.th/stats>
- ทรู ดิจิทัล อคาเดมี. (2565). *รู้จัก 'WEB 3.0' อนาคตโลกอินเทอร์เน็ตที่ไร้ตัวกลาง*. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2565, จาก <https://www.truedigitalacademy.com/blog/digitrend-what-is-web3>
- ไทยรัฐ. (2557). *ไมโครซอฟท์คลอড 'OneDrive' พื้นที่เก็บข้อมูลบนคลาวด์*. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2565, จาก <https://www.thairath.co.th/content/404977>
- ธนพล เอกพจน์. (2561). *อุปลักษณะเชิงมโนทัศน์ความจนในภาษาไทย: กรณีศึกษาการใช้ภาษาไทยบนเว็บไซต์พันทิปดอทคอม. มนุษยสังคมสาร (มสส.) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 16(1), น. 397–420.*
- นววรรณ พันธุมธนา. (2563). *คลังคำ: คู่มือการใช้ภาษาไทยแนวใหม่ (พิมพ์ครั้งที่ 7)*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.
- นันทนา วงษ์ไทย. (2562). *อรรถศาสตร์ปริชานเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: เวิร์ค ออพลีชั่น.

- บางกอกบิสิเนส. (2566). “ทราเวลโลก้า” เติมเกมรุกตลาดไทยรับศึก “ท่องเที่ยวออนไลน์” ปี 67 ระบุ! สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2567, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/>
- เปรมกมล สถิตเดชกุญชร. (2551). *กระบวนการทางความหมายของอุปลักษณ์จากอินเทอร์เน็ตในภาษาไทย* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- เมล มาสเตอร์. (2560). *ทุกไอดีเจดไว้ไม่มีลืม ด้วยบริการสมุดจดบันทึกออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2565, จาก <https://www.mailmaster.co.th/blog/detail>
- ไมโครซอฟต์. (2567). *การสนับสนุน: เพิ่ม คัดลอก หรือลบกล่องข้อความ*. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2567, จาก <https://support.microsoft.com/th-th/office/เพิ่ม-คัดลอก-หรือลบกล่องข้อความ>
- รัชนิยา กลิ่นน้ำหอม. (2556). *อุปลักษณ์ความสุขในบล็อกไทย. วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 14(2), น. 132-138.*
- ลงทุนศาสตร์. (2566). *ทำความเข้าใจกับ Threads แอปพลิเคชันน้องใหม่ที่อาจมาแทนที่ Twitter*. สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2566, จาก <https://www.investorrest.co/business/do-you-know-threads/>
- วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ. (2566). *ความเครียด: การศึกษาอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาไทยในทวิตเตอร์. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 23(3), น. 111-139.*
- ศรณชนก ศรแก้ว. (2560). *อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์เกี่ยวกับบุคคลที่สามของความรักในเพลงไทย* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- ศรีวรา ผาสุกดี. (2558). *อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ “ชีวิต” ในภาษารัสเซียตามแนวภาษาศาสตร์ปริชาน. วารสารรามคำแหง ฉบับมนุษยศาสตร์, 34(2), น. 85-96.*
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- อัษฎาฐ ไสยรส. (2567). *อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ความรวย-ความจนในภาษาไทยถิ่นอีสาน. วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 8(5), น. 234-245.*
- เอาเวอร์ กรีนฟิช. (2563). *หน้า Home Page เว็บไซต์ที่ดี ควรมีองค์ประกอบอะไรบ้าง?*. สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2565, จาก <https://blog.ourgreenfish.com/home-page-good-website>
- Crystal, D. (2001). *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1980a). *Metaphors we live by*. Chicago: Chicago University Press.

- Lakoff, G. & Johnson, M. (1980b). Conceptual Metaphor in Everyday Language. *The Journal of Philosophy*, 77(8), pp. 453-486.
- Ngamjitwongsakul, P. (2003). *A study of love metaphors in modern Thai songs* (Master's thesis, Mahidol University).
- Nida, E. A. (1975). *Componential analysis of meaning*. The Hague: Mouton.
- Ungerer, F. & Schmid, H. (1996). *An Introduction to Cognitive Linguistics*. London: Longman.
- Wezyk, A. (2020). *Understanding stress and health through the use of visual metaphor* (Doctoral dissertation, Bournemouth University).