

การศึกษาเปรียบเทียบการตั้งชื่อร้านอาหาร
ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่และเมืองฝูโจวประเทศจีน*
A COMPARATIVE STUDY OF RESTAURANT NAMING
IN MUANG CHIANG MAI AND FUZHOU CHINA

JINMING WANG

Jinming Wang

ลภัสรินทร์ ฉัตรวงศ์ศรี

Labhasarin Chatrawangkhiri

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Chiang Mai University, Thailand

E-mail: 350315861@qq.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบลักษณะภาษา และการแสดงสังคม และวัฒนธรรมชื่อร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่และเมืองฝูโจวประเทศจีน โดยใช้มุมมอง วจนลีลา ผลการวิจัยพบว่า ภาษาในการตั้งชื่อร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีความซับซ้อนน้อยกว่าชื่อร้านอาหารเมืองฝูโจวประเทศจีน ทั้งด้านโครงสร้าง ความหมาย และกลวิธีทางภาษา ดังต่อไปนี้ 1) ด้านโครงสร้างของชื่อร้านอาหาร พบว่าชื่อร้านอาหารอาจเป็นคำ วลี หรือประโยค ซึ่งชื่อร้านอาหารส่วนใหญ่เป็นนามวลี ชื่อร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่เป็นนามวลีส่วนใหญ่ ประกอบด้วยหน่วยหลักตามด้วยหน่วยขยาย และหน่วยขยายมีได้มากที่สุด 2 หน่วย แต่ชื่อร้านอาหารในเมืองฝูโจวประเทศจีนที่เป็นนามวลีส่วนใหญ่ ประกอบด้วย หน่วยขยายตามด้วยหน่วยหลัก ซึ่งเป็นลักษณะโครงสร้างของหน่วยไวยากรณ์ภาษาจีน และหน่วยขยายมีได้มากที่สุด 3 หน่วย 2) ด้านความหมายของชื่อร้านอาหาร พบว่า ชื่อร้านอาหารมีการสื่อความหมายโดยตรงและโดยอ้อม ชื่อร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่สื่อความหมายโดยตรงมีจำนวนมากกว่าชื่อร้านอาหารในเมืองฝูโจวประเทศจีน 3) ด้านกลวิธีทางภาษาของชื่อร้านอาหาร พบว่าชื่อร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่และเมืองฝูโจวประเทศจีน ส่วนใหญ่ใช้กลวิธีทางความหมายคือนามนัย นอกจากนี้ยังพบว่าชื่อร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ใช้กลวิธีทางภาษาน้อยกว่าชื่อร้านอาหารในเมืองฝูโจวประเทศจีน ส่วนด้านการแสดง



สังคมและวัฒนธรรมในชื่อร้านอาหาร พบว่า ชื่อร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่แสดงความเป็นท้องถิ่น ส่วนชื่อร้านอาหารในเมืองฝูโจวประเทศจีนส่วนใหญ่แสดงค่านิยมเกี่ยวกับความเจริญรุ่งเรือง

คำสำคัญ: การตั้งชื่อร้านอาหาร, เชียงใหม่, ฝูโจว, ประเทศจีน, วัฒนธรรม

Abstract

The objectives of this research article were to study and compare language characteristics, society, and culture in restaurant naming in Muang, Chiang Mai District and Fuzhou City, China by applying stylistic approach. The results revealed that the language for restaurant naming in Muang, Chiang Mai District is less complicated than the name in Fuzhou City, China in terms of linguistic structures, semantic elements, and linguistic strategies. Firstly, the linguistic structures consisted of words, phrases and sentences, and most restaurant names were realized mostly by noun phrases. Additionally, the restaurant name in Muang, Chiang Mai District realized by the noun phrases features mostly a head followed by a modifier with the maximum number of two modifiers, but most of the noun phrases in Fuzhou City, China comprised of a modifier followed by a head, which is the structure of the Chinese grammar with the maximum number of three modifiers. Secondly, the semantic elements contain both direct and indirect meanings. The direct meaning names of restaurants in Muang, Chiang Mai District were utilized mainly than the names in Fuzhou City, China. Thirdly, for the linguistic strategies, the primary strategy deployed in restaurant naming in Muang, Chiang Mai District and Fuzhou City, China is metonymy. Moreover, it was found that the restaurant naming in Muang, Chiang Mai District used less linguistic strategies than in Fuzhou City, China. In case of the aspect of society and culture, the analysis indicated that most of the restaurant naming in Muang, Chiang Mai District focused on locality while the restaurant names in Fuzhou City, China related to prosperity.

Keywords: Restaurant naming, Chiang Mai, Fuzhou, China, Style



บทนำ

“การตั้งชื่อ” เป็นเครื่องมือที่มนุษย์ใช้เรียกแทนเรื่องราว ความคิด คติความเชื่อ ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ การเมือง วัฒนธรรม ฯลฯ ที่ทำให้เห็นภาพของมนุษย์ในแต่ละยุคสมัย การตั้งชื่อจึงมีความสัมพันธ์กับมนุษย์ในด้านการบันทึกและการรับรู้ ดังนั้น มนุษย์จึงประดิษฐ์ชื่อเรียกแทนสิ่งต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อตกลงและสร้างความเข้าใจต่าง ๆ ร่วมกันในสังคม “ชื่อร้านอาหาร” จึงเป็นเครื่องมือสื่อความหมายที่ใช้บอกลักษณะเด่นทางกายภาพ รูปแบบอาหาร รวมถึงภาพจำของเจ้าของร้าน ชื่อร้านอาหารจึงมักปรากฏเป็นรูปภาพ ทั้งนี้อาจผสมผสานระหว่างรูปภาพและสัญลักษณ์ที่ต่างกันออกไปอย่างหลากหลาย รูปภาพที่ใช้แสดงชื่อร้านอาหารย่อมสอดคล้องตามหน้าที่และจุดประสงค์สำคัญบางประการที่เจ้าของร้านต้องการ ให้ผู้บริโภคหรือกลุ่มลูกค้าคิดถึงและสร้างภาพจำให้เกิดขึ้นในความคิดได้

จากการศึกษาเบื้องต้นผู้วิจัยพบว่า การตั้งชื่อร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่และเมืองฝูโจวเมืองเอกของมณฑลฮกเกี้ยนประเทศจีนมีความแตกต่างกัน เช่น ร้าน “ไส้อั่วคำแปง” สื่อความหมายตามรูปภาพว่า “ร้านไส้อั่วของคุณคำแปง” คำว่า “ไส้อั่ว” เป็นชื่ออาหารพื้นเมืองเหนือประเภทหนึ่ง ส่วนคำว่า “คำแปง” เป็นชื่อเจ้าของร้าน ชื่อร้านจึงแสดงถึงความเป็นท้องถิ่นด้วยการนำชื่ออาหารพื้นเมืองมาตั้งเป็นชื่อร้าน สำหรับชื่อร้านอาหารในเมืองฝูโจวประเทศจีน เช่น ร้าน “令狐冲窑烤活鱼” (ลิงหูซงเหยงเข้าหัวอีวี่) สื่อความหมายตามรูปภาพว่า “ปลาสดแบบปิ้งย่างผ่านเตาอบของอีห้อลิงหูซง” คำว่า “令狐冲” (ลิงหูซง) เป็นตัวละครเอกในนวนิยายเรื่อง “กระบี่เย้ยยุทธจักร” แต่งโดยกิมย้ง จากตัวอย่างทำให้เห็นความแตกต่างในการแสดงวัฒนธรรมในชื่อร้านอาหารของสองประเทศได้

เมืองฝูโจวเป็นเมืองหลวงของมณฑลฮกเกี้ยน ประเทศจีน ซึ่งเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน และเป็นเมืองท่าเรือการค้าหนึ่งในห้าแห่งแรกที่เปิดในจีนยุคใหม่

จากการสำรวจงานวิจัยเบื้องต้นแสดงให้เห็นว่าประเด็นการวิจัยเกี่ยวกับการตั้งชื่อสถานที่โดยเฉพาะร้านค้าและร้านอาหารมีนักวิจัยให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก อาทิ “การศึกษาเปรียบเทียบความหมายของชื่อร้านค้าที่สะท้อนความเชื่อเกี่ยวกับสิริมงคลของคนไทยและคนจีน” (สุวรรณา ตั้งที่ชะรักษ์, 2557) “การศึกษาชื่อร้านทองคำภาษาจีนของชาวไทยเชื้อสายจีนในกรุงเทพมหานคร” (สุภัทรา โยธินศิริกุล, 2561) “ภาษาบนป้ายชื่อร้านค้าชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตชุมชนเยาวราช: กรณีศึกษาชื่อร้านค้าภาษาจีนและภาษาไทย” (สุภัทรา โยธินศิริกุล, 2563) ส่วนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการตั้งชื่อของประเทศจีนพบว่า มีทั้งที่ศึกษาชื่อร้านค้าทั่วไปและศึกษาเฉพาะชื่อร้านอาหาร อาทิ “การวิเคราะห์ภาษาและวัฒนธรรมของชื่อร้านอาหารในเมืองซีอาน (西安市饭店名称的语言与文化分析)” (候晓红, 2017) งานวิจัยดังกล่าวมุ่งศึกษาโครงสร้างและความหมายของชื่อร้านค้าต่าง ๆ ผลการศึกษาโดยรวม พบว่าโครงสร้างชื่อร้านค้าและร้านอาหารมักมีส่วนประกอบเดียวคือส่วนหลัก ด้านความหมาย พบว่าเจ้าของร้านนิยมตั้งชื่อร้านตามนามสกุล ชื่อเล่น วัตถุประสงค์เฉพาะ สรรพสิ่งในธรรมชาติ และ



คำศัพท์ที่สื่อถึงความเป็นสิริมงคล ส่วนด้านวัฒนธรรมพบว่าทั้งชาวไทยและชาวจีนนิยมตั้งชื่อกิจการให้สัมพันธ์กับความเจริญรุ่งเรือง โชคลาภ และความมั่งมี

การเลือกข้อมูลชื่อร้านอาหารในประเทศไทย ผู้วิจัยเลือกศึกษาชื่อร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเชียงใหม่เป็นเมืองที่มีวัฒนธรรมเก่าแก่ และเคยเป็นเมืองหลวงของอาณาจักรล้านนา (อาณาจักรโบราณของภาคเหนือ) ซึ่งในปัจจุบันเชียงใหม่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีโบราณสถานและโบราณวัตถุจำนวนมาก ส่วนชื่อร้านอาหารในประเทศจีน ผู้วิจัยเลือกศึกษาชื่อร้านอาหารในเมืองฝูโจว มณฑลฮกเกี้ยน เนื่องจากเมืองฝูโจวเป็นศูนย์กลางของวัฒนธรรมอันเก่าแก่ของมณฑลฮกเกี้ยน ปัจจุบันเป็นเมืองท่องเที่ยว และมีความสำคัญในอดีตเนื่องจากเป็นหนึ่งในจุดเริ่มต้นของเส้นทางสายไหมทางทะเล

จากการสำรวจงานวิจัย ผู้วิจัยไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาการเปรียบเทียบลักษณะภาษาและการแสดงสังคมและวัฒนธรรมของชื่อร้านอาหารในประเทศไทยและจีน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเปรียบเทียบลักษณะภาษาและการแสดงสังคมและวัฒนธรรมของชื่อร้านอาหารในประเทศไทยและประเทศจีนเพื่อช่วยขยายข้อค้นพบสำคัญและให้คำตอบด้านลักษณะภาษาและการแสดงสังคมและวัฒนธรรม รวมทั้งผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการเรียนการสอนภาษาไทยและภาษาจีน เนื่องจากในการเรียนการสอนภาษาจะต้องให้ความรู้เรื่องลักษณะภาษาและการใช้ภาษาในบริบทสังคมวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบลักษณะภาษาของชื่อร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่และเมืองฝูโจวประเทศจีน
2. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบการแสดงสังคมและวัฒนธรรมในชื่อร้านอาหารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่และเมืองฝูโจวประเทศจีน

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลชื่อร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่และเมืองฝูโจวประเทศจีน จากเว็บไซต์ www.wongnai.com จำนวน 150 ชื่อ ส่วนชื่อร้านอาหารจีนเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ www.meituan.com จำนวน 150 ชื่อ ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างเจาะจง สำหรับรายละเอียดเกี่ยวกับชื่อร้าน ผู้วิจัยได้ใช้วิธีสัมภาษณ์จากเจ้าของร้านโดยตรงเกี่ยวกับความหมายและที่มาของชื่อร้านอาหาร มีผู้ตรวจสอบข้อมูลภาษาไทยเป็นคนไทย 2 คน และมีผู้ตรวจสอบข้อมูลภาษาจีนเป็นคนจีน 2 คน ผลการศึกษาได้ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญจากภาควิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สำหรับแนวคิดที่ใช้การวิเคราะห์ที่ได้แก่แนวคิดเรื่องวัจนลีลา (Style) หมายถึง รูปแบบภาษาในบริบท เช่น ชื่อร้านอาหารใช้ลีลาภาษาแบบไม่เป็นทางการ ในบริบทคือ พื้นที่ภาคเหนือ (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544) งานวิจัยนี้ใช้แนวคิดวัจนลีลาของ เจฟฟรีย์ เอ็น ลีช



และไมเคิล เอ็ช ซอร์ต (Leech, G. N. & Short, M. H., 1981) ซึ่งได้กล่าวถึงประเด็นที่จะวิเคราะห์ไว้ 4 ประการดังนี้ 1) ลักษณะของคำ (Lexical Categories) ได้แก่ พิจารณาชนิดของคำ 2) ลักษณะทางไวยากรณ์ (Grammatical Categories) ได้แก่ พิจารณาการใช้ลักษณะโครงสร้าง ลักษณะการเรียงลำดับของหน่วยไวยากรณ์ 3) ลักษณะภาพพจน์และอื่น ๆ (Figure of Speech, Etc.) ได้แก่ การใช้ภาพพจน์ต่าง ๆ เช่น นามนัย (Metonymy) หมายถึง คำพูดที่กล่าวถึงสิ่งหนึ่งว่าเป็นอีกสิ่งหนึ่ง (Lakoff, G. & Johnson, M., 1980) อุปลักษณ์ (Metaphor) หมายถึง คำพูดที่เปรียบสิ่งหนึ่งเป็นอีกสิ่งหนึ่ง เพื่อทำให้ความหมายชัดเจนขึ้นหรือทำให้เห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น (ราชบัณฑิตยสภา, 2560) และกลวิธีต่าง ๆ เช่น การตัดคำ (Clipping) หมายถึง การสร้างคำโดยตัดบางส่วนของคำที่ยาวออกไปทำให้เกิดคำใหม่ที่สั้นกว่าเดิม (ราชบัณฑิตยสภา, 2560) กลวิธีสหบท (Intertextuality) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวบทหรือหลายตัวบทที่ตัวบทหนึ่งปรากฏอยู่ในตัวบทอื่น ๆ (Genette, G., 1997) ตัวบท (Text) หมายถึง คำพูดหรือสิ่งที่เขียนต่อ ๆ กันไป โดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยประโยคหลาย ๆ ประโยคที่รวมกันเป็นถ้อยความเกี่ยวเนื่องอย่างใดอย่างหนึ่ง (ราชบัณฑิตยสภา, 2560) และ 4) สัมพันธภาพและบริบท (Cohesion and Context) ได้แก่ การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยในภาษาด้วยกันและความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยในภาษากับบริบท ตัวอย่างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยในภาษาด้วยกัน ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยหลักของชื่อร้านอาหารกับความหมาย ส่วนตัวอย่างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยในภาษากับบริบท ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างชื่อร้านอาหารกับความเป็นท้องถิ่น อนึ่งการพิจารณาลักษณะเด่นทางภาษาใช้การวิเคราะห์ประกอบการคิดเป็นคำร้อยละ เช่น ลักษณะเด่นของชื่อร้านอาหารในเชียงใหม่ก็คือ ส่วนใหญ่เป็นนามวลี คิดเป็น 85.3% ของชื่อร้านอาหารทั้งหมด (150 ชื่อ) สำหรับเสียงอ่านภาษาจีนกลางใช้หลักเกณฑ์ตามเกณฑ์การถ่ายถอดเสียงภาษาจีนแมนดารินด้วยอักษรวิธีไทย ของคณะกรรมการสืบค้นประวัติศาสตร์ไทยในเอกสารภาษาจีน สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี (คณะกรรมการสืบค้นประวัติศาสตร์ไทยในเอกสารภาษาจีน สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2543)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเปรียบเทียบการตั้งชื่อร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่และเมืองผู้โจว ประเทศจีน (ซึ่งต่อไปนี้ผู้วิจัยจะเรียกว่าเชียงใหม่และผู้โจว) พบความแตกต่าง 2 ด้าน ได้แก่ 1) ลักษณะภาษาของชื่อร้านอาหาร 2) การแสดงสังคมและวัฒนธรรมในชื่อร้านอาหาร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ลักษณะภาษาของชื่อร้านอาหาร



ผลการศึกษาลักษณะภาษาของชื่อร้านอาหารในเชียงใหม่และผู้ใจพบลักษณะภาษา 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านโครงสร้าง 2) ด้านความหมาย 3) ด้านกลวิธีทางภาษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 ด้านโครงสร้าง จากการศึกษาเปรียบเทียบลักษณะโครงสร้างของชื่อร้านอาหาร พบว่าชื่อร้านอาหารอาจเป็นคำ วลี หรือประโยค ลักษณะเด่นที่พบ คือชื่อร้านอาหารส่วนใหญ่เป็นนามวลี ชื่อร้านอาหารในเชียงใหม่ที่เป็นนามวลีคิดเป็น 85.3% ส่วนชื่อร้านอาหารในผู้ใจที่เป็นนามวลีคิดเป็น 86% ชื่อร้านอาหารในเชียงใหม่ที่เป็นนามวลีพบว่า ส่วนใหญ่ประกอบด้วยหน่วยหลักตามด้วยหน่วยขยาย และมีหน่วยขยายมากที่สุด 2 หน่วย ส่วนชื่อร้านอาหารในผู้ใจที่เป็นนามวลี พบว่าส่วนใหญ่ประกอบด้วยหน่วยขยายตามด้วยหน่วยหลัก ซึ่งเป็นลักษณะโครงสร้างของหน่วยไวยากรณ์ภาษาจีน และมีหน่วยขยายได้มากที่สุด 3 หน่วย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 1 การตั้งชื่อร้านอาหารด้านโครงสร้างตัวอย่างที่ 1

ชื่อร้านอาหาร	การปรากฏ	
	หน่วยหลัก	หน่วยขยาย
ส้มตำอูตร	ส้มตำ	อูตร

จากตารางที่ 1 “ส้มตำอูตร” ซึ่งหมายถึง “ส้มตำที่มีสูตรอาหารจากอูตรธานี” เป็นนามวลีที่ประกอบด้วยหน่วยหลักคือคำว่า “ส้มตำ” ซึ่งเป็นอาหารประเภทหนึ่ง ตามด้วยหน่วยขยายคือคำว่า “อูตร” ซึ่งเป็นชื่อจังหวัดหนึ่งในภาคอีสานของประเทศไทย

ตารางที่ 2 การตั้งชื่อร้านอาหารด้านโครงสร้างตัวอย่างที่ 2

ชื่อร้านอาหาร	การปรากฏ		
	หน่วยหลัก	หน่วยขยายที่ 1	หน่วยขยายที่ 2
ครัวเพชรดอยงาม	ครัว	เพชร	ดอยงาม

จากตารางที่ 2 “ครัวเพชรดอยงาม” ซึ่งหมายถึง “ครัวของคนตระกูลเพชรซึ่งมีที่อยู่เดิม คือ ดอยงาม” เป็นนามวลีที่ประกอบด้วยหน่วยหลักคือคำว่า “ครัว” ซึ่งเป็นสถานที่ ตามด้วยหน่วยขยายที่ 1 คือคำว่า “เพชร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนามสกุลเจ้าของร้าน (นามสกุลของเจ้าของร้านคือ “เพชรศรีธิ”) และหน่วยขยายที่ 2 คือคำว่า “ดอยงาม” เป็นที่อยู่เดิมของเจ้าของร้าน

ตารางที่ 3 การตั้งชื่อร้านอาหารด้านโครงสร้างตัวอย่างที่ 3

ชื่อร้านอาหาร	การปรากฏ	
	หน่วยขยาย	หน่วยหลัก
壹号煎包 (อีเฮ่าเจียนเปา)	“壹号” (อีเฮ่า)	“煎包” (เจียนเปา)



จากตารางที่ 3 “壹号煎包” (อีเฮ่าเจียนเปา) ซึ่งหมายถึง “ซาลาเปาอย่างเบอร์หนึ่ง” เป็นนามวลีที่ประกอบด้วยหน่วยขยายคือคำว่า “壹号” (อีเฮ่า) ซึ่งหมายถึงเบอร์หนึ่ง ตามด้วยหน่วยหลักคือคำว่า “煎包” (เจียนเปา) ซึ่งหมายถึง “ซาลาเปาอย่าง”

ตารางที่ 4 การตั้งชื่อร้านอาหารด้านโครงสร้างตัวอย่างที่ 4

ชื่อร้านอาหาร	การปรากฏ			
	หน่วยขยายที่ 3	หน่วยขยายที่ 2	หน่วยขยายที่ 1	หน่วยหลัก
鮑珍堂佛跳墙 (เป่าเจินถั่งฝั่วเที่ยวเฉียง) ฝั่วเที่ยวเฉียง)	“鮑” (เป่า)	“珍” (เจิน)	“堂” (ถั่ง)	“佛跳墙” (ฝั่วเที่ยวเฉียง)

จากตารางที่ 4 “鮑珍堂佛跳墙” (เป่าเจินถั่งฝั่วเที่ยวเฉียง) เป็นนามวลี ซึ่งหมายถึง “ฝั่วเที่ยวเฉียง มีชายที่ห้องโถง มีส่วนประกอบที่มีค่า และมีหอยเป่าฮื้อ” ประกอบด้วยหน่วยขยาย ที่ 3 คือคำว่า “鮑” (เป่า) หมายถึง “หอยเป่าฮื้อ” ตามด้วยหน่วยขยายที่ 2 คือคำว่า “珍” (เจิน) หมายถึง “มีค่า” ตามด้วยหน่วยขยายที่ 1 คือคำว่า “堂” (ถั่ง) หมายถึง “ห้องโถง” และตามด้วยหน่วยหลักคือคำว่า “佛跳墙” (ฝั่วเที่ยวเฉียง) เป็นอาหารชนิดหนึ่ง คือ พระกระโดดกำแพง

1.2 ด้านความหมาย จากการศึกษาเปรียบเทียบความหมายของชื่อร้านอาหารพบว่า ชื่อร้านอาหารมีทั้งที่สื่อความหมายโดยตรงถึงอาหารหรือร้านอาหาร และที่สื่อความหมายโดยอ้อมคือไม่สื่อถึงอาหารหรือร้านอาหาร ในการตั้งชื่อร้านอาหารในเชียงใหม่ ส่วนใหญ่สื่อความหมายถึงอาหารหรือร้านอาหารโดยตรงคิดเป็น 98% สำหรับชื่อร้านอาหารในผู้ใจพบว่าส่วนใหญ่สื่อถึงอาหารหรือร้านอาหารโดยตรงเหมือนกันคิดเป็น 90% เมื่อเปรียบเทียบเทียบกับชื่อร้านอาหารในเชียงใหม่พบว่า ชื่อร้านอาหารในผู้ใจว่าที่สื่อความหมายโดยอ้อมมีจำนวนน้อยกว่าเชียงใหม่ ตัวอย่างชื่อร้านอาหารที่สื่อความหมายโดยตรงและโดยอ้อมมีดังนี้

ตารางที่ 5 การตั้งชื่อร้านอาหารด้านความหมายตัวอย่างที่ 1

ชื่อร้านอาหาร	การปรากฏ	
	หน่วยหลัก/อาหาร	หน่วยขยาย/เจ้าของร้าน
ไส้อั่วคำแปง	ไส้อั่ว	คำแปง

จากตารางที่ 5 “ไส้อั่วคำแปง” ซึ่งหมายถึง “ไส้อั่วที่เจ้าของร้านชื่อคำแปง” ประกอบด้วยหน่วยหลักคือคำว่า “ไส้อั่ว” ซึ่งเป็นอาหารพื้นเมืองเหนือประเภทหนึ่ง ตามด้วยหน่วยขยายคือคำว่า “คำแปง” ซึ่งเป็นชื่อเจ้าของร้าน ชื่อร้านสื่อความหมายถึงร้านอาหารโดยตรง กล่าวคือได้ระบุถึงอาหารคือ “ไส้อั่ว”



ตารางที่ 6 การตั้งชื่อร้านอาหารด้านความหมายตัวอย่างที่ 2

ชื่อร้านอาหาร	การปรากฏ	
榕面 (ทรงเมี่ยน)	หน่วยขยาย/สถานที่	หน่วยหลัก/อาหาร
	“榕” (ทรง)	“面” (เมี่ยน)

จากตารางที่ 6 “榕面” (ทรงเมี่ยน) ซึ่งหมายถึง “บะหมี่เมืองฝูโจว” ประกอบด้วยหน่วยขยายคือคำว่า “榕” (ทรง) ซึ่งเป็นชื่อย่อหรืออีกชื่อเรียกหนึ่งของ “เมืองฝูโจว” ตามด้วยหน่วยหลักคือคำว่า “面” (เมี่ยน) ซึ่งหมายถึง “บะหมี่” ชื่อร้านจึงสื่อความหมายถึงร้านอาหารโดยตรง กล่าวคือได้ระบุถึงอาหารคือ “面” (เมี่ยน)

ตารางที่ 7 การตั้งชื่อร้านอาหารด้านความหมายตัวอย่างที่ 3

ชื่อร้านอาหาร	การปรากฏ
เขียวไข่กา	หน่วยหลัก/สภาพ
	เขียวไข่กา

จากตารางที่ 7 “เขียวไข่กา” ซึ่งหมายถึง “สีเขียวนครามอ่อน ๆ ” ประกอบด้วยหน่วยหลักคือคำว่า “เขียวไข่กา” ซึ่งแสดงสภาพคือบ่งบอกสี ชื่อร้านจึงสื่อความหมายถึงร้านอาหารโดยอ้อม กล่าวคือไม่ได้กล่าวถึงอาหารหรือร้านอาหารอย่างชัดเจน

ตารางที่ 8 การตั้งชื่อร้านอาหารด้านความหมายตัวอย่างที่ 4

ชื่อร้านอาหาร	การปรากฏ	
三生石 (ซานเซ็งสื่อ)	หน่วยขยาย/เวลา	หน่วยหลัก/สิ่งของ
	“三生” (ซานเซ็ง)	“石” (สื่อ)

จากตารางที่ 8 “三生石” (ซานเซ็งสื่อ) หมายถึง “ก้อนหินสามชาติ” ปรากฏหน่วยขยายคือคำว่า “三生” (ซานเซ็ง) ซึ่งหมายถึงสามชาติ ตามด้วยหน่วยหลักคือคำว่า “石” (สื่อ) ซึ่งหมายถึงก้อนหิน ชื่อร้านจึงสื่อความหมายถึงร้านอาหารโดยอ้อม กล่าวคือไม่ได้กล่าวถึงอาหารหรือร้านอาหาร

1.3 ด้านกลวิธีทางภาษา จากการศึกษาเปรียบเทียบกลวิธีทางภาษาของการตั้งชื่อร้านอาหาร พบว่า การตั้งชื่อร้านอาหารในเชียงใหม่และฝูโจวส่วนใหญ่ใช้กลวิธีทางความหมายคือนามนัย สำหรับกระบวนการในการตั้งชื่อคือการนำเอาความหมายของสิ่งต่าง ๆ เช่น อาหารหรือสถานที่มาเป็นชื่อร้าน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 9 การตั้งชื่อร้านอาหารด้านกลวิธีทางภาษาตัวอย่างที่ 1

ชื่อร้านอาหาร	การปรากฏ	
ข้าวซอยแม่สาย	หน่วยหลัก	หน่วยขยาย
	ข้าวซอย	แม่สาย



จากตารางที่ 9 “ข้าวซอยแม่สาย” ซึ่งหมายถึง “ข้าวซอยที่มาจากอำเภอแม่สาย” เป็นการนำชื่ออาหารท้องถิ่นภาคเหนือคือคำว่า “ข้าวซอย” และชื่ออำเภอในจังหวัดเชียงรายคือคำว่า “แม่สาย” มาตั้งเป็นชื่อร้านอาหาร โดยกลวิธีนามนัยกล่าวคือนำชื่ออาหารและสถานที่มาเป็นชื่อร้าน

ตารางที่ 10 การตั้งชื่อร้านอาหารด้านกลวิธีทางภาษาตัวอย่างที่ 2

ชื่อร้านอาหาร	การปรากฏ	
没牙伯花生汤 (เหมยหย่าปั่ว ฮั่วเซ็งทัง)	หน่วยขยาย “没牙伯” (เหมยหย่าปั่ว)	หน่วยหลัก “花生汤” (ฮั่วเซ็งทัง)

จากตารางที่ 10 “没牙伯花生汤” (เหมยหย่าปั่วฮั่วเซ็งทัง) ซึ่งหมายถึง “แกงจืดหรือซูป ถั่วลิสงซึ่งเจ้าของร้านเป็นลุงที่ไม่มีฟัน” เป็นการนำชื่อของลุงเจ้าของร้านอาหารที่ไม่มีฟันคือคำว่า “没牙伯” (เหมยหย่าปั่ว) และแกงจืดหรือซูปถั่วลิสงคือคำว่า “花生汤” (ฮั่วเซ็งทัง) มาตั้งเป็นชื่อร้านอาหารโดยกลวิธี นามนัยกล่าวคือนำชื่อบุคคลและอาหารมาเป็นชื่อร้าน

นอกจากนี้จากการศึกษาเปรียบเทียบกลวิธีทางภาษาของการตั้งชื่อร้านอาหารยังพบว่า การตั้งชื่อร้านอาหารในเชียงใหม่และฝูโจว พบกลวิธีทางภาษาอื่น ๆ เช่น กลวิธีอุปลักษณ์ กลวิธีการตัดคำ กลวิธีสหบท การตั้งชื่อร้านอาหารในเชียงใหม่มีการใช้กลวิธีทางภาษาได้มากที่สุด 2 กลวิธี ส่วนการตั้งชื่อร้านอาหารในฝูโจวมีการใช้กลวิธีทางภาษาได้มากที่สุด 4 กลวิธี ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 11 การตั้งชื่อร้านอาหารด้านกลวิธีทางภาษาตัวอย่างที่ 3

ชื่อร้านอาหาร	การปรากฏ	
ก้วยเตี่ยวลีลา	หน่วยหลัก ก้วยเตี่ยว	หน่วยขยาย ลีลา

จากตารางที่ 11 “ก้วยเตี่ยวลีลา” มีการใช้กลวิธีทางภาษาดังนี้

1. ชื่ออาหาร “ก้วยเตี่ยว” กล่าวคือนำมาตั้งเป็นชื่อร้านอาหารโดยกลวิธีนามนัย
2. ชื่อดอกไม้ “ลีลาวดี” ใช้กลวิธีการตัดคำ เกิดคำใหม่ที่สั้นกว่าเดิมเหลือเพียงคำว่า “ลีลา”

ตารางที่ 12 การตั้งชื่อร้านอาหารด้านกลวิธีทางภาษาตัวอย่างที่ 4

ชื่อร้านอาหาร	การปรากฏ		
半亩江南食府 (ปั้นหมู่ เจียงหนานลือฝู)	หน่วยขยายที่ 2 “半亩” (ปั้นหมู่)	หน่วยขยายที่ 1 “江南” (เจียงหนาน)	หน่วยหลัก “食府” (ลือฝู)



จากตารางที่ 12 “半亩江南食府” (ปั้นหมู่เจียงหนานสี่อู่ฝู่) มีการใช้กลวิธีทางภาษาดังนี้

1. คำว่า “半亩” (ปั้นหมู่) หมายถึง “พื้นที่ 2.4 ไร่” ใช้กลวิธีอุปลักษณ์ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบว่าร้านอาหารนี้มีขนาดใหญ่เทียบได้กับพื้นที่ 2.4 ไร่ นอกจากนี้ คำว่า “半亩” (ปั้นหมู่) ยังปรากฏในบทกวีจีนวรรคหนึ่ง คือ “半亩方塘—鉴开” (ปั้นหมู่ฟ่งถั่งอี่เจี้ยนไค) จากบทกวีชื่อว่า “观书有感” (กวนซูโหยวก่าน) ด้วย ดังนั้นจึงใช้กลวิธีสบทโดยการนำส่วนหนึ่งบทกวีมาประกอบเป็นชื่อร้านอาหาร

2. คำว่า “江南” (เจียงหนาน) หมายถึง “พื้นที่บริเวณตอนล่างของแม่น้ำแยงซีในประเทศจีนปัจจุบัน” ใช้กลวิธีนามนัยกล่าวคือนำพื้นที่มาเป็นส่วนหนึ่งของชื่อร้านอาหาร นอกจากนี้ยังใช้กลวิธีการตัดคำจากคำว่า “忆江南” (อี่เจียงหนาน) ซึ่งเป็นชื่อบทกวีบทหนึ่งเหลือเพียงคำว่า “江南” (เจียงหนาน) อนึ่งการที่นำชื่อบทกวีมาเป็นส่วนหนึ่งของชื่อร้านอาหารจัดว่าเป็นการใช้กลวิธีสบท

สรุปได้ว่า การตั้งชื่อร้านนี้ใช้กลวิธี 4 กลวิธีคือ อุปลักษณ์ นามนัย สบทและการตัดคำ

2. การแสดงสังคมและวัฒนธรรมในชื่อร้านอาหาร

มุมมองด้านการแสดงสังคมและวัฒนธรรมในชื่อร้านอาหารในเชียงใหม่เลือกสื่อความหมายและเน้นย้ำให้ผู้บริโภคตีความถึงลักษณะความเป็นท้องถิ่น ลักษณะนี้ชี้ให้เห็นว่าร้านอาหารในเชียงใหม่ต้องการนำเสนอความหมายความเป็นท้องถิ่นผ่านชื่ออาหารหรือภาษาท้องถิ่นซึ่งเป็นหลักสำคัญที่ช่วยให้ผู้บริโภคคำนึงถึงอาหารที่กำลังจะรับประทาน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 13 การแสดงความเป็นท้องถิ่นในชื่อร้านอาหารในเชียงใหม่

ชื่อร้านอาหาร	การแสดงสังคมและวัฒนธรรม
1. กาแล “ส่วนหนึ่งของหลังคาสำหรับบ้านไทยภาคเหนือ”	ความเป็นท้องถิ่น: อาคารที่เป็นเอกลักษณ์ของภาคเหนือ
2. ใส่อั่วคำแปก “ใส่อั่วซึ่งเจ้าของร้านชื่อคำแปก”	ความเป็นท้องถิ่น: อาหารภาคเหนือ
3. เอือนม่วนใจ๋ “เรือนที่ลูกค้าสบายใจ (ม่วนใจ๋)”	ความเป็นท้องถิ่น: ภาษาถิ่นไทยเหนือ

จากตารางที่ 13 พบว่า เจ้าของร้านอาหารในเชียงใหม่เลือกแสดงสังคมและวัฒนธรรมความเป็นท้องถิ่น ดังจากตัวอย่างชื่อร้าน 1) “กาแล” ซึ่งหมายถึง “ส่วนหน้าสุดของหลังคาสำหรับบ้านไทยภาคเหนือ” แสดงความเป็นท้องถิ่นคือระบุงอาคารที่เป็นเอกลักษณ์ของภาคเหนือ 2) “ใส่อั่วคำแปก” ซึ่งหมายถึง “ใส่อั่วซึ่งเจ้าของร้านชื่อคำแปก” แสดงความเป็นท้องถิ่น “ใส่อั่ว” เป็นอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ และ 3) “เอือนม่วนใจ๋” ซึ่งหมายถึง “เรือนที่



ลูกค้าสบายใจ” แสดงความเป็นท้องถิ่นคือคำว่า “เฮือน” และ “ม่วนใจ๋” เป็นภาษาไทยถิ่นเหนือ

ลักษณะการตั้งชื่อร้านอาหารในเชียงใหม่มีลักษณะการตั้งชื่อร้านอาหารแตกต่างจากในฝูโจวเนื่องจากเจ้าของร้านชาวจีนเลือกสื่อความหมายในเรื่องความเป็นสิริมงคล โชคลาภ ตลอดจนความเจริญงอกงามในกิจการมากกว่าแสดงความหมายที่สื่อถึงอาหารโดยตรงดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 14 สังคมและวัฒนธรรมจากการตั้งชื่อร้านอาหารในเมืองฝูโจวประเทศจีน

ชื่อร้านอาหาร	การแสดงสังคมและวัฒนธรรม
1. 发财好 (ฟาไฉเห่า) “ร้านอาหารแห่งความร่ำรวย”	ค่านิยม: ความร่ำรวย
2. 喜悦楼 (สี่เย่วไหลว) “อาคารมงคลที่มีความสุข”	ค่านิยม: ความเป็นสิริมงคลและความสุข
3. 好运来麻辣烫 (เห่าอวิ้นไหลหมาล่าทั้ง) “หมาล่าทั้งแห่งโชคลาภ”	ค่านิยม: โชคลาภ

จากตารางที่ 14 ช่วยอธิบายให้เข้าใจว่าค่านิยมการตั้งชื่อร้านอาหารของชาวจีนในฝูโจว มักยึดโยงอยู่กับความเชื่อเรื่องสิริมงคล โชคลาภ และความเจริญก้าวหน้าในดานกิจการดังจากตัวอย่างชื่อร้าน 1) “发财好” (ฟาไฉเห่า) ซึ่งหมายถึง “ร้านอาหารแห่งความร่ำรวย” แสดงค่านิยมคือความร่ำรวย 2) “喜悦楼” (สี่เย่วไหลว) ซึ่งหมายถึง “ตึกที่เป็นมงคลและมีความสุข” แสดงค่านิยมคือความเป็นสิริมงคลและความสุข 3) “好运来麻辣烫” (เห่าอวิ้นไหลหมาล่าทั้ง) ซึ่งหมายถึง “หมาล่าทั้งแห่งโชคลาภ” แสดงค่านิยมคือโชคลาภ เจ้าของร้านใช้ความหมายที่โยงถึงความเป็นสิริมงคล สร้างขวัญและกำลังใจแก่ตนเองในการเปิดร้านอาหาร ดังนั้นบทบาทและหน้าที่ของรูปภาพภาษาที่ชาวจีนใช้ตั้งชื่อร้านอาหารจึงไม่ใช่เพียงการบ่งบอกความเป็นท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยังสร้างความสบายใจและให้ผลเชิงบวกทางด้านจิตใจด้วย

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 15 สังคมและวัฒนธรรมจากการตั้งชื่อร้านอาหารในเมืองฝูโจวประเทศจีน

ประเด็น	ชื่อร้านอาหาร	เชียงใหม่	ฝูโจว
	โครงสร้าง	1) ส่วนใหญ่เป็นนามวลี 85.3% 2) นามวลีส่วนใหญ่มีหน่วยหลักตามด้วยหน่วยขยาย 3) หน่วยขยายมีมากที่สุดได้ 2 หน่วย	1) ส่วนใหญ่เป็นนามวลี 86% 2) นามวลีส่วนใหญ่มีหน่วยขยายตามด้วยหน่วยหลัก 3) หน่วยขยายมีมากที่สุดได้ 3 หน่วย
ความหมาย	ส่วนใหญ่สื่อความหมายโดยตรง 98%	ส่วนใหญ่สื่อความหมายโดยตรง 90%	



ประเด็น	ชื่อร้านอาหาร	เชียงใหม่	ผู้ใจ
กลวิธีทางภาษา		1) กลวิธีทางภาษาที่เด่นที่สุดคือ นาม นัย 2) จำนวนกลวิธีมากที่สุด 3 กลวิธี	1) กลวิธีทางภาษาที่เด่นที่สุดคือ นาม นัย 2) จำนวนกลวิธีมากที่สุด 4 กลวิธี
การแสดงสังคมและวัฒนธรรม		ส่วนใหญ่แสดงความเป็นท้องถิ่น	ส่วนใหญ่แสดงความเป็นสิริมงคล

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาร้านอาหารในเชียงใหม่ไม่ได้เน้นเรื่องโคลงและความเป็นสิริมงคล เนื่องจากเจ้าของร้านอาหารในเชียงใหม่เลือกเน้นแสดงความเป็นท้องถิ่นเช่น กาแล น้ำเงี้ยว ใส่อัว เอือนม่วนใจ๋ ชื่อร้านอาหารเหล่านี้มีหน้าที่แสดงความแปลกใหม่อย่างสร้างสรรค์ และทำให้ลูกค้าจดจำรูปภาษาที่ปรากฏบนป้ายร้านอาหารได้ง่ายขึ้น ขณะเดียวกันชื่อร้านอาหารในเชียงใหม่ ยังเป็นพื้นที่แสดงภูมิรู้ด้านลีลาภาษาของแต่ละร้านอาหารเพื่อปลุกเร้าการพูดถึงในด้านการตลาด ผลการศึกษายังสนับสนุนข้อเสนอของ Benjamin, W. ที่ระบุว่า การตั้งชื่อกิจการร้านค้าที่เชื่อมโยงถึงแบรนด์ธุรกิจนับเป็นกลวิธีทางภาษาที่ใช้สร้างความแตกต่างโดยยึดคู่แข่งทางการค้าเป็นจุดอ้างอิง รูปภาษาในด้านการตลาดจะเชื่อมโยงแนวความคิดเจ้าของร้านเข้ากับกลุ่มผู้บริโภค การสื่อความหรือรูปแบบเฉพาะของภาษาจะเร้าความสนใจ จากนั้นจะเป็นการเปิดโอกาสให้กลุ่มผู้บริโภคสืบค้นเพื่อที่จะได้รับข้อมูลว่ากิจการนั้น ๆ เกี่ยวกับอะไร และเพราะเหตุใดจึงตั้งชื่อกิจการในลักษณะดังกล่าว (Benjamin, W., 1986)

ผลการศึกษาได้สนับสนุนชุดความคิดที่ว่าชาวจีนยึดถือเรื่องโคลงและความเป็นสิริมงคลมากที่สุดเนื่องจากสิ่งเหล่านี้สามารถเอื้ออำนวยให้การดำรงชีวิตสะดวกสบาย มีเงินมีทองนับเป็นการมีชีวิตที่ยั่งยืน ด้วยเหตุนี้ชื่อร้านอาหารของชาวจีนจึงผูกโยงเข้ากับมิติความหมายด้านสิริมงคลมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาจากงานวิจัยของ สุภัทรา โยธินศิริกุล ที่กล่าวว่า คนจีนนิยมตั้งชื่อร้านที่แสดงความหมายมงคล ได้แก่ ความเจริญ ร่ำรวย มั่งคั่ง รุ่งเรือง ราบรื่น สำเร็จและร่วมมือ และหากพิจารณาในด้านการแสดงสังคมและวัฒนธรรมจะพบว่า ชาวจีนสืบทอดค่านิยมและชุดความคิดเรื่องสิริมงคลมาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์โดยแสดงผ่านระบบสัญลักษณ์และตัววัตถุสิริมงคลจีนที่แสดงให้เห็นผ่านทาง ภาษา วิถีชีวิต ประเพณี เทศกาล และพิธีกรรม เนื่องจากชาวจีนมองว่าความโชคดีและความเจริญรุ่งเรืองเป็นองค์ประกอบสำคัญในชีวิตมนุษย์ ขณะที่อุปสรรคเป็นหนึ่งในความโชคร้ายที่มักส่งผลให้มนุษย์ไม่บรรลุผลสำเร็จในชีวิต (สุภัทรา โยธินศิริกุล, 2561)

นอกจากนี้ผู้วิจัยพบข้อมูลภาษาชุดหนึ่งให้ข้อสังเกตเพิ่มเติมว่าการตั้งชื่อร้านอาหารในผู้ใจใช้ กลวิธีทางภาษาในการตั้งชื่อร้านอาหารโดยนำเอาตัวละครสำคัญในวรรณกรรมและบุคคลทางประวัติศาสตร์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชื่อร้านอาหาร เช่น “大头儿子的汉堡包店”



(ต้าโถวเอ๋อร์จีเตอะฮั่นเป่าเป่าเตี้ยน) คำว่า “大头儿子的” (ต้าโถวเอ๋อร์จีเตอะ) เป็นชื่อของตัวละครในการ์ตูนลูกชายหัวโต “霸王茶姬” (ป้าหวังฉาจี) คำว่า “霸王” (ป้าหวัง) อ้างอิงถึงชายผู้มีอำนาจอันยิ่งใหญ่ในช่วงปลายราชวงศ์ฉิน “诸葛烤鱼” (จูเก๋อเข้าอิ้ว) คำว่า “诸葛” (จูเก๋อ) อ้างอิงตัวละครสำคัญในเรื่องสามก๊กคือ จูกัดเหลียง เป็นต้น ข้อมูลชื่อร้านอาหารกลุ่มนี้แสดงลักษณะเด่นด้านภาษา ความคิด และกลวิธีนามนัยที่สอดคล้องกับสังคมและวัฒนธรรม และเป็นลักษณะเด่นที่แตกต่างจากร้านอาหารในเชียงใหม่

องค์ความรู้ใหม่

ปัจจุบันการศึกษาภาษาจะต้องศึกษาบริบททางสังคมวัฒนธรรมควบคู่ไปด้วย จึงจะได้ผลการศึกษาที่สมบูรณ์ เนื่องจากภาษาไม่สามารถแยกจากสังคมวัฒนธรรมได้ เช่นชื่อร้านอาหาร “กาแล” เมื่อพิจารณาทางด้านภาษาเป็นคำนามหนึ่งคำ หากพิจารณาทั้งทางด้านภาษาและบริบททางสังคมวัฒนธรรมไปพร้อมกัน จะอธิบายได้ว่า ชื่อร้านอาหารนี้แสดงถึงอัตลักษณ์ของสังคมวัฒนธรรมไทยภาคเหนือ เนื่องจาก “กาแล” เป็นส่วนประกอบที่เด่นของอาคารแบบโบราณของชาวไทยภาคเหนือ การเปรียบเทียบภาษา 2 ภาษาจึงต้องเปรียบเทียบภาษาและบริบททางสังคมวัฒนธรรมควบคู่กัน จึงจะได้ผลการศึกษาที่สมบูรณ์

สรุป/ข้อเสนอแนะ

โครงสร้างชื่อร้านอาหารอาจเป็นคำ วลี หรือประโยค ชื่อร้านอาหารส่วนใหญ่เป็นนามวลี ชื่อร้านอาหารในเชียงใหม่ที่เป็นนามวลีส่วนใหญ่ประกอบด้วยหน่วยหลักตามด้วยหน่วยขยาย และจำนวนหน่วยขยายมากที่สุด 2 หน่วย แต่ชื่อร้านอาหารในสุโขทัยที่เป็นนามวลีส่วนใหญ่ประกอบด้วยหน่วยขยายตามด้วยหน่วยหลัก ซึ่งเป็นลักษณะโครงสร้างของหน่วยไวยากรณ์ภาษาจีน และจำนวนหน่วยขยายมากที่สุด 3 หน่วย สำหรับด้านความหมาย พบว่าชื่อร้านอาหารมีทั้งที่สื่อความหมายโดยตรงและโดยอ้อม ชื่อร้านอาหารในเชียงใหม่ที่สื่อความหมายโดยตรงมีจำนวนมากกว่าชื่อร้านอาหารในสุโขทัย ทางด้านกลวิธีทางภาษา ชื่อร้านอาหารในเชียงใหม่และสุโขทัยส่วนใหญ่ใช้กลวิธีทางความหมายคือนามนัย นอกจากนี้ยังพบว่า ชื่อร้านอาหารในเชียงใหม่ใช้กลวิธีทางภาษาน้อยกว่าชื่อร้านอาหารในสุโขทัย ส่วนด้านการแสดงสังคมและวัฒนธรรมในชื่อร้านอาหาร พบว่า ชื่อร้านอาหารในเชียงใหม่ส่วนใหญ่แสดงความเป็นท้องถิ่น ส่วนชื่อร้านอาหารในสุโขทัยส่วนใหญ่แสดงให้เห็นถึงค่านิยมคือความเจริญรุ่งเรือง สรุปภาพรวมได้ว่าลักษณะภาษาของการตั้งชื่อร้านอาหารในเชียงใหม่มีความซับซ้อนน้อยกว่าชื่อร้านอาหารสุโขทัย ทั้งทางด้านโครงสร้าง ความหมาย และกลวิธีทางภาษา เมื่อพิจารณาเฉพาะกลวิธีทางภาษากแล้วได้ว่า ลีลาภาษาทางวรรณศิลป์ของการตั้งชื่อร้านอาหารในเชียงใหม่มีน้อยกว่าการตั้งชื่อร้านอาหารในสุโขทัย จากการศึกษาครั้งนี้หากมีการศึกษาการตั้งชื่อร้านอาหารในจังหวัดอื่นเปรียบเทียบกับเมืองอื่นในประเทศจีน อาจพบ



ความแตกต่างของการตั้งชื่อร้านอาหารที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่นมากขึ้น หนึ่งผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการวิจัยเกี่ยวกับการทำธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยและประเทศจีนได้

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบการตั้งชื่อร้านอาหารในประเทศไทยและประเทศจีน” หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ให้คำแนะนำในการวิจัย ผู้ตรวจสอบข้อมูล รวมทั้งเจ้าของร้านอาหารทุกท่านที่ให้ความกรุณาในการสัมภาษณ์เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการสืบค้นประวัติศาสตร์ไทยในเอกสารภาษาจีน สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2543). เกณฑ์การถอดเสียงภาษาจีนแมนดารินด้วยอักขรวิธีไทย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ราชบัณฑิตยสภา. (2560). พจนานุกรมศัพท์ภาษาศาสตร์ (ภาษาศาสตร์ทั่วไป) ฉบับราชบัณฑิตยสภา. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: เอบีซี อินเทอร์เน็ต จำกัด.
- สุภัทรา โยธินศิริกุล. (2561). การศึกษาชื่อร้านทองคำภาษาจีนของชาวไทยเชื้อสายจีนในกรุงเทพมหานคร. วารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม, 7(2), 202-230.
- _____. (2563). ภาษาบนป้ายชื่อร้านค้าชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตชุมชนเยาวราช: กรณีศึกษาชื่อร้านค้าภาษาจีนและภาษาไทย. มนุษยศาสตร์สาร, 21(1), 55-74.
- สุวรรณ ตังทีฆะรักษ์. (2557). การศึกษาเปรียบเทียบความหมายของชื่อร้านค้าที่สะท้อนความเชื่อเกี่ยวกับสิริมงคลของคนไทยและคนจีน. วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ, 15(2), 45-57.
- อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2544). ภาษาศาสตร์สังคม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Benjamin, W. (1986). *Illuminations*. New York: Schocken Books.
- Genette, G. (1997). *Palimpsests: Literature in Second Degree*. Channa Newman and Claude Doubinsky (trans) Lincoln. London: University of Nebraska.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago.



Leech, G. N. & Short, M. H. (1981). *Style in Fiction: A Linguistic Introduction to English Fictional Prose*. London: Longman.

侯晓红. (2017). 西安市饭店名称的语言与文化分析. 西安: 西安外国语大学.