

ความสัมพันธ์ทางความหมายในการตั้งชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่*

THE SEMANTICS RELATIONSHIP IN NAMING PLACES IN CHIANG MAI PROVINCE

ปฏินญา บุญมาเลิศ*, ปฐม หงษ์สุวรรณ

Patinya Boonmalert, Pathom Hongsuwan

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาสารคาม ประเทศไทย

Faculty of Humanities and Social Sciences, Mahasarakham University, Mahasarakham, Thailand

*Corresponding author Email: patinyaboonmalert22@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อจำแนกประเภทกลุ่มตามความสัมพันธ์ทางความหมายในการตั้งชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยการเก็บข้อมูลจากป้ายชื่อสถานที่จำนวน 3,431 ป้ายชื่อ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พร้อมทั้งใช้แนวคิดการจำแนกประเภทตามความหมายเป็นแนวทางในการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า ป้ายชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่จำแนกความสัมพันธ์ทางความหมายในการตั้งชื่อสถานที่เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับที่ตั้งและกิจกรรม เพื่อบ่งชี้กิจการและบริเวณที่ตั้งสถานที่ เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ซื้อหรือรับบริการ มีจำนวน 1,392 ป้ายชื่อ ประกอบด้วย ที่มาเกี่ยวกับ “บริเวณที่ตั้ง” เช่น TAPAE GATE CAFÉ และ “การบ่งชี้กิจการ” เช่น Coffee Lovers กลุ่มที่ 2 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับบุคคล เพื่อสื่อถึงการเคารพเทิดทูนให้เกียรติ ความสิริมงคลระลึกถึงคุณงามความดี และความเป็นมงคลกับชื่อสถานที่ดังกล่าว มีจำนวน 1,279 ป้ายชื่อ ประกอบด้วย ที่มาเกี่ยวกับ “พระนามกษัตริย์” เช่น สำนักงานแขวงกาวิละ “บุคคลสำคัญในท้องถิ่น” เช่น วัดหมื่นล้าน และ “เจ้าของกิจการ” เช่น ดิเรก-ประภัสสร จักษุคลินิก กลุ่มที่ 3 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับความเชื่อและความรู้สึก เพื่อสร้างความเจริญ ความมั่งคั่ง และความสุขแก่เจ้าของสถานที่และผู้ซื้อหรือรับบริการ มีจำนวน 611 ป้ายชื่อ ประกอบด้วย ที่มาเกี่ยวกับ “ความเชื่อ” เช่น Rich Garden House และ “บรรยายความรู้สึก” เช่น Good Day กลุ่มที่ 4 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับลักษณะเด่นในพื้นที่ เพื่อนำลักษณะที่โดดเด่นในพื้นที่มาสร้างความสนใจ ความไพเราะ และความสวยงามเป็นที่สะดุดตาให้แก่ผู้ซื้อหรือรับบริการ มีจำนวน 149 ป้ายชื่อ ประกอบด้วย ที่มาเกี่ยวกับ “พืชพันธุ์” เช่น Fern Forest Café และ “กลุ่มชาติพันธุ์” เช่น AKHA AMA

คำสำคัญ: การตั้งชื่อสถานที่, ความสัมพันธ์ทางความหมาย, ป้ายชื่อสถานที่

Abstract

This article aims "to classify the type of relationship in Naming Places in Chiang Mai Province" by collecting 3,431 place name signs at Chiang Mai Municipality Office, Mueang Chiang Mai, Chiang Mai Province and using the theory of Classification in type of meaning of Education. The result of research represents that the place name signs in Chiang Mai Province can classify four groups of The Semantics Relationship in Naming Places, for example, the first group has 1,392 place name signs relating in location and enterprise so as to indicate the enterprise and location of place to facilitate the customers and service. The place name signs are composed of "Location": TAPE GATE

CAFE" and "Enterprise": Coffee Lovers. The second group has 1,279 place name signs relating the individual so as to worship, and to support the fortune, virtue and propitious thing for the place name, such as, "The name of King": Kawila Sub District Office, "The local personage": Wat MuenLan and "The owner": Direk-Prapassorn Ophthalmology Clinic. The third group has 611 place name signs relating the belief and the emotion so as to support the growth, the wealth and happiness to the place owner and the customer or service, such as, "Belief": Rich Garden House and "Emotion": Good Day. The fourth group has 149 place name signs relating the outstanding location so as to take the remarkable location for attention, sweetness and beauty and glitter with the customer or service, such as, "Seeding": Fern Forest Café, and "Ethnicity": AKHA AMA

Keywords: Naming Place, The Semantics Relationship, Place Name Signs

บทนำ

ชื่อสถานที่เป็นหัวข้อที่น่าสนใจในการศึกษาวัฒนธรรม เนื่องจากเกี่ยวข้องกับลักษณะการศึกษาพื้นฐานทางวัฒนธรรม 3 ลักษณะ คือ ภาษา ความคิด และสิ่งแวดล้อม ชื่อสถานที่นอกจากจะเป็นชื่อที่มนุษย์กำหนดขึ้น และเป็นคำที่มีความหมายชัดเจนในแต่ละภาษาแล้ว สามารถบ่งบอกถึงลักษณะทางกายภาพหรือทางภูมิศาสตร์ รวมทั้งแสดงให้เห็นว่า มนุษย์สามารถรับรู้ สร้างมโนทัศน์ และจัดประเภทสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบตัวได้ (Thornton, T. F., 1997) การศึกษาชื่อสถานที่จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจอย่างยิ่ง เพราะทำให้เข้าใจบทบาทของภาษาผ่านชื่อสถานที่ว่ามีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมในท้องถิ่นได้อย่างไร

นอกจากนี้พื้นที่เขตเทศบาลนครเชียงใหม่ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานมีวัดเก่าแก่อตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก รวมทั้งสถาปัตยกรรมดั้งเดิมที่มีความสวยงามและมีคุณค่า อีกทั้งบริเวณดังกล่าวเป็นที่ตั้งของสถานที่ราชการและหน่วยงานที่สำคัญอีกหลายแห่ง จึงนับว่าเป็นย่านประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมแสดงถึงความเจริญทางวัฒนธรรมของเมืองเชียงใหม่ได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้ป้ายชื่อสถานที่ที่มีการตั้งชื่อสถานที่ที่มีการแปรเปลี่ยนแตกต่างกันไปตามบริบททางสังคมและวัฒนธรรมในพื้นที่ จึงนับว่าเรื่องที่น่าสนใจอย่างยิ่งเกี่ยวกับศึกษาความสัมพันธ์ทางความหมายในการตั้งชื่อสถานที่ (สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่, 2560)

อนึ่งผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิดเรื่องการจำแนกประเภทมาใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ทางความหมายในการตั้งชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้แนวคิดดังกล่าวเป็นการศึกษาการจัดกลุ่มของสรรพสิ่งที่จัดออกเป็นกลุ่มตามคุณสมบัติของสรรพสิ่งนั้น ด้วยการจำแนกคุณสมบัติต้นแบบของกลุ่ม หากสรรพสิ่งใดมีคุณสมบัติร่วมกับสรรพสิ่งที่เป็นต้นแบบของกลุ่ม สรรพสิ่งนั้นก็จัดให้อยู่ในกลุ่มเดียวกันได้ สำหรับหลักในการจัดกลุ่มของสิ่งมีชีวิตและสรรพสิ่งต่าง ๆ เน้นเรื่องความสัมพันธ์แบบลำดับขั้นและการอยู่ร่วมกัน กล่าวคือ ในแต่ละกลุ่มจะมีสรรพสิ่งที่เป็นต้นแบบของกลุ่มและมีสมาชิกของกลุ่มมีคุณสมบัติร่วมกันกับต้นแบบ (Ungerer, F. & Schmid, H. J., 2006) อีกทั้งการจัดกลุ่มทางความหมายเป็นการจำแนกประเภทสิ่งต่าง ๆ ของมนุษย์ไม่ได้เป็นสากลลักษณะ แต่ขึ้นอยู่กับลักษณะสำคัญของระบบปริชาณหรือความคิดของคนในแต่ละวัฒนธรรม นอกจากนี้การจำแนกคำศัพท์หมวดต่าง ๆ ต้องใช้วิธีการศึกษาชุดคำเปรียบต่างการมองเห็นลักษณะที่แตกต่างกันหรือลักษณะที่ร่วมกันของสองสิ่งจนสามารถแบ่งประเภทตามลำดับนั้นได้ คนในวัฒนธรรมจะเข้าใจกันได้หากเข้าใจการจัดลำดับขั้นของคนในแต่ละวัฒนธรรมได้ก็เข้าใจระบบความคิดของคนในสังคมนั้นได้เช่นกัน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงศึกษาความสัมพันธ์ทางความหมายในการตั้งชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่ตามแนวคิดการจำแนกประเภท เพื่อเป็นการจัดกลุ่มทางความหมายให้ทราบถึงที่มาจากป้ายชื่อสถานที่ที่สัมพันธ์กับบริบทสังคมและวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยการใช้เก็บข้อมูลจากเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่เป็นภาพแทนจังหวัดเชียงใหม่ในการศึกษาครั้งนี้



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อจำแนกประเภทกลุ่มตามความสัมพันธ์ทางความหมายในการตั้งชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ในขั้นตอนนี้ เป็นการทบทวนแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการจำแนกประเภทของ Ungerer and Schmid เป็นการศึกษาการจัดกลุ่มของสรรพสิ่งที่จัดออกเป็นกลุ่มตามคุณสมบัติของสรรพสิ่งนั้น ด้วยการจำแนกคุณสมบัติต้นแบบของกลุ่ม หากสรรพสิ่งใดมีคุณสมบัติร่วมกับสรรพสิ่งที่เป็ต้นแบบของกลุ่ม สรรพสิ่งนั้นก็สามารถจัดให้อยู่ในกลุ่มเดียวกันได้ (Ungerer, F. & Schmid, H. J., 2006)

ขั้นตอนที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูล ในขั้นตอนนี้เป็นการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลในการทำวิจัย ด้วยการเก็บข้อมูลจากป้ายชื่อสถานที่จากถนนเส้นหลักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2562 ถึงเดือนเมษายน 2564 อีกทั้งศึกษาเฉพาะป้ายชื่อสถานที่เปิดดำเนินการเท่านั้น ไม่ศึกษาป้ายชื่อสถานที่ที่อยู่ในระหว่างก่อสร้าง หรือปิดการดำเนินการ

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูล ในขั้นตอนนี้การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการจำแนกประเภทของ Ungerer and Schmid เป็นการศึกษาการจัดกลุ่มของสรรพสิ่งที่จัดออกเป็นกลุ่มตามคุณสมบัติของสรรพสิ่งนั้น ด้วยการจำแนกคุณสมบัติต้นแบบของกลุ่ม (Ungerer, F. & Schmid, H. J., 2006) มาวิเคราะห์เพื่อจำแนกประเภทกลุ่มตามความสัมพันธ์ทางความหมายในการตั้งชื่อสถานที่ หลังจากนั้นจึงหาค่าความถี่ และค่าเฉลี่ย เพื่อบ่งชี้ถึงความสัมพันธ์ทางความหมายที่ปรากฏจากป้ายชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่

ขั้นตอนที่ 4 อภิปรายผล สรุปและข้อเสนอแนะ ในขั้นตอนนี้เป็นการอภิปรายประเด็นต่าง ๆ ที่สอดคล้องหรือโต้แย้งจากวิจัยนี้ พร้อมทั้งสรุปและข้อเสนอแนะเป็นการสรุปผลตามวัตถุประสงค์และเป็นการเสนอแนะทางการวิจัยต่อเนื่องจากงานวิจัยนี้

ผลการวิจัย

ป้ายชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่นำมาเป็นข้อมูลในการศึกษาค้นคว้า มีจำนวน 3,431 ป้ายชื่อจากเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางความหมายในการตั้งชื่อสถานที่ ด้วยการประยุกต์ใช้แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการจำแนกประเภทของ Ungerer and Schmid เป็นการศึกษาการจัดกลุ่มของสรรพสิ่งที่จัดออกเป็นกลุ่มตามคุณสมบัติของสรรพสิ่งนั้น นอกจากนี้การจำแนกคุณสมบัติต้นแบบของกลุ่ม หากสรรพสิ่งใดมีคุณสมบัติร่วมกับสรรพสิ่งที่เป็ต้นแบบของกลุ่ม สรรพสิ่งนั้นก็สามารถจัดให้อยู่ในกลุ่มเดียวกันได้ สำหรับการจำแนกประเภทกลุ่มวิเคราะห์คำศัพท์อันเป็นชื่อเฉพาะที่ปรากฏบนป้ายชื่อสถานที่ เช่น “สวนดอกเกสร” และ “จรัสธุรกิจ” ด้วยการวิเคราะห์เฉพาะส่วนหลัก ได้แก่ “สวนดอก” และ “จรัส” เพื่อจำแนกประเภทกลุ่มที่มาเกี่ยวกับ “บริเวณที่ตั้ง” และ “เจ้าของกิจการ” ส่วนขยายได้แก่ “เกสร” และ “ธุรกิจ” ไม่นำมาเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์

เมื่อพิจารณาการจำแนกประเภทกลุ่มที่มาพบว่า ป้ายชื่อสถานที่ที่สามารถจำแนกประเภทกลุ่มตามความสัมพันธ์ทางความหมายออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับที่ตั้งและกิจการ กลุ่มที่ 2 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับบุคคล กลุ่มที่ 3 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับความเชื่อและความรู้สึก และกลุ่มที่ 4 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์ลักษณะเด่นในพื้นที่ ดังตารางที่ 1 ป้ายชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่จำแนกกลุ่มตามความสัมพันธ์ทางความหมาย มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 ป้ายชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่จำแนกกลุ่มตามความสัมพันธ์ทางความหมาย

ป้ายชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่จำแนกกลุ่มตามความสัมพันธ์ทางความหมาย	ความถี่	ร้อยละ
กลุ่มที่ 1 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับที่ตั้งและกิจกรรม	1,392	40.57
ที่มาเกี่ยวกับบริเวณที่ตั้ง	456	13.29
ที่มาเกี่ยวกับการบ่งชี้กิจการ	936	27.28
กลุ่มที่ 2 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับบุคคล	1,279	37.28
ที่มาเกี่ยวกับพระนามกษัตริย์	22	0.64
ที่มาเกี่ยวกับบุคคลสำคัญในท้องถิ่น	21	0.61
ที่มาเกี่ยวกับเจ้าของกิจการ	1,236	36.03
กลุ่มที่ 3 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับความเชื่อและความรู้สึก	611	17.81
ที่มาเกี่ยวกับความเชื่อ	415	12.10
ที่มาเกี่ยวกับการบรรยายความรู้สึก	196	5.71
กลุ่มที่ 4 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์ลักษณะเด่นในพื้นที่	149	4.34
ที่มาเกี่ยวกับพืชพันธุ์	129	3.76
ที่มาเกี่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์	20	0.58
รวม	3,431	100

กลุ่มที่ 1 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับที่ตั้งและกิจกรรม

ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับที่ตั้งและกิจกรรมมีจำนวน 1,392 ป้ายชื่อ ประกอบด้วยที่มาเกี่ยวกับ “บริเวณที่ตั้ง” และ “การบ่งชี้กิจการ” แสดงให้เห็นว่า

ที่มาเกี่ยวกับ “บริเวณที่ตั้ง” กำหนดขึ้นเพื่อใช้จำแนกที่มาตามกลุ่มทางความหมายของชื่อสถานที่ ทั้งนี้ บริเวณที่ตั้งจึงเป็นพื้นที่อันมีขอบเขตที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ป้ายชื่อสถานที่ต่าง ๆ มีการนำชื่อบริเวณที่ตั้ง เช่น ชื่อถนน ชื่อแม่น้ำ ชื่อที่เกี่ยวข้องภูมิศาสตร์ ในจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงนำชื่อสถานที่ตั้งซึ่งเป็นต้นกำเนิด หรือต้นตำรับของกิจการ หรือพันธกิจดังกล่าวมาตั้งชื่อสถานที่ สำหรับที่มาเกี่ยวกับ “บริเวณที่ตั้ง” ที่ปรากฏจากป้ายชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวน 456 ป้ายชื่อ เช่น TAPAE GATE CAFÉ กลางเวียงโฆษณา สวนดอกเกสรช เมื่อพิจารณาจากชื่อสถานที่ พบว่า ที่มาเกี่ยวกับ “บริเวณที่ตั้ง” มีความสำคัญในการตั้งชื่อสถานที่ เนื่องจากการตั้งชื่อสถานที่จากบริเวณที่ตั้งช่วยในการชี้ตำแหน่งที่ตั้งสถานที่ดังกล่าว ทำให้ผู้ซื้อหรือใช้บริการทราบทิศทางบริเวณที่ตั้ง เป็นการอำนวยความสะดวกในการค้นหาตำแหน่งของสถานที่แก่ผู้ซื้อหรือใช้บริการได้เช่นกัน ดังเช่นภาพที่ 1 TAPAE GATE CAFÉ เป็นการนำคำศัพท์เกี่ยวกับที่ตั้งบริเวณประตูท่าแพเขตเมืองเก่าเชียงใหม่มาตั้งชื่อสถานที่ดังกล่าว เพื่อระบุบริเวณที่ตั้ง

นอกจากนี้ที่มาเกี่ยวกับ “การบ่งชี้กิจการ” กำหนดขึ้นเพื่อใช้จำแนกที่มาตามกลุ่มทางความหมายของชื่อสถานที่ ทั้งนี้ป้ายชื่อสถานที่ต่าง ๆ มีการนำชื่อที่บ่งชี้ ระบุอ้าง แสดงให้รู้โดยเจาะจงหรือบ่งบอกถึงวัตถุประสงค์ของกิจการต่าง ๆ มาตั้งชื่อสถานที่ สำหรับที่มาเกี่ยวกับ “การบ่งชี้กิจการ” ที่ปรากฏจากป้ายชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวน 936 ป้ายชื่อ เช่น Clean Pro Express Coffee Lovers ชูชิมย์ เมื่อพิจารณาจากชื่อสถานที่ พบว่า ที่มาเกี่ยวกับ “การบ่งชี้กิจการ” เป็นการบ่งชี้กิจการหรือการบ่งบอกถึงวัตถุประสงค์ของกิจการต่าง ๆ นับเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่มีความประสงค์จะเลือกซื้อหรือใช้บริการ กล่าวคือ เมื่ออ่านป้ายชื่อสถานที่ก็สามารถทราบได้ทันทีว่า สถานที่ดังกล่าวมีการจำหน่ายหรือให้บริการตรงกับความต้องการของผู้ซื้อหรือใช้บริการในขณะนั้นหรือไม่ ทำให้ประหยัดเวลาในการเลือกซื้อหรือใช้บริการ ดังเช่นภาพที่ 2 Coffee Lovers เป็นการนำคำศัพท์เกี่ยวกับการบริการอาหารและเครื่องดื่มมาตั้งชื่อสถานที่ดังกล่าว เพื่อบ่งชี้กิจการ



ภาพที่ 1 TAPAE GATE CAFÉ



ภาพที่ 2 Coffee Lovers

กลุ่มที่ 2 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับบุคคล

ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับบุคคลมีจำนวน 1,279 ป้ายชื่อ ประกอบด้วยที่มาเกี่ยวกับ“พระนามกษัตริย์” “บุคคลสำคัญในท้องถิ่น” และ“เจ้าของกิจการ” แสดงให้เห็นว่า

ที่มาเกี่ยวกับ “พระนามกษัตริย์” กำหนดขึ้นเพื่อใช้จำแนกที่มาตามกลุ่มทางความหมายของชื่อสถานที่ ทั้งนี้ การนำพระนามกษัตริย์เป็นการตั้งชื่ออาจะมีที่มาตามประวัติศาสตร์ของสถานที่ รวมถึงเป็นการตั้งชื่อตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น การเฉลิมพระเกียรติพระมหากษัตริย์ เพื่อเป็นเกียรติสถานที่ดังกล่าว สำหรับที่มาเกี่ยวกับ “พระนามกษัตริย์” ที่ปรากฏจากป้ายชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 22 ป้ายชื่อ เช่น โรงเรียนยุพราชวิทยาลัย โรงเรียนวัฒโนทัยพายัพ สำนักงานแขวงกาวิละ เมื่อพิจารณาจากชื่อสถานที่ พบว่า ที่มาเกี่ยวกับ “พระนามกษัตริย์” ส่วนใหญ่ชื่อสถานที่ศึกษาและหน่วยงานราชการล้วนมีการตั้งชื่อตามพระนามกษัตริย์ กล่าวคือ สังคมล้านนาเป็นสังคมที่มีความผูกพันกับสถาบันพระมหากษัตริย์มาอย่างยาวนานเมื่อมีการสร้างสถานที่ เพื่อเป็นสาธารณสมบัติให้เกิดประโยชน์แก่สังคมและเป็นเครื่องหมายแห่งความเจริญจึงนำพระนามกษัตริย์อันเป็นที่เคารพของประชาชนมาตั้งชื่อสถานที่นั้น จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางภาคเหนือ เมื่อมีการสร้างสถานที่จากหน่วยงานภาครัฐบาล เช่น โรงเรียน หน่วยงานบริการประชาชน ดังเช่นภาพที่ 3 สำนักงานแขวงกาวิละ เป็นการนำคำศัพท์เกี่ยวกับพระนามกษัตริย์มาตั้งชื่อสถานที่ดังกล่าว เพื่อเป็นเกียรติยศและอนุสรณ์ตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน

นอกจากนี้ที่มาเกี่ยวกับ “บุคคลสำคัญในท้องถิ่น” กำหนดขึ้นเพื่อใช้จำแนกที่มาตามกลุ่มทางความหมายของชื่อสถานที่ ทั้งนี้บุคคลสำคัญอันเป็นผู้ที่อุทิศประโยชน์และความเสียสละอันเป็นประโยชน์แก่พื้นที่ ทั้งนี้ป้ายชื่อสถานที่ต่าง ๆ มีการนำชื่อบุคคลสำคัญที่มีชื่อเสียงซึ่งสร้างคุณงามความดีในพื้นที่เชียงใหม่ เพื่อเป็นการสร้างความ เป็นมงคลกับชื่อสถานที่ดังกล่าว สำหรับที่มาเกี่ยวกับ “บุคคลสำคัญในท้องถิ่น” ที่ปรากฏจากป้ายชื่อสถานที่ใน จังหวัดเชียงใหม่มีจำนวน 21 ป้ายชื่อ เช่น วัดหมื่นล้าน วัดหมื่นเงินกอง วัดพันอ้น เมื่อพิจารณาจากชื่อสถานที่ พบว่า ที่มาเกี่ยวกับ “บุคคลสำคัญในท้องถิ่น” ส่วนใหญ่ชื่อวัดล้วนมีการตั้งชื่อตามชื่อบุคคลสำคัญในท้องถิ่น กล่าวคือ กลุ่มขุนนางและข้าราชการสมัยก่อนเป็นกลุ่มคนที่มีบทบาทสำคัญควบคู่กับสถาบันพระมหากษัตริย์ อีกทั้ง ชนชั้นสูงโดยเฉพาะกลุ่มขุนนางและข้าราชการโดยเฉพาะในสมัยโบราณมีทั้งอำนาจและทุนทรัพย์ที่จะสร้างสถานที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัด ดังเช่นภาพที่ 4 วัดหมื่นล้าน เป็นการนำคำศัพท์เกี่ยวกับกลุ่มบุคคลสำคัญในท้องถิ่นที่มี บทบาทต่อการทำนุบำรุงกิจการทางศาสนามาตั้งชื่อสถานที่ดังกล่าว เพื่อเป็นการยกย่องให้เกียรติ และประกาศคุณ งามความดีของบุคคลดังกล่าวให้คนรุ่นหลังได้ทราบ

อีกทั้งที่มาเกี่ยวกับ “เจ้าของกิจการ” กำหนดขึ้นเพื่อใช้จำแนกที่มาตามกลุ่มทางความหมายของชื่อสถานที่ ทั้งนี้เจ้าของเป็นผู้มีสิทธิครอบครอง ใช้สอย เก็บผลประโยชน์ และจำหน่ายทรัพย์สิน นอกจากนี้ป้ายชื่อสถานที่ที่มีการ นำชื่อ-สกุลของตนเองมาตั้งชื่อสถานที่ที่มีการนำชื่อเครือญาติทางสายเลือด เช่น ปู่ ยา ตา ยาย พ่อ แม่ มาตั้งชื่อสถานที่ เพื่อเป็นการเคารพและให้เกียรติกับชื่อสถานที่ดังกล่าว นอกจากนี้การนำเสนอชื่อ-สกุลและตำแหน่งของผู้นำเสนอ



เป็นอ้างอิงบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือเป็นบุคคลที่ประสบความสำเร็จในอาชีพหรือบุคคลที่เป็นที่ยอมรับของคนในสังคม เพื่อเป็นการโน้มน้าวใจผู้บริโภค ดังนั้นป้ายชื่อสถานที่ “ที่มาจากเจ้าของกิจการ” มีการนำคำศัพท์เกี่ยวข้องกับเจ้าของกิจการมาตั้งชื่อสถานที่ เพื่อสื่อถึงการเคารพ ให้เกียรติ และเป็นการยอมรับบุคคลที่เป็นที่ยอมรับของคนในสังคม มาตั้งชื่อสถานที่ดังกล่าว สำหรับที่มาจาก “เจ้าของกิจการ” ที่ปรากฏจากป้ายชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวน 1,236 ป้ายชื่อ เช่น ดิเรก-ประภัสสร จักขุคลินิก แพรววุฒิก จรัสธุรกิจ เมื่อพิจารณาจากชื่อสถานที่ พบว่าที่มาจาก “เจ้าของกิจการ” การนำชื่อบุคคลที่สัมพันธ์กับเจ้าของกิจการมาตั้งชื่อสถานที่เป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์ของระบบครอบครัวและเครือญาติในสังคมล้านนาให้มีความสำคัญอย่างยิ่งเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว ดังเช่นภาพที่ 5 ดิเรก-ประภัสสร จักขุคลินิก เป็นการนำคำศัพท์เกี่ยวกับชื่อบุคคลมาตั้งชื่อสถานที่ดังกล่าว เพื่อแสดงถึงการเคารพ ให้เกียรติ ความรัก และผูกพันของคนในครอบครัว



ภาพที่ 3 สำนักงานแขวงกาวิละ



ภาพที่ 4 วัดหมื่นล้าน



ภาพที่ 5 ดิเรก-ประภัสสร จักขุคลินิก

กลุ่มที่ 3 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับความเชื่อและความรู้สึก

ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับความเชื่อและความรู้สึกมีจำนวน 611 ป้ายชื่อ ประกอบด้วยที่มาจาก “ความเชื่อ” และ “บรรยายความรู้สึก” แสดงให้เห็นว่า

ที่มาจาก “ความเชื่อ” กำหนดขึ้นเพื่อใช้จำแนกที่มาตามกลุ่มทางความหมายของชื่อสถานที่ ทั้งนี้สังคมไทยเป็นสังคมที่มีศาสนาและความเชื่อที่หลากหลายมีทั้งศาสนาและความเชื่อดั้งเดิมที่สืบทอดมาตั้งแต่โบราณ ตลอดจนความเชื่อเรื่องต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการใช้ภาษาในการตั้งชื่อสถานที่ สำหรับที่มาจาก “ความเชื่อ” ที่ปรากฏจากป้ายชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวน 415 ป้ายชื่อ เช่น ตั้งเฮงการค้า Rich Garden House เมื่อพิจารณาจากชื่อสถานที่ พบว่า ที่มาจาก “ความเชื่อ” มีการนำคำศัพท์ที่เกี่ยวกับความเชื่อในเรื่องความเจริญและความมั่งคั่งมาตั้งชื่อสถานที่ ดังเช่นภาพที่ 6 Rich Garden House เป็นการนำคำศัพท์ที่เกี่ยวกับความเชื่อเรื่องความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งชื่อสถานที่ดังกล่าว เพื่อเสริมสร้างความเป็นมงคลความสุขแก่เจ้าของสถานที่และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการ

อีกนัยหนึ่งที่มาเกี่ยวกับ “การบรรยายความรู้สึก” กำหนดขึ้นเพื่อใช้จำแนกที่มาตามกลุ่มทางความหมายของชื่อสถานที่ที่มีการนำคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการอธิบายถึงความรู้สึกทางอารมณ์ในบรรยายกาศของกิจการต่าง ๆ รวมถึงบ่งบอกถึงรสชาติอาหารมาตั้งชื่อสถานที่ สำหรับที่มาเกี่ยวกับ “การบรรยายความรู้สึก” ที่ปรากฏจากป้ายชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวน 196 ป้ายชื่อ เช่น ปลื้มใจเกสซุ Good Day หวานละมุน เมื่อพิจารณาจากชื่อสถานที่ พบว่าที่มาเกี่ยวกับ “การบรรยายความรู้สึก” เป็นการบรรยายความรู้สึกมีความสัมพันธ์กับระบบความคิดของมนุษย์ ทั้งนี้ความรู้สึกเป็นสิ่งซับซ้อน หากแสดงออกมาด้วยการตั้งชื่อแล้วก็ต้องทำให้ผู้พบเห็นเข้าใจบรรยากาศในสถานที่ดังกล่าวมากที่สุด เจ้าของสถานที่ที่ไม่มีโอกาสใช้ภาษาท่าทางหรือเสียงสูง-ต่ำช่วยอธิบายได้จึงต้องรู้จักเลือกสรรคำใช้แสดงความรู้สึกนั้นออกมาให้เข้าใจได้เด่นชัดที่สุด ดังเช่นภาพที่ 7 Good Day เป็นการนำคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกมาตั้งชื่อสถานที่ดังกล่าว เพื่อแสดงถึงการบรรยายความรู้สึกเมื่อมาใช้บริการ



ภาพที่ 6 Rich Garden House



ภาพที่ 7 Good Day

กลุ่มที่ 4 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์ลักษณะเด่นในพื้นที่

ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์ลักษณะเด่นในพื้นที่มีจำนวน 149 ป้ายชื่อ ประกอบด้วยที่มาเกี่ยวกับ “พืชพันธุ์” และ “กลุ่มชาติพันธุ์” แสดงให้เห็นว่า

ที่มาเกี่ยวกับ “พืชพันธุ์” กำหนดขึ้นเพื่อใช้จำแนกที่มาตามกลุ่มทางความหมายของชื่อสถานที่ที่ปรากฏจากป้ายชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ป้ายชื่อสถานที่ต่าง ๆ มีการนำชื่อกลุ่มของพืชพันธุ์ที่มีลักษณะทางพฤกษศาสตร์เหมือนหรือคล้ายคลึงกันและมีคุณสมบัติเฉพาะตัวที่แตกต่างจากกลุ่มอื่นในพืชชนิดเดียวกันที่สามารถตรวจสอบได้ อีกทั้งชื่อสถานที่ที่มีการนำชื่อพืชพันธุ์ชนิดต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นมาตั้งชื่อสถานที่ให้มีความไพเราะและสวยงามแก่สถานที่ สำหรับที่มาเกี่ยวกับ “พืชพันธุ์” ที่ปรากฏจากป้ายชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวน 129 ป้ายชื่อ เช่น มะลิรุ้ม ดาหลาริแลกซ์ Fern Forest Cafe เมื่อพิจารณาจากชื่อสถานที่ พบว่า ที่มาเกี่ยวกับ “พืชพันธุ์” มีการนำชื่อพืชพันธุ์ที่มีลักษณะเด่นตามลักษณะภูมิประเทศทางภาคเหนือ รวมถึงชื่อพืชพันธุ์อันเป็นสัญลักษณ์ของภาคเหนือมาตั้งชื่อสถานที่ ทั้งนี้ชื่อพืชพันธุ์แต่ละชนิดมีความสัมพันธ์กับลักษณะภูมิประเทศทางภาคเหนือโดยทั่วไป มีสภาพพื้นที่เป็นภูเขาและป่าไม้ จากลักษณะภูมิประเทศทางเหนือของประเทศไทยมีผลต่อการเจริญเติบโตของพืชพันธุ์ในท้องถิ่น ดังเช่นภาพที่ 8 Fern Forest Café เป็นการนำคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับชื่อพืชพันธุ์ในพื้นที่มาตั้งชื่อสถานที่ดังกล่าว เพื่อสร้างความไพเราะและความสวยงามเป็นที่สะดุดตาแก่ผู้ซื้อหรือใช้บริการ

อีกประการหนึ่งที่มาเกี่ยวกับ “กลุ่มชาติพันธุ์” กำหนดขึ้นเพื่อใช้จำแนกที่มาตามกลุ่มทางความหมายของชื่อสถานที่ที่ปรากฏจากป้ายชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้กลุ่มชาติพันธุ์อันเป็นกลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์ร่วมกันจากการมีประวัติศาสตร์ของกลุ่มร่วมกัน สำหรับที่มาเกี่ยวกับ “กลุ่มชาติพันธุ์” ที่ปรากฏจากป้ายชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวน 20 ป้ายชื่อ เช่น AKHA AMA เด็กดอย cafe DEK-DOI เมื่อพิจารณาจากชื่อสถานที่ พบว่า ที่มาเกี่ยวกับ “กลุ่มชาติพันธุ์” มีการนำชื่อกลุ่มชาติพันธุ์ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ไม่ใช่กลุ่มคนในพื้นที่ อันเป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะ



การใช้ชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อที่สะท้อนอัตลักษณ์อันโดดเด่นในพื้นที่ทางภาคเหนือมาตั้งชื่อสถานที่ เพื่อสร้างความสนใจและสื่อถึงความสำคัญของกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีบทบาทในสถานที่ดังกล่าว ดังเช่นภาพที่ 9 AKHA AMA เป็นการนำคำศัพท์เกี่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์อาข่าที่อาศัยอยู่ในบริเวณภาคเหนือของประเทศไทยได้คิดค้นและสร้างผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาตั้งชื่อสถานที่ เพื่อสร้างความโดดเด่นและความสนใจจากผู้พบเห็น



ภาพที่ 8 Fern Forest Café



ภาพที่ 9 AKHA AMA

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ทางความหมายในการตั้งชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่ แสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ทางความหมายในการตั้งชื่อสถานที่เป็นการจัดกลุ่มทางความหมายด้วยการจำแนกประเภทสิ่งต่าง ๆ ของมนุษย์ไม่ได้เป็นสากลลักษณะ แต่ขึ้นอยู่กับลักษณะสำคัญของระบบปริชาณหรือความคิดของคนในแต่ละวัฒนธรรม สอดคล้องกับแนวคิดการจำแนกประเภทของ Ungerer and Schmid เป็นการศึกษาการจัดกลุ่มของสรรพสิ่งที่จัดออกเป็นกลุ่มตามคุณสมบัติของสรรพสิ่งด้วยการยึดจากคุณสมบัติต้นแบบของกลุ่ม หากสรรพสิ่งใดมีคุณสมบัติร่วมกับสรรพสิ่งที่เป็ต้นแบบของกลุ่ม สรรพสิ่งนั้นก็สามารถจัดให้อยู่ในกลุ่มเดียวกันได้ (Ungerer, F. & Schmid, H. J., 2006) ด้วยเหตุนี้ความสัมพันธ์ทางความหมายในการตั้งชื่อสถานที่เป็นการจัดกลุ่มทางความหมายด้วยการจำแนกประเภทสิ่งต่าง ๆ ตามระบบปริชาณของคนในแต่ละวัฒนธรรม นอกจากนี้พบประเด็นที่สนใจ มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มที่ 1 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับที่ตั้งและกิจกรรม ประกอบด้วยที่มาเกี่ยวกับ “บริเวณที่ตั้ง” และ “การบ่งชี้กิจการ” เป็นการอำนวยความสะดวก สอดคล้องกับนควัฒน์ สาเระ กล่าวว่า การตั้งชื่อสถานที่เป็นการสร้างความสะดวกแก่ลูกค้าดังจะเห็นได้จากการตั้งชื่อสถานที่ตามบริเวณที่ตั้งเป็นการบ่งชี้ทำเลที่ตั้งของสถานที่และบ่งชี้กิจการเพื่อบ่งบอกความชัดเจนในการประกอบธุรกิจต่าง ๆ (นควัฒน์ สาเระ, 2553) กลุ่มที่ 2 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับบุคคล ประกอบด้วยที่มาเกี่ยวกับ “พระนามกษัตริย์” “บุคคลสำคัญในท้องถิ่น” และ “เจ้าของกิจการ” เป็นการตั้งชื่อสถานที่เพื่อการเคารพเทิดทูนแสดงความเป็นสิริมงคล และความรักความผูกพันต่อบุคคลสอดคล้องกับปนิตา จิตมุง์ กล่าวว่า การตั้งชื่อสถานที่ตามพระนามกษัตริย์เป็นการตั้งชื่อสถานที่ตั้งชื่อตามวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเฉลิมพระเกียรติ ความเป็นมงคล และอุทิศแก่เจ้าของสถานที่ (ปนิตา จิตมุง์, 2554) อีกทั้งสอดคล้องกับทวิศิลป์ สืบวัฒนะ กล่าวว่า การตั้งชื่อตามบุคคลสำคัญในท้องถิ่นเป็นการนำชื่อบุคคลสำคัญที่ปฏิบัติดีก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นหรือบ้านเมือง เป็นแบบอย่างในการเสียสละตนและการทำประโยชน์เพื่อส่วนรวมในท้องถิ่น (ทวิศิลป์ สืบวัฒนะ, 2554) นอกจากนี้สอดคล้องกับศรีเลา เกษพรหม กล่าวว่า การตั้งชื่อสถานที่ตามชื่อบุคคลในครอบครัวมีรูปแบบมาจากสังคมล้านนาให้ความสำคัญกับครอบครัวและเครือญาติเป็นระบบความผูกพันและหน้าที่พึงมีต่อกันของสถาบันครอบครัวที่ประกอบด้วย สามภรรยา พ่อแม่ลูก และเครือญาติที่อยู่เป็น ครอบครัวเป็นสิ่งที่เสริมสร้างความรักต่อกันและนำความสุขมาสู่คนในครอบครัว (ศรีเลา เกษพรหม, 2538) กลุ่มที่ 3 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับความเชื่อและความรู้สึก ประกอบด้วยที่มาเกี่ยวกับ “ความเชื่อ” และ “บรรยายความรู้สึก” เป็นการตั้ง

ชื่อสถานที่เพื่อสร้างความเจริญ ความมั่งคั่ง ความสุข สอดคล้องกับประคอง นิมมานเหมินท์ และคณะ กล่าวว่า การนำความเชื่อเป็นรากฐานของสังคมไทย เช่น โชคลาภ ความรุ่งเรือง และความเจริญ ส่งผลให้ความเชื่อดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการประพฤติปฏิบัติของคนไทยและมีอิทธิพลต่อการใช้ภาษา เนื่องจากภาษาเป็นเครื่องมือในการสื่อสารและเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง (ประคอง นิมมานเหมินท์ และคณะ, 2552) อีกทั้งสอดคล้องสมชาย สำเนียงงาม กล่าวว่า การนำความเชื่อในเรื่องความเจริญและความมั่งคั่งมาตั้งชื่อสถานที่ ประการหนึ่งอันพึงปรารถนาของคนไทย ผู้ที่มั่งคั่งร่ำรวยมีทรัพย์สินเงินทองธนสารสมบัติจะเป็นผู้ที่ดำเนินชีวิตอย่างสุขสบายมีอำนาจและเป็นที่เคารพนับถือรักใคร่ของบุคคลทั่วไป (สมชาย สำเนียงงาม, 2545) และกลุ่มที่ 4 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์ลักษณะเด่นในพื้นที่ ประกอบด้วยที่มาจากเกี่ยวกับ “พืชพันธุ์” และ “กลุ่มชาติพันธุ์” เป็นการตั้งชื่อสถานที่เป็นการนำลักษณะที่โดดเด่นในพื้นที่มาสร้างความสนใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของปณิตา จิตมุง กล่าวว่า การตั้งชื่อสถานที่มีความหมายเกี่ยวกับพืชพันธุ์ สะท้อนถึงลักษณะภูมิประเทศที่มีความหลากหลายของพืชพันธุ์และกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีความโดดเด่นมาตั้งชื่อสถานที่ตามความนิยมของคนในพื้นที่ (ปณิตา จิตมุง, 2554)

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ทางความหมายในการตั้งชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่ด้วยเก็บข้อมูลจากป้ายชื่อสถานที่จำนวน 3,431 ป้ายชื่อ พร้อมทั้งประยุกต์ใช้แนวคิดการจำแนกประเภทตามความหมายมาวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวสามารถจำแนกกลุ่มตามความสัมพันธ์ทางความหมายออกเป็น 4 กลุ่ม มีรายละเอียดดังนี้ กลุ่มที่ 1 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับที่ตั้งและกิจกรรม มีจำนวน 1,392 ป้ายชื่อ ประกอบด้วย ที่มาจากเกี่ยวกับ “บริเวณที่ตั้ง” มีจำนวน 456 ป้ายชื่อ และ ที่มาจากเกี่ยวกับ “การแบ่งซีกกิจการ” มีจำนวน 936 ป้ายชื่อ ทั้งนี้ ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับที่ตั้งและกิจกรรม แสดงให้เห็นว่า การตั้งชื่อสถานที่เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ซื้อหรือรับบริการได้ตรงตามสถานที่และวัตถุประสงค์ในการซื้อหรือรับบริการ กลุ่มที่ 2 กลุ่มป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับบุคคล มีจำนวน 1,279 ป้ายชื่อ ประกอบด้วย ที่มาจากเกี่ยวกับ “พระนามกษัตริย์” มีจำนวน 22 ป้ายชื่อ ที่มาจากเกี่ยวกับ “บุคคลสำคัญในท้องถิ่น” มีจำนวน 21 ป้ายชื่อ และที่มาจากเกี่ยวกับ “เจ้าของกิจการ” มีจำนวน 1,236 ป้ายชื่อ อีกทั้งป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับบุคคล แสดงให้เห็นว่า การตั้งชื่อสถานที่เป็นการเคารพเทิดทูนให้เกียรติ เป็นสิริมงคล และเป็นการแสดงความรักความผูกพันต่อสถานที่ กลุ่มที่ 3 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับความเชื่อและความรู้สึก มีจำนวน 611 ป้ายชื่อ ประกอบด้วย ที่มาจากเกี่ยวกับ “ความเชื่อ” มีจำนวน 415 ป้ายชื่อ และ ที่มาจากเกี่ยวกับ “บรรยายความรู้สึก” มีจำนวน 196 ป้ายชื่อ ทั้งนี้ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับความเชื่อและความรู้สึก แสดงให้เห็นว่า การตั้งชื่อสถานที่เป็นการสร้างความเจริญ ความมั่งคั่ง ความสุขแก่เจ้าของสถานที่และผู้ซื้อหรือรับบริการ กลุ่มที่ 4 ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับลักษณะเด่นในพื้นที่ มีจำนวน 149 ป้ายชื่อ ประกอบด้วย ที่มาจากเกี่ยวกับ “พืชพันธุ์” มีจำนวน 129 ป้ายชื่อ และที่มาจากเกี่ยวกับ “กลุ่มชาติพันธุ์” มีจำนวน 20 ป้ายชื่อ ทั้งนี้ ป้ายชื่อสถานที่สัมพันธ์กับลักษณะเด่นในพื้นที่ แสดงให้เห็นว่า การตั้งชื่อสถานที่เป็นการนำลักษณะที่โดดเด่นในพื้นที่มาสร้างความสนใจ ความไพเราะ และความสวยงามเป็นที่สะดุดตาให้แก่ผู้ซื้อหรือรับบริการ สำหรับข้อเสนอแนะนั้น ผู้วิจัยพบประเด็นน่าสนใจที่สามารถนำไปศึกษาค้นคว้าต่อไป กล่าวคือ ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ทางความหมายในการตั้งชื่อสถานที่ในพื้นที่ในเขตเมืองต่าง ๆ อันเป็นแหล่งเศรษฐกิจของประเทศไทย เช่น เขตเมืองอุดรธานี เขตเมืองหาดใหญ่ เขตเมืองพัทยา หรือศึกษาเชิงเปรียบเทียบว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปจัดทำข้อมูลเชิงสถิติเปรียบเทียบแนวโน้มการตั้งชื่อสถานที่ในเขตเมืองต่าง ๆ ว่า มีความสัมพันธ์เชิงบริบทสังคมและวัฒนธรรมในพื้นที่หรือไม่



เอกสารอ้างอิง

- ทวีศิลป์ สืบวัฒนะ. (2554). แนวคิดและแนวทางการศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่น. กรุงเทพมหานคร: อินทนิล.
- นควัฒน์ สาเร. (2553). การตั้งชื่อร้านค้าในจังหวัดปัตตานี: ความสัมพันธ์ระหว่างชื่อร้านค้ากับวิถีชีวิตในชุมชน. ใน วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปณิตา จิตมุง. (2554). การตั้งชื่อถนนในกรุงเทพมหานคร. ใน วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประคอง นิมมานเหมินท์ และคณะ. (2552). บรรทัดฐานภาษาไทย เล่ม 4 : วัฒนธรรมการใช้ภาษาไทย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- ศรีเลา เกษพรหม. (2538). ประเพณีวิถีคนเมือง. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมชาย สำเนียงงาม. (2545). ลักษณะภาษาที่แสดงการเปลี่ยนแปลงของความเชื่อเกี่ยวกับสิริมงคลและกาลกิณีในชื่อของคนไทย. ใน ดุษฎีนิพนธ์อักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่. (2560). บรรยายสรุปข้อมูลจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: กลุ่มยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด.
- Thornton, T. F. (1997). Anthropological Studies of Native American Place Meaning. *American Indian Quarterly*, 21(2), 209-220.
- Ungerer, F. & Schmid, H. J. (2006). *An Introduction to Cognitive Linguistics*. London: Routledge.