

# อุปลักษณความสุขในบล็อกไทย

## CONCEPTUAL METAPHOR OF HAPPINESS IN THAI BLOGS

รัชัญญา กลิ่นน้ำหอม / RATCHANEeya KLINNAMHOM

ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
DEPARTMENT OF THAI AND ORIENTAL LANGUAGES, FACULTY OF HUMANITIES,  
SRINAKHARINWIROT UNIVERSITY

### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้ศึกษาถ้อยคำอุปลักษณความสุขของผู้ใช้ภาษาไทยในเว็บบล็อกโดยมุ่งตอบคำถามว่าถ้อยคำอุปลักษณที่ใช้สะท้อนมโนทัศน์เกี่ยวกับความสุขอย่างไร ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษารวบรวมจากบทความในเว็บบล็อกสามแห่งได้แก่ บล็อกแก๊งค์ (bloggang) เอ็กซ์ทีนบล็อก (exteenblog) และโอเคเนชั่นบล็อก (oknationblog) ในระหว่าง เดือนมกราคม 2550 ถึง ธันวาคม 2553 ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้ภาษาใช้ถ้อยคำอุปลักษณความสุขสะท้อนมโนทัศน์ต่อความสุขว่าความสุขคือสิ่งจำเป็นที่ทุกคนปรารถนาและครอบครอง และความสุขคือสิ่งที่มีสภาวะไม่คงทนและไม่แน่นอน มโนทัศน์ทั้งสองลักษณะนี้มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตในสังคัมและหลักคำสอนในพระพุทธศาสนา

**คำสำคัญ :** อุปลักษณความสุข บล็อกไทย

### Abstract

This article aims to examine metaphorical expressions used by people who access Thai blog websites. The research question is "What is the happiness concept reflected in metaphorical expressions?" The data used in this study were derived from the happiness articles in the three Thai Blogs, 'Bloggang', 'Exteenblog' and 'Oknationblog' during 2008-2010. The study result reveals that Thai Blog users tend to convey 'metaphorical expressions' that is reflected in the two main concepts of happiness, those are "Happiness is the desirable things that everyone need" and "Happiness is not sustainable things. These concepts has related with their lifestyle and the doctrine of Buddhist teaching.

**Keywords :** happiness metaphor, Thai blog

### บทนำ

ความสุขเป็นสภาวะทางกายและใจที่มนุษย์ทุกคนปรารถนา แสวงหาและพยายามทุกวิถีทางที่จะสร้างหรือเพิ่มพูนให้ได้มากยิ่งขึ้น แต่หากให้ทุกคนนิยามความสุขจะพบว่าความสุขเป็นนามธรรมที่อธิบายและให้นิยามได้ยาก หลายคนจึงกล่าวถึงความสุขในลักษณะต่างๆ กัน เช่น ความสุขคือการให้ ความสุขคือความสบายใจ ความสุขคือความพอใจ ความสุขคือความมั่งคั่ง ฯลฯ การอธิบายความหมายและลักษณะของ "ความสุข" ให้ชัดเจนจึงมีความซับซ้อน และแตกต่างหลากหลายซึ่งอาจมีปัจจัยมาจากความคิดที่แตกต่างกันของคนต่างวัฒนธรรมและสังคม

นักภาษาศาสตร์ปริชานมีความเชื่อพื้นฐานว่าภาษาเป็นส่วนหนึ่งของระบบวิคิด กล่าวคือ เรามีวิคิดหรือมุมมองต่อสิ่งต่างๆ เช่นไรเราก็จะมีพฤติกรรม การแสดงออก รวมถึงการใช้ภาษาที่สอดคล้องกับระบบวิคิดเหล่านั้นด้วย เช่น หากเราคิดและมีทัศนคติว่าเวลาเป็นสิ่งที่สำคัญและมีอยู่อย่างจำกัด เราก็จะใช้เวลาทุกๆ นาทีอย่างคุ้มค่าและไม่ปล่อยให้เวลาให้ล่วงไปโดยไม่เกิดประโยชน์ ทำงานต่างๆ อย่างรวดเร็วและเราก็มักจะใช้ภาษาหรือพูดถึงเวลาที่สะท้อนมุมมองว่าเวลาเป็นสิ่งที่มีความเป็นต้น เลคอฟและจอห์นสัน (Lakoff & Johnson) [1] เป็นผู้ที่ศึกษาระบบวิคิดและมุมมอง ที่ผู้ใช้ภาษามีต่อสิ่งต่างๆ ในโลกตามแนวทางของภาษาศาสตร์ปริชานโดยวิเคราะห์จากการใช้ "อุปลักษณ" (metaphor) ซึ่งเป็นลักษณะการใช้ภาษาแบบเปรียบเทียบ โดยกล่าวว่าอุปลักษณซึ่งเป็นถ้อยคำเปรียบเทียบที่ผู้ใช้ภาษาใช้ในการสื่อสารในชีวิตประจำวันหรือเรียกอีกอย่างได้ว่า "ถ้อยคำอุปลักษณ" (metaphorical expressions) นั้นเป็นสิ่งที่ได้มาจากระบบวิคิดหรือมโนทัศน์ที่ผู้ใช้ภาษาได้รับมาจากการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ วัฒนธรรมและสังคัมของผู้ใช้ภาษานั้นๆ เลคอฟและจอห์นสันเรียกอุปลักษณในระดับมโนทัศน์ว่า "มโนอุปลักษณ" (conceptual metaphor) กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ถ้อยคำอุปลักษณเป็นผลผลิตที่ได้จากมโนอุปลักษณในระบบวิคิด ดังนั้นหากเราต้องการเข้าใจมโนทัศน์ที่ผู้ใช้ภาษามีต่อสิ่งต่างๆ ในโลกนี้ เราสามารถศึกษาได้จากการใช้ถ้อยคำอุปลักษณที่ผู้ใช้ภาษาใช้ในการสื่อสารต่างๆ ไปได้

แนวคิดการศึกษาอุปถัมภ์ตามแนวภาษาศาสตร์ปริชานของเลอเฟและจอห์นสันได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางและได้มีผู้สนใจนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาอุปถัมภ์เพิ่มมากขึ้น ที่ผ่านมามีงานวิจัยที่นำแนวคิดนี้มาใช้ในการศึกษามุมมองของผู้ใช้ภาษาที่มีต่อ “ความสุข” ในกลุ่มผู้ใช้ภาษาต่างๆ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาอารบิก และภาษาจีน ผลจากการศึกษาทำให้ทราบว่าผู้พูดภาษาต่างๆ มีมุมมองหรือระบบวิธีคิดต่อความสุขที่เหมือน และต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของการใช้อุปถัมภ์และวัฒนธรรม กล่าวคือ การใช้อุปถัมภ์เป็นสิ่งที่ได้มาจากระบบวิธีคิดของผู้ใช้ภาษาซึ่งมาจากประสบการณ์พื้นฐานของมนุษย์และสังคมวัฒนธรรมของผู้ใช้ภาษาหนึ่งๆ น่าสนใจว่าแนวคิดดังกล่าวนี้หากนำมาวิเคราะห์การใช้ถ้อยคำอุปถัมภ์ของผู้ใช้ภาษาไทยจะทำให้ทราบวิธีคิดหรือมุมมองที่มีต่อความสุขซึ่งเป็นเรื่องนามธรรมและซับซ้อนอย่างไร

ในภาษาไทยเราสามารถพบข้อความหรือถ้อยคำที่ใช้สื่อสารในชีวิตประจำวันของผู้ใช้ภาษาที่กล่าวถึงความสุขในลักษณะต่างๆ เช่น “ถ้าเราคิดดีๆ เราจะพบว่ามีความสุขเล็กๆ แอบซ่อนอยู่” “วันที่ความสุขเบ่งบาน” “เติมเต็มความสุข” “เส้นทางแห่งความสุข” และ “4ปี ความสุขที่หายไป 4ปี มาร่วมสร้างความสุขกันใหม่เพื่อไทยทุกคน” เป็นต้น จากตัวอย่างจะเห็นว่าผู้ใช้ภาษาไทยกล่าวถึงความสุขโดยการใช้ถ้อยคำอุปถัมภ์เปรียบเทียบกับความสุขกับสิ่งต่างๆ ที่หลากหลาย กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ผู้พูดภาษาไทยกล่าวถึงความสุขด้วยการเปรียบความสุขกับวัตถุที่มีขนาดหรือปริมาณ ความสุขเป็นดอกไม้ที่เบ่งบาน เป็นพื้นที่หรือบริเวณ เป็นเส้นทางหรือจุดหมายของการเดินทางและเป็น สิ่งที่สร้างขึ้นได้ตามลำดับ การเปรียบเทียบดังกล่าวนำไปสู่การสะท้อนความคิดและมุมมองที่ผู้ใช้ภาษาไทยมีต่อความสุขได้

ปัจจุบันนับว่าโลกมีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างมาก การเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนระหว่างคนต่างภาษาต่างวัฒนธรรมและสังคมส่งผลให้วิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนในโลกเปลี่ยนแปลงไปด้วย มีผู้กล่าวว่าความเจริญก้าวหน้าของโลกสมัยใหม่อาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ระดับความสุขของคนเราลดน้อยลง โดยเฉพาะในสังคมไทย น.พ.บุญสิน ตั้งตระกูลวนิช [2] กล่าวว่า “คนไทยทุกวันนี้ส่วนใหญ่เป็นโรคขาดแคลนความสุข ไม่ว่าจะไปแห่งหนตำบลใดก็จะพบแต่ผู้คนที่มีสีหน้าแววตาเคร่งเครียด ไม่ยิ้มไม่เป็นสยามเมืองยิ้มเหมือนในอดีต ความสุขของคนไทยหายไปไหน และหายไปตั้งแต่เมื่อไหร่ ทำไมคนไทยในปัจจุบันจึงทุกข์ง่าย สุขยากและอนาคตจะเกิดอะไรขึ้นถ้าสังคมไทยเป็นสังคมอมทุกข์ ความสุขของคนไทยเปลี่ยนไปอย่างไร”

จากคำกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจว่าคนไทยในยุคสมัยใหม่มีทัศนคติหรือมุมมองเกี่ยวกับความสุขอย่างไร บทความวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาอุปถัมภ์ความสุขของผู้ใช้ภาษาไทยตามแนวทางภาษาศาสตร์ปริชานโดยจะรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลอุปถัมภ์ความสุขจากเว็บล็อก (Weblog) ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมบทความประเภทต่างๆ ของคนยุคใหม่ที่สามารถเข้าถึงและก้าวตามทันการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าผู้ใช้ภาษาไทยใช้ถ้อยคำอุปถัมภ์ความสุขใดและอุปถัมภ์เหล่านั้นสะท้อนมุมมองของคนไทยที่มีต่อความสุขเช่นไร

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถ้อยคำอุปถัมภ์ความสุขจากการใช้ภาษาในเว็บล็อกไทย
2. เพื่อศึกษามโนอุปถัมภ์ความสุขที่สะท้อนจากถ้อยคำอุปถัมภ์ความสุขของคนไทยในเว็บล็อกไทย

## ขอบเขตของข้อมูล

งานวิจัยนี้จะรวบรวมข้อมูลถ้อยคำอุปถัมภ์จากเว็บล็อก 3 แห่ง ได้แก่ เอ็กซ์ทีนบล็อก (exteenblog) บล็อกแก๊งค์ (bloggang) และโอเคเนชั่นบล็อก (oknationblog) ซึ่งเป็นเว็บล็อกของคนไทยที่มีสมาชิกทุกระดับอายุจำนวนมาก ทรูฮิต (Truehits) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่จัดอันดับความนิยมของเว็บต่างๆ ในประเทศไทย ได้แสดงผลการจัดลำดับให้เป็นเว็บล็อกทั้งสามชื่อดังกล่าวเป็นเว็บยอดนิยมของคนไทย

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากข้อความในบล็อกในระหว่างเดือนมกราคม 2550 ถึง ธันวาคม 2553 ที่กล่าวถึงความสุขโดยจำแนกถ้อยคำอุปถัมภ์ความสุขจากข้อความทั่วไปตามนิยามอุปถัมภ์ กล่าวคือ อุปถัมภ์ หมายถึงข้อความหรือถ้อยคำที่แสดงการเปรียบเทียบสิ่งหนึ่งกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อยู่ต่างวงความหมายกันในการเปรียบเทียบอาจจะปรากฏหรือไม่ปรากฏคำเชื่อมแสดงการเปรียบเทียบก็ได้ เช่น

- (1) คนเราเกิดมาเหมือนกันแต่**ปริมาณความสุข**ก็ไม่เท่ากัน
- (2) ความสุข คือ **ทรัพย์สิน เงินทอง เกียรติยศ**

ตัวอย่าง (1) ถ้อยคำอุปถัมภ์ความสุขที่เปรียบเทียบกับความสุขกับสสารที่มีปริมาณซึ่งไม่ปรากฏคำเชื่อม เช่น เป็น เหมือน หรือ คือ ถ้อยคำอุปถัมภ์ดังกล่าวนี้มีสสารที่มีปริมาณสามารถวัดหรือตวงได้เป็นแบบเปรียบเทียบ (source domain) และความสุขเป็นสิ่งที่ถูกเปรียบเทียบ (target domain)

ตัวอย่าง (2) ถ้อยคำอุปถัมภ์ความสุขที่ปรากฏคำเชื่อม “คือ” ที่แสดงการเปรียบเทียบ ความสุข กับ ทรัพย์สิน เงินทอง เกียรติยศ โดย ทรัพย์สิน เงินทอง เกียรติยศ เป็น แบบเปรียบเทียบ (source domain) และ ความสุขเป็นสิ่งที่ถูกเปรียบเทียบ (source domain)

## แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาอุปถัมภ์

ผู้ศึกษาอุปถัมภ์ส่วนหนึ่งอาจมีความเข้าใจว่าอุปถัมภ์เป็นโวหารภาพพจน์ (Figure of speech) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาที่เกี่ยวกับความงามทางภาษาหรือวรรณศิลป์ในงานประพันธ์ ที่ผ่านมามีการศึกษาอุปถัมภ์ จึงมุ่งเน้นวิเคราะห์อุปถัมภ์ในเชิงที่เป็นศิลปะของการประพันธ์หรือมุ่งวิเคราะห์ความสามารถเฉพาะตัวของนักประพันธ์หรือกวี ปัจจุบันได้มีผู้สนใจศึกษาอุปถัมภ์ในมุมมองที่ต่างไป กล่าวคือมีผู้สนใจศึกษาอุปถัมภ์ในมุมมองด้านภาษาศาสตร์ ปริชาน (cognitive linguistics) มากขึ้น

เลคอฟและจอห์นสัน (Lakoff & Johnson) เป็นผู้ที่ได้เสนอ มุมมองเกี่ยวกับการศึกษาอุปมาอุปไมยตามแนวภาษาศาสตร์ปริชาน โดยกล่าวว่าอุปมาอุปไมยไม่ได้เป็นเพียงศิลปะในการประพันธ์หรือเป็น ความสามารถเฉพาะของนักประพันธ์เท่านั้น หากแต่อุปมาอุปไมย มีอยู่ทั่วไปในการใช้ภาษาในชีวิตประจำวัน และเป็นความสามารถ ที่คนธรรมดาทั่วไปมี เนื่องจากพื้นฐานระบบความคิดของเรามี ลักษณะเป็นอุปมาอุปไมย ดังนั้นอุปมาอุปไมยจึงไม่ได้เป็นเพียงถ้อยคำหรือ รูปภาษา หากแต่ความคิดของเราเป็นการเปรียบเทียบอุปมาอุปไมยด้วย “Metaphor is pervasive in everyday life, not just in language but in thought and action. Our ordinary conceptual system, in term of which we both think and act, is fundamentally metaphorical in nature.” (Lakoff & Johnson) [1]

ถ้อยคำอุปมาอุปไมยที่เราใช้สื่อสารกันในชีวิตประจำวัน จึงเป็นผลผลิตที่ได้มาจากมโนทัศน์ของเรา การใช้อุปมาอุปไมยทำให้ เราเข้าใจและเรียนรู้สิ่งที่เป็นนามธรรม สิ่งไกลตัว หรือสิ่งที่เราไม่ ค้นเคยหรือไม่มีประสบการณ์มาก่อนได้ชัดเจนขึ้นโดยนำสิ่งที่ เป็นรูปธรรมมาเปรียบกับสิ่งที่ เป็นนามธรรม นำสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวมาเปรียบ กับสิ่งที่อยู่ไกลตัวและนำสิ่งที่เราค้นเคยหรือมีประสบการณ์มากกว่า มาเปรียบกับสิ่งที่เราไม่ค้นเคยหรือไม่มีประสบการณ์มาก่อน ทั้งนี้ มโนทัศน์เป็นสิ่งที่กำหนดการใช้ถ้อยคำอุปมาอุปไมยที่เราใช้สื่อสาร ในชีวิตประจำวัน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เรามีมโนทัศน์เช่นไร เราก็จะ ใช้ถ้อยคำอุปมาอุปไมยที่สะท้อนมโนทัศน์เช่นนั้น

เลคอฟและจอห์นสันจำแนกอุปมาอุปไมยเป็น 2 ระดับ คือ

(1) อุปมาอุปไมยในระดับถ้อยคำเรียกว่าถ้อยคำอุปมาอุปไมย (metaphorical expressions) หมายถึง ถ้อยคำที่เป็นการเปรียบเทียบซึ่งผู้ใช้ภาษาใช้สื่อสารกันทั่วไปในชีวิตประจำวัน

(2) อุปมาอุปไมยในระดับมโนทัศน์เรียกว่ามโนอุปมาอุปไมย (conceptual metaphor) หมายถึง ความคิดซึ่งมีลักษณะเป็นความ เปรียบที่อยู่ในระบบการรับรู้หรือระบบปริชานของผู้ใช้ภาษา

อุปมาอุปไมยทั้งสองระดับมีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ โดยพื้นฐานมนุษย์มีระบบวิถีคิดที่เป็นแบบอุปมาอุปไมย เมื่อเรามี ระบบวิถีคิดเช่นนี้ การคิด การมองโลกและการแสดงออกในชีวิต ประจำวันของเราซึ่งรวมถึงการใช้ภาษาใน การสื่อสารด้วยนั้นจึงมี ลักษณะเป็นการเปรียบเทียบแบบอุปมาอุปไมยด้วย ดังนั้นถ้อยคำอุปมาอุปไมย ที่เราใช้สื่อสารในชีวิตประจำวัน จึงนับเป็นหลักฐานสำคัญที่สามารถ สะท้อนระบบวิถีคิดหรือมโนทัศน์ของผู้ใช้ภาษา ตัวอย่างเช่น ผู้ใช้ภาษาอังกฤษมี มโนทัศน์ที่สะท้อนจากถ้อยคำอุปมาอุปไมยว่า ARGUMENT IS WAR ดังปรากฏในคำกริยาที่ใช้ภาษาอังกฤษ เลือกใช้ เมื่อกล่าวถึงการโต้แย้ง (Argument) ดังนี้

- Your claims are indefensible.
- He attacked every weak point in my argument.
- His criticisms were right on target.
- I demolished his argument.
- I've never won an argument with him.
- You disagree? Okey, shoot!
- If you use that strategy, he'll wipe you out.
- He shot down all of my arguments.

(Lakoff & Johnson) [1]

ตัวอย่างข้างต้น (a.) - (h.) เป็นถ้อยคำอุปมาอุปไมย (metaphorical expressions) ที่สะท้อนให้เห็นมโนอุปมาอุปไมย (conceptual metaphor) ว่า [ARGUMENT IS WAR] การนำคำศัพท์ indefensible, attacked every weak point, right on target, demolished, won, shoot, strategy, wipe out และ shot down ซึ่งเดิมอยู่ในวงความหมายของ WAR มาใช้ในการกล่าวถึง ARGUMENT นั้นแสดงให้เห็นว่า WAR มีลักษณะหรือคุณสมบัติ บางประการที่สอดคล้องกับ ARGUMENT ในมุมมองของผู้พูด ภาษาอังกฤษ

ที่ผ่านมาได้มีผู้ศึกษาอุปมาอุปไมยความสุขในภาษาต่างๆ โดยใช้แนวคิดภาษาศาสตร์ปริชานอย่างกว้างขวางและได้นำเสนอ ผลการวิจัยที่น่าสนใจแต่ในภาษาไทยยังไม่มีผู้ศึกษามากนัก โคเวต เซส (Kovecses) [3] กล่าวว่า ความสุขเป็นอารมณ์ของมนุษย์ที่มีความ เป็นรูปธรรม เมื่อกกล่าวถึงความสุขจึงสามารถใช้อุปมาอุปไมยที่ สะท้อนมโนทัศน์และความเข้าใจความสุขได้หลายมิติแตกต่างกัน ไปตามแบบเปรียบเทียบ(source domain) ที่ต่างกัน เช่น “HAPPY IS UP” สะท้อนมุมมองว่าเป็นสิ่งที่ดียิ่งมีความสุขมาก ความสุขก็ยิ่งเพิ่มขึ้น และ “HAPPINESS IS LIGHT” สะท้อนมุมมองว่าความสุขเป็น พลังงานและความมีชีวิต เป็นต้น ในงานวิจัยของนิง ยู (Ning Yu) [4] เรื่อง “Metaphorical Expressions of Anger and Happiness in English and Chinese” พบว่าแม้ทั้งภาษาอังกฤษและภาษาจีน สะท้อนมโนอุปมาอุปไมยความสุขผ่านแบบเปรียบเทียบ “UP” “LIGHT” และ “CONTAINER” เช่นเดียวกัน แต่มีลักษณะของแบบเปรียบเทียบที่ต่าง กันเนื่องจากมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่ต่างกัน กล่าวคือ ภาษาจีน จะเน้นการเปรียบกับอวัยวะภายในร่างกายมากกว่าภาษาอังกฤษ เนื่องจากความเชื่อเรื่องหยิน-หยางและการแพทย์แผนจีน

อัล-อเบด อัล-ฮัค และ อาห์เมต เอล-ชาร์ฟ (Al-Abed Al-Haq & Ahmad El-Sharif) [5] ได้ศึกษาอุปมาอุปไมยเรื่อง “A Comparative Study for the Metaphors use in Happiness and Anger in English and Arabic” ผลจากการศึกษาพบว่าทั้งภาษา อารบิกและภาษาอังกฤษมีการใช้อุปมาอุปไมยในระดับพื้นฐานร่วมกัน แต่มีการใช้อุปมาอุปไมยย่อย ที่แตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะ ของทั้งสองภาษา เช่น อากาศ องค์ประกอบทางธรรมชาติ และการดำเนินชีวิต

ในทำนองเดียวกัน เพ่ยเหลย เฉิน (Peilei Chen) [6] ได้ศึกษาอุปมาอุปไมยความสุขเรื่อง “A Cognitive Study of “Happiness” Metaphors in English and Chinese Idioms” โดยมุ่งเน้นการใช้ อุปมาอุปไมยความสุขในสำนวนโดยเปรียบเทียบระหว่างภาษาจีน และภาษาอังกฤษ ผลจากการศึกษาพบว่าอุปมาอุปไมยความสุข ในสำนวนภาษาจีนและสำนวนภาษาอังกฤษมีมโนทัศน์ความสุข ที่คล้ายกันได้แก่ “HAPPY IS UP” “HAPPINESS IS FLUID IN A CONTAINER” และ “HAPPINESS IS THE PHYSIOLOGY REACTION OF HAPPINESS” นอกจากนี้ยังพบว่าในภาษา ภาษาอังกฤษมีมโนทัศน์ความสุข “BEING HAPPY IS BEING OFF THE GROUND” ซึ่งไม่ปรากฏในภาษาจีน ในขณะที่พบว่าในภาษาจีน มีมโนอุปมาอุปไมยความสุข “HAPPINESS IS REACTIONS IN EYES AND BROWS” แต่ในภาษาอังกฤษพบมโนอุปมาอุปไมย “HAPPINESS IS REACTIONS IN EYES” เท่านั้น สำหรับ

มโนอุปลักษณ์ที่พบเฉพาะในภาษาจีนคือ "HAPPINESS IS THE FLOWER IN ONE'S HEART" ความเหมือนของมโนอุปลักษณ์เกิดจากการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่และร่างกายซึ่งเป็นมโนทัศน์พื้นฐานของมนุษยชาติ ในขณะที่ความแตกต่างของมโนทัศน์เกิดจากความแตกต่างของวัฒนธรรม

จากงานวิจัยอุปลักษณ์ความสุขดังกล่าวข้างต้น อาจกล่าวได้ว่ามโนทัศน์ความสุขที่พบจะมีความแตกต่างกันตามแต่วัฒนธรรมซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นวิธีคิด ระเบียบแบบแผนหรือวิถีปฏิบัติของวัฒนธรรมนั้นๆได้

## ผลการศึกษา

ในการรายงานผลการศึกษาผู้วิจัยจะเสนอผลการวิเคราะห์เป็นสองส่วนได้แก่ถ้อยคำอุปลักษณ์ความสุขและมโนทัศน์ที่สะท้อนจากแบบเปรียบเทียบ ส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์มุมมองที่ผู้ใช้ภาษาไทยมีต่อความสุข ตามลำดับ

### 1. ถ้อยคำอุปลักษณ์กับมโนอุปลักษณ์ความสุข

จากการศึกษาพบถ้อยคำอุปลักษณ์ รวม 210 ถ้อยคำอุปลักษณ์ ซึ่งเปรียบเทียบความสุขกับสิ่งต่างๆ และสะท้อนเป็นมโนทัศน์ได้ 7 ชุดมโนทัศน์ เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ [ความสุข คือ วัตถุสิ่งของที่มีมูลค่า] [ความสุข คือ สิ่งที่ต้องค้นหา] [ความสุข คือ สสารที่มีปริมาณ] [ความสุข คือ วัตถุสร้างได้] [ความสุข คือ สิ่งมีชีวิต] [ความสุข คือ อาหาร] และ [ความสุข คือ ธุรกิจ] ตามลำดับ

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้ [ ] เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงสิ่งที่เป็นความคิดหรือมโนทัศน์ที่ผู้ใช้ภาษามีในระบบวิธีคิดซึ่งได้มาจากการประสบการณ์และการเรียนรู้จากวัฒนธรรมในสังคมที่ผู้ใช้ภาษาร่วมเป็นสมาชิกอยู่ด้วย ดังนั้นถ้อยคำ อุปลักษณ์ที่อยู่ในเครื่องหมายดังกล่าวจึงไม่ได้แสดงความหมายเฉพาะของรูปภาษา

#### 1.1 [ความสุข คือ วัตถุสิ่งของที่มีมูลค่า]

จากการวิเคราะห์พบถ้อยคำอุปลักษณ์ที่เปรียบเทียบความสุขกับทรัพย์สินซึ่งเป็นวัตถุสิ่งของที่มีมูลค่า จำนวน 56 ถ้อยคำ ถ้อยคำอุปลักษณ์ดังกล่าวเปรียบเทียบความสุขกับวัตถุสิ่งของที่มีคุณค่าและเงินซึ่งสะท้อนให้เห็นมุมมองต่อความสุขว่าเป็นสิ่งมีราคาที่ใช้ภาษาปรารถนาครอบครอง มีความสำคัญและจำเป็นต่อชีวิต

##### ตัวอย่าง

*ความสุขนั้นมีค่า*

*ใครนะที่ขโมยความสุขของเราไป*

*ทุกคนมีกล่องความสุขที่บรรจุสิ่งล้ำค่าที่เรียกว่าความสุข*

*ขอความสุขที่หายไปจงกลับคืนมา*

*ขอแค่ให้ความสุขในบัญชีเติมพูน ไม่อยากได้อะไรมากมาย...*

*ขอรวยมีความสุข*

*ธนาคารความสุข*

*ความสุข 20 จ่ายค่าความสุขที่เรามอบให้มัน*

*เป็นการซื้อความสุขให้ตัวเองเป็นรางวัลชีวิต*

ในตัวอย่างมีการใช้คำ *มีค่า ขโมย หาย สิ่งล้ำค่า บัญชี รวย ธนาคาร จ่าย ค่า และ ซื้อ* แสดงให้เห็นการเปรียบเทียบความสุขกับสิ่งที่มีมูลค่าและราคา ผู้ใช้ภาษาไทยมองความสุขผ่านทรัพย์สินและเงินทองซึ่งทุกคนปรารถนาและอยากได้ไว้ครอบครอง

#### 1.2 [ความสุข คือ สิ่งที่ต้องค้นหา]

ผู้ใช้ภาษาไทยกล่าวถึงความสุขโดยการเปรียบเทียบอุปลักษณ์ซึ่งมองความสุขเป็นเหมือนสิ่งที่ต้องค้นหา เป็นสิ่งที่ทุกคนเชื่อว่าเมื่ออยู่จริงหากแต่ไม่ปรากฏแหล่งที่อยู่ชัดเจน ดังนั้นทุกคนจึงต้องค้นหาเพื่อที่จะได้พบและได้ครอบครอง ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่สะท้อนมุมมองเกี่ยวกับความสุขคือสิ่งที่ต้องค้นหาทั้งสิ้น 56 ถ้อยคำ

##### ตัวอย่าง

*ความสุขที่เฝ้าติดตามหาอยู่ที่ใจเราเอง*

*ความสุขอยู่ไหน... เราต้องออกไปหาความสุข*

*คุณพบความสุขในใจเสมอถ้าเป็นผู้ให้แก่ผู้อื่นโดยไม่หวังสิ่งตอบแทน*

*คุณสามารถหาความสุขให้ตัวเองได้ตั้งแต่เดี๋ยวนี้*

*ความสุขที่ค้นพบท่ามกลางอากาศที่หนาวเหน็บ*

*ในกรุงเบอร์ลินและร้อนอบอ้าวในกรุงปารีส*

*อยากมีความสุขใหม่ ออกไปไล่ล่ามันซิ*

ในตัวอย่างมีถ้อยคำอุปลักษณ์ความสุขที่เปรียบเทียบความสุขกับสิ่งที่ต้องค้นหา ซึ่งแสดงได้จากการใช้คำ *เฝ้า ติดตามหา หา พบ ค้นพบ และ ไล่ล่า* ถ้อยคำอุปลักษณ์ดังกล่าวนี้สะท้อนมุมมองของผู้ใช้ภาษาที่มีต่อความสุขว่าเป็น สิ่งที่ทุกคนต้องการแม้ไม่มีแหล่งที่อยู่ชัดเจน แต่เชื่อว่าเมื่ออยู่จริงดังนั้นหากต้องการความสุขจึงจำเป็นต้องค้นหา ความสุขจึงเป็นสิ่งที่อยู่ปลายทางของการค้นหา เป็นเหมือนความหวังที่ทุกคนอยากพบ สัมผัสหรือได้ครอบครองในที่สุด

#### 1.3 [ความสุข คือ สสารที่มีปริมาณ]

ถ้อยคำที่สะท้อนมโนอุปลักษณ์ [ความสุข คือ สสารที่มีปริมาณ] มีจำนวน 41 ถ้อยคำ ถ้อยคำอุปลักษณ์ดังกล่าวเปรียบเทียบความสุขกับสสารที่มีมวลเป็นของเหลวหรือแข็งที่สามารถวัดปริมาณหรือนับจำนวนได้ การเปรียบเทียบนี้สะท้อนให้เห็นมุมมองของผู้ใช้ภาษาว่าความสุขเป็นสิ่งที่สามารถสะสมหรือเพิ่มพูนให้มีปริมาณที่มากขึ้นได้ กล่าวคือ ยังมีปริมาณมากเท่าใดความสุขก็จะยิ่งมากขึ้นเท่านั้น

##### ตัวอย่าง

*เติมความสุขอีกครั้ง @ spring field @sea*

*จงดักตวงความสุขนั้นไว้*

*ปั้นความสุข รอยยิ้ม หยอกล้อกับชีวิตชะง่าง*

*คนเราเกิดมาเหมือนกันแต่ปริมาณความสุขมันจะไม่เท่ากัน*

*เมื่อเราแบ่งปันความสุข ความสุขจะเพิ่มพูนกำลังสอง*

*รอยยิ้มเล็กๆ ของเรานั้นมีอำนาจมหาศาลที่จะกอบโกย*

*ความสุขมาให้เราได้*

*มันปลื้มจนมันก่อตัวเป็นความสุขก้อนใหญ่เขียว*

*สุขก็สุขนะแต่จะไม่ยอมให้มีความสุขที่บงกชลงบนจิตใจจน*

*มองไม่เห็นความสุขทุกซอกทุก*



จากตัวอย่างปรากฏการใช้คำ *เต็ม ดักดวง บั้น ปริมาณ* แบ่ง *บั้น* เพิ่ม *พูน กอบโกย ก่อตัวเป็นก้อน* และ *ทับถม* เพื่ออธิบายความสุข การใช้คำดังกล่าวเหล่านี้แสดงให้เห็นการเปรียบเทียบความสุขกับสิ่งที่มีปริมาณ และหากพิจารณาจากบริบทของถ้อยคำ แสดงความหมายที่สะท้อนว่าผู้ใช้ภาษามองความสุขว่าเป็นสิ่งที่มีปริมาณสามารถสะสมและหามาเพิ่มเติมเมื่อพร้อมได้

#### 1.4 [ความสุข คือ วัตถุสร้างได้]

จากข้อมูลพบถ้อยคำอุปสรรคที่สะท้อนมุมมองว่าความสุขคือวัตถุที่สร้างได้มีทั้งสิ้น 37 ถ้อยคำ ผู้ใช้ภาษาเปรียบเทียบความสุขนำสิ่งก่อสร้างที่มีโครงสร้างและฐานมาเป็นแบบเปรียบเทียบการเปรียบเทียบนี้แสดงให้เห็นมุมมองของผู้ใช้ภาษาต่อความสุขว่าเป็นสิ่งที่สามารถสร้างและเสริมให้มั่นคงได้ ในขณะที่เดียวกันความสุขก็เป็นสิ่งที่มีวันสิ้นคลอนและไม่แข็งแรงด้วยเช่นกัน

##### ตัวอย่าง

คุณภาพประชากรเกิดจากการมีความสุขเป็นพื้นฐาน

*ความสุขสร้างได้*

สะสมอารมณ์สร้างสุขให้ได้ทุกวัน

สคส. เสริมความสุขวันนี้

การเสริมสร้างความสุขในการทำงาน

แล้วจะมีสักกี่คนที่รู้ถึงวิธีสร้างความสุขอย่างแท้จริงให้แก่ชีวิต

ฉันยังคงเป็นเด็กคนหนึ่งที่ยังมองเห็นเพียง *ประตูแห่ง*

*ความสุข*บานที่อยู่ตรงหน้า

จากตัวอย่างเป็นถ้อยคำอุปสรรคความสุขที่ผู้ใช้ภาษาใช้คำ *พื้นฐาน สร้าง เสริม และ ประตู* เพื่อกล่าวถึงความสุข การใช้คำเหล่านี้แสดงการเปรียบเทียบความสุขกับสิ่งก่อสร้างที่มีฐานสามารถสร้างและเสริมให้มั่นคงแข็งแรงขึ้นได้ การใช้อุปสรรคดังกล่าวนี้สะท้อนมุมมองของผู้ใช้ภาษาว่าความสุขเป็นสิ่งที่สร้างได้ และสามารถเสริมสร้างให้มั่นคงขึ้นได้ อย่างไรก็ตามการสะท้อนมุมมองต่อความสุขว่าสร้างได้ยังสะท้อนภาพในอีกด้านหนึ่งว่าความสุขก็เป็นสิ่งที่ไม่มั่นคง สิ้นคลอนหรือล่มสลายลงได้

#### 1.5 [ความสุข คือ สิ่งมีชีวิต]

ผู้ใช้ภาษาเปรียบเทียบความสุขกับสิ่งมีชีวิตที่สามารถเคลื่อนไหว เติบโตได้ การเปรียบเช่นนี้สะท้อนให้เห็นว่าความสุขเป็นสิ่งที่ไม่อยู่นิ่งและมีธรรมชาติที่มีเวลาของการมาและไปที่ไม่แน่นอน จากข้อมูลพบถ้อยคำอุปสรรคที่สะท้อนมโนทัศน์ [ความสุข คือ สิ่งมีชีวิต] 15 ถ้อยคำ

##### ตัวอย่าง

แล้วความสุขที่แท้และยั่งยืนจะ *งอกงาม*ตามวิถี

วันหนึ่งความสุขก็ *มาเคาะ*ประตูบ้าน

ความสุขนั้น *มายืน*อยู่ตรงหน้าแค่เอื้อมมือ

คนในโลกนี้จึงได้ *ไล่กวาด*ความสุข แต่ไม่ทันความสุขชักที่ *ความสุข*วิ่งหนีไปข้างหน้าเรื่อยๆ

*ความสุข*เกิดใหม่ *สวัสดี*ปีกระต่าย

ความสุขของชีวิตอยู่ ณ ช่วงเวลาขณะนี้ ช่วงเวลาปัจจุบัน

ไม่ต้องรอให้ *ความสุข*มาหาเราในอนาคต

ฉันได้ยินเสียงของ *ความสุข*แว่วผ่านมาในทุ่งนายนามเย็น

บทความของผมน่าจะทำให้เพื่อน ๆ หา *เจ้าความสุข*เจอ

จากตัวอย่างจะพบว่ามีการใช้ถ้อยคำ *งอกงาม เคาะ ยืน วิ่งหนี เกิด มาหา และ เสียง* เป็นกลุ่มถ้อยคำที่ใช้อธิบายกิริยาหรือการกระทำหรือคุณสมบัติของสิ่งมีชีวิต นอกจากนี้ การใช้คำว่า *เจ้า* ยังเป็นการใช้คำนำหน้าเพื่อเรียกสิ่งที่มีชีวิตที่แสดงในนัยยะทางความรู้สึกของผู้พูดว่าเอ็นดูด้วย การใช้ถ้อยคำดังกล่าวแสดงให้เห็นการเปรียบเทียบความสุขกับสิ่งมีชีวิตที่เคลื่อนไหวได้ หากพิจารณาจากบริบทของถ้อยคำความสุขเป็นสิ่งมีชีวิตที่ไม่หยุดนิ่งและอาจจะมาพบหรือจากไปได้โดยที่ไม่สามารถกำหนดหรือควบคุมได้

#### 1.6 [ความสุข คือ อาหาร]

ถ้อยคำอุปสรรคความสุขที่เปรียบเทียบความสุขกับอาหารมีจำนวนไม่มาก กล่าวคือ ปรากฏใช้เพียง 3 ถ้อยคำ ผู้ใช้ภาษามองว่าความสุขเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตที่ช่วยหล่อเลี้ยงให้ชีวิตดำรงอยู่ได้ มุมมองดังกล่าวนี้ช่วยเน้นย้ำว่าความสุขเป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนปรารถนาและต้องการครอบครองเพื่อที่จะมีชีวิตต่อไป

##### ตัวอย่าง

เมื่อคุณหิวก็ทุกข์ พออิ่มก็สุขสักนิดเดียวกับหิวทุกข์อีกแล้ว...

ก็ต้องหา *ความสุข*มา *ป้อน*เรื่อยๆ

*ความสุข*ค่า *โตโต*

ชีวิตอยู่กับ *เศษความสุข*เล็กน้อยที่คนรอบข้างทำตกไว้

จากตัวอย่างถ้อยคำอุปสรรคจะพบการใช้ถ้อยคำ *ป้อนค่าโตโต และ เศษ* ซึ่งเป็นถ้อยคำที่เกี่ยวข้องกับอาหารหรือของที่สามารถบริโภคได้และเป็นสิ่งที่ช่วยให้ชีวิตอยู่ได้ การใช้ถ้อยคำเหล่านี้สะท้อนมโนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาว่าความสุขเป็นสิ่งจำเป็นที่หล่อเลี้ยงชีวิต

#### 1.7 [ความสุข คือ ธุรกิจ]

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ามีถ้อยคำอุปสรรคความสุขที่สะท้อนให้เห็นว่าความสุขเปรียบเหมือนการทำธุรกิจ 3 ถ้อยคำ ถ้อยคำทั้งสามแสดงให้เห็นนัยยะของผู้ใช้ภาษาที่มีต่อความสุขว่าเป็นเหมือนการทำธุรกิจที่จะต้องมีการลงทุนซึ่งกำไรหรือสิ่งที่ได้มาจากการลงทุนก็คือความสุข อย่างไรก็ตามมุมมองนี้ช่วยเน้นย้ำมุมมองว่าความสุขคือสิ่งที่มีมูลค่าให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

##### ตัวอย่าง

ถ้าเรานิยามความสำเร็จคือความสุขแล้ว เรา *ลดต้นทุน*

*ความสุข*ลงมาโอกาสที่เราจะสำเร็จก็มากขึ้นตามไปด้วย

มันเป็นความสุขที่ทำได้ง่ายโดย *ไม่ต้องลงทุน*อะไรเลย

*หุ้นส่วน*แห่งความสุข

จากตัวอย่างเป็นถ้อยคำอุปสรรคความสุขที่ใช้คำ *ต้นทุน ลงทุน และ หุ้นส่วน* ซึ่งเป็นถ้อยคำที่อยู่ในวงความหมายของการทำธุรกิจ การนำคำจากแวดวงธุรกิจมาใช้เปรียบเทียบความสุขแสดงให้เห็นมุมมองของผู้ใช้ภาษาที่มีต่อความสุขว่าเป็นเหมือนผลกำไรหรือสิ่งที่ได้มาจากธุรกิจ มุมมองดังกล่าวนี้ช่วยย้ำให้มโนทัศน์ความสุขเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่มนุษย์ทุกคนต้องการครอบครองได้อย่างชัดเจน

จากการวิเคราะห์ถ้อยคำอุปสรรคที่พบแสดงให้เห็นมโนทัศน์เกี่ยวกับความสุข 7 ชุด มโนทัศน์ดังกล่าว

เปรียบเทียบความสุขกับแบบเปรียบเทียบหลายลักษณะ ซึ่งสะท้อนมุมมองที่ผู้ใช้ภาษามีต่อความสุขหลายมิติ ทั้งนี้ การเปรียบเทียบความสุขซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกเปรียบเทียบ (target domain) กับแบบเปรียบเทียบ (source domain) หลายลักษณะนั้นแสดงให้เห็นว่าความสุขเป็นสิ่งที่เป็นามธรรมและมีความซับซ้อน สามารถนำลักษณะเด่นมาเปรียบเทียบเทียบกับสิ่งต่างๆ ได้หลายแง่มุม อย่างไรก็ตาม มโนอุปลักษณ์ที่พบทั้ง 7 ชุดสามารถวิเคราะห์ลักษณะร่วมที่สะท้อนมุมมองเกี่ยวกับความสุขได้

## 2. มุมมองความสุขของผู้ใช้ภาษาไทยในสื่อ

จากการวิเคราะห์มโนอุปลักษณ์ทั้ง 7 ชุด สามารถวิเคราะห์ลักษณะร่วมของมโนอุปลักษณ์ที่สะท้อน มโนทัศน์หรือมุมมองที่เด่นชัดของผู้เขียนใช้ภาษา 2 มุมมอง ได้แก่

### 2.1 ความสุขเป็นสิ่งจำเป็นที่ทุกคนปรารถนาและครอบครอง

ผู้ใช้ภาษามีมุมมองว่าความสุขเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินชีวิตเป็นเครื่องช่วยให้ชีวิตอยู่รอดซึ่งสะท้อนจากมโนทัศน์ [ความสุข คือ อาหาร] ซึ่งผู้ใช้ต้องบริโภคเพื่อให้ชีวิตอยู่รอดในทำนองเดียวกันมโนอุปลักษณ์ [ความสุข คือ วัตถุสิ่งของที่มีค่า] และมโนอุปลักษณ์ [ความสุข คือ สสารที่มีปริมาณ] ก็สะท้อนให้เห็นว่าความสุขเป็นทรัพย์สินเงินทองหรือสิ่งที่มีค่าซึ่งทุกคนปรารถนาและต้องการมีไว้ครอบครองเพราะยังมีปริมาณหรือจำนวนมากเท่าใดก็สะท้อนให้เห็นว่า มีความสุขมากเท่านั้น นอกจากนี้การมีมโนทัศน์ว่า [ความสุข คือ การลงทุน] ยังสะท้อนว่าความสุขเป็นสิ่งที่ต้องมีมูลค่าเปรียบได้กับผลกำไรอีกด้วย

### 2.2 ความสุขเป็นสิ่งที่มีความไม่คงทนและไม่แน่นอน

จากการวิเคราะห์มโนอุปลักษณ์ทั้ง 7 ชุด พบว่านอกจากลักษณะร่วมของมุมมองที่ผู้ใช้ภาษามีต่อความสุขจะสะท้อนให้เห็นว่าความสุขเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชีวิตดังกล่าวแล้วข้างต้น ลักษณะร่วมอีกประการหนึ่งคือผู้ใช้ภาษามองว่าความสุขเป็นสิ่งที่มีความไม่คงทนและไม่แน่นอน มุมมองนี้สะท้อนจากมโนอุปลักษณ์ [ความสุข คือ สิ่งที่ต้องค้นหา] ซึ่งผู้ใช้ภาษามองความสุขว่าไม่ปรากฏเป็นรูปธรรมชัดเจน หาแหล่งที่เกิดและรูปพรรณสัณฐานได้แต่ทุกคนเชื่อว่าความสุขมีอยู่จริงทุกคนสามารถค้นหาและสัมผัสได้ ในทำนองเดียวกันมโนอุปลักษณ์ [ความสุข คือ สิ่งมีชีวิต] ก็เป็นอุปลักษณ์ที่นำลักษณะเด่นของการเคลื่อนที่ การไม่อยู่นิ่งของสิ่งมีชีวิตซึ่งเป็นไปตามธรรมชาติที่ไม่มีผู้ใดสามารถควบคุมหรือกำหนดให้เป็นไปตามต้องการได้มาเป็นแบบเปรียบเทียบนั้นช่วยเน้นสภาวะของความสุขที่มีลักษณะไม่แน่นอน ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนี้มโนอุปลักษณ์ [ความสุข คือ วัตถุที่สร้างได้] ก็ยังช่วยเน้นสภาวะที่ไม่แน่นอนของความสุขด้วยเนื่องจากการใช้ความเปรียบเทียบความสุขว่าเป็นสิ่งที่ต้องสร้างหรือเสริมให้แข็งแรงขึ้นเหมือนสร้างอาคารหรือบ้านให้มั่นคงนั้นสะท้อนสภาวะของการไม่มีอยู่เดิมของความสุขหรืออาจมีอยู่แต่ก็อ่อนไหวต่อการหายหรือพังทลายลงไป ความสุขจึงเป็นเสมือนสิ่งที่สามารถสร้างหรือทำให้มีขึ้นได้แต่ในขณะที่เดียวกันความสุขก็อาจสั่นคลอน ไม่แข็งแรงหรือพังทลายลงได้ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือความสุขเป็นสิ่งที่ไม่แน่นอน แม้ว่าจะสามารถสร้างได้ เกิดขึ้นได้ในขณะเดียวกันก็สลายไปได้โดยไม่มีผู้ใดสามารถกำหนดให้เป็นไปตามความต้องการของตนเอง

## ตาราง แสดงมโนทัศน์ความสุขของผู้ใช้ภาษาไทย

มโนทัศน์	มโนอุปลักษณ์						
	[ความสุข คือ วัตถุสิ่งของที่มีมูลค่า]	[ความสุข คือ สิ่งที่ต้องค้นหา]	[ความสุข คือ สสารที่มีปริมาณ]	[ความสุข คือ สิ่งก่อสร้าง]	[ความสุข คือ สิ่งมีชีวิต]	[ความสุข คือ อาหาร]	[ความสุข คือ ธุรกิจ]
สิ่งจำเป็นที่ทุกคนปรารถนาและครอบครอง	●		●			●	●
สิ่งที่มีสภาวะไม่คงทนและไม่แน่นอน		●		●	●		

ที่มา : ตารางจัดทำขึ้นโดยผู้วิจัย

## สรุปและอภิปรายผล

บทความวิจัยนี้เสนอผลการวิเคราะห์หัตถ์คำอุปลักษณ์ความสุขของผู้ใช้ภาษาไทยโดยรวบรวมข้อมูลจากเว็บล็อกภาษาไทย 3 แห่ง ได้แก่ เอ็กซีทีนบล็อก (exteenblog) บล็อกแก๊งค์ (bloggang) และโอเคเนชั่นบล็อก (oknationblog) ในระหว่างเดือนมกราคม 2550 ถึง ธันวาคม 2553 งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์วิเคราะห์หัตถ์คำอุปลักษณ์เพื่อให้ทราบว่าผู้ใช้ภาษาไทยเปรียบเทียบความสุขกับสิ่งใดและหัตถ์คำอุปลักษณ์เหล่านั้นสะท้อนมโนทัศน์หรือมุมมอง ที่ผู้ใช้ภาษามีต่อความสุขอย่างไร

ผลจากการวิเคราะห์พบว่าผู้ใช้ภาษาไทยใช้หัตถ์คำอุปลักษณ์ความสุขที่สะท้อนมโนอุปลักษณ์ 7 ชุด คือ [ความสุข คือ วัตถุสิ่งของที่มีมูลค่า] [ความสุข คือ สิ่งที่ต้องค้นหา] [ความสุข คือ สสารที่มีปริมาณ] [ความสุข คือ สิ่งก่อสร้าง] [ความสุข คือ สิ่งมีชีวิต] [ความสุข คือ อาหาร] และ [ความสุข คือ ธุรกิจ] มโนอุปลักษณ์เหล่านี้มีลักษณะร่วมกันที่สามารถสะท้อนมุมมองของผู้ใช้ภาษาไทยที่มีต่อความสุขได้ 2 ลักษณะ คือ สิ่งจำเป็นที่ทุกคนปรารถนาและครอบครองและความสุขเป็นสิ่งที่มีความไม่คงทนและไม่แน่นอน

เมื่อพิจารณามุมมองทั้งสองลักษณะบนพื้นฐานของแนวคิดทางด้านภาษาศาสตร์ปริชานที่มีความเชื่อพื้นฐานว่าระบบวิธีคิดได้มาจากการเรียนรู้ ประสบการณ์และการหล่อหลอมจากวัฒนธรรมและสังคมแล้ว ผู้วิจัยมีข้อสังเกตว่ามุมมองต่อความสุขของผู้ใช้ภาษาไทยมีความสัมพันธ์กับวิถีของสังคมไทยและแนวคิดของพระพุทธศาสนา กล่าวคือ ในสังคมปัจจุบันผู้คนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับวัตถุ สิ่งของที่จับต้องได้และดำเนินชีวิตแบบวัตถุนิยม มองว่าทรัพย์สินเงินทองหรือการได้ครอบครองสิ่งต่างๆ เป็นสาระสำคัญของชีวิต วิถีชีวิตแบบวัตถุนิยมอาจเป็นปัจจัยหนึ่งส่งผลให้ผู้ใช้ภาษามองความสุขเป็นวัตถุและสิ่งที่มีมูลค่าและปรารถนาจะได้ครอบครอง

ในขณะที่การมองความสุขเป็นสิ่งที่มีความไม่คงทนและไม่แน่นอนนั้นก็สอดคล้องกับคำสอนในพระพุทธศาสนา กล่าวคือ หลักคำสอนของพระพุทธศาสนาว่าความสุขมีหลายระดับ แต่ความสุขที่แท้จริงคือความว่างจากความอยากทั้งหมด ทั้งที่อยู่ภายใต้

อยากมี อยากเป็น และไม่อยากได้ ไม่อยากมีและไม่อยากเป็น สำหรับปวงชนทั่วไปความสุขเป็นเพียงมายา มีอยู่แต่ไม่ใช่ของจริง เพราะความสุขของคนทั่วไปคือความสุขที่อยู่ภายใต้กฎของไตรลักษณ์ กล่าวคือมีความเกิดขึ้น ดำรงอยู่และสูญไปตามธรรมชาติ ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ตามที่มนุษย์ต้องการ การมองความสุขด้วยมุมมองดังกล่าวนี้จึงอาจมีปัจจัยมาจากวิถีชาวพุทธที่หยั่งรากลึกในสังคมไทย โดยสรุปอาจกล่าวได้ว่า มโนทัศน์หรือมุมมองที่ใช้ภาษาไทยมีต่อความสุขมีความสัมพันธ์กับวิถีการดำเนินชีวิตในยุคสมัยใหม่ และสะท้อนความคิดที่มาจากหลักคำสอนในพระพุทธศาสนาด้วย

ผู้วิจัยพบว่าการวิจัยนี้มีผลการวิเคราะห์แตกต่างจากผลการศึกษาของ Ning Yu (Ning Yu) ที่พบว่าทั้งภาษาอังกฤษและภาษาจีนสะท้อนมโนอุปลักษณ์ความสุขผ่านแบบเปรียบเทียบ “UP” “LIGHT” และ “CONTAINER” และงานวิจัยของ เพ่ยเหลย เฉิน (Peilei Chen) ที่พบว่าอุปลักษณ์ความสุขในสำนวนภาษาจีนและสำนวนภาษาอังกฤษมีมโนทัศน์ความสุขที่คล้ายกันได้แก่ “HAPPY IS UP” “HAPPINESS IS FLUID IN A CONTAINER” และ “HAPPINESS IS THE PHYSIOLOGY REACTION OF HAPPINESS” ในขณะที่ถ้อยคำอุปลักษณ์ความสุขของผู้ใช้ภาษาไทยไม่ปรากฏแบบเปรียบเทียบความสุขกับ “UP” “LIGHT” และ “CONTAINER” หรือปฏิกิริยาที่แสดงออกทางร่างกายเช่นเดียวกับผลการศึกษาของทั้งสองเรื่องดังกล่าว แต่พบว่ามโนอุปลักษณ์ความสุข [ความสุขคือ สสารที่มีปริมาณ] สะท้อนว่าร่างกายเป็นเหมือนภาชนะที่มีพื้นที่และความสุขเป็นสิ่งที่เติมเต็มเข้าไปภายในได้ เช่น “บางคนไปเพื่อเติมเต็มความสุข” “...มีเวลาหาความสุขใส่ตัว” ที่เป็นเช่นนี้เพราะในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากการปรากฏใช้คำว่า “ความสุข” แต่ไม่ได้รวบรวมอารมณ์หรือความรู้สึกของความสุข หรือการแสดงออกต่าง ๆ อันเนื่องมาจากการมีความสุข เช่นตัวอย่างถ้อยคำอุปลักษณ์ในงานวิจัยของ Ning Yu ซึ่งรวบรวมข้อมูลที่เป็นการแสดงออกของสภาวะอารมณ์ ที่มีมีความสุขด้วย เช่น Ta hen gao-xing. (He is very high-spirited/happy) หรือ Ta xiao zhu yan kai. (He smiled, which caused his face to beam./ He beamed with smiled.) เป็นต้น

นอกจากนี้มโนอุปลักษณ์ความสุขของผู้ใช้ภาษาไทยยังแตกต่างจากมโนอุปลักษณ์ความสุขในภาษาอารบิกซึ่งเป็นผลจากการศึกษาของ อัล-อเบด อัล-ฮัค และ อาห์เมต เอล-ซารีฟ (Al-Abed Al-Haq & Ahmad El-Sharif) ที่พบว่าผู้ใช้ภาษาอารบิกใช้ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่สะท้อนมโนอุปลักษณ์ ความสุขคือความเย็น “HAPPINESS IS COLDNESS” และความสุขคือบรรยากาศ “HAPPINESS IS AN ATMOSPHERE” แต่ไม่พบในภาษาไทย แต่พบว่าบางถ้อยคำอุปลักษณ์ความสุขในภาษาไทยมีลักษณะใกล้เคียงกับมโนอุปลักษณ์ความสุขคือบรรยากาศ เช่น “ความสุขอยู่รอบๆ ตัวเรา” เป็นต้น กล่าวได้ว่าความแตกต่างของแบบเปรียบเทียบอาจสะท้อนลักษณะที่เหมือนหรือแตกต่างกันได้ตามแต่วัฒนธรรมของผู้ใช้ภาษานั้นๆ

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยและรวบรวมข้อมูลในช่วงระยะเวลา 3 ปี คือระหว่าง พ.ศ.2550-2553 ผลการศึกษาที่ได้จึงเป็นมาจากข้อมูลของช่วงเวลาดังกล่าว ทั้งนี้หากมีการรวบรวม

มากขึ้นหรือดำเนินการวิจัยอีกในอนาคตผลจากการศึกษาอาจเหมือนหรือแตกต่างไปตามสภาพสังคมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงได้

## ข้อเสนอแนะ

ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบอุปลักษณ์ความสุขในช่วงยุคสมัยที่แตกต่างกันเพื่อให้เข้าใจมุมมองและความคิดของคนไทยว่ามีการพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด

## เอกสารอ้างอิง

- [1] Lakoff, George and Mark, Johnson. 1998, 2003. **Metaphor we live by.** USA: Chicago Press.
- [2] บุญสิน ตั้งตระกูลวนิช. (2548). ทำไมความสุขจึงหายไปจากสังคมไทย. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2554, จาก [http://www.eng56.com/main/index.php?option=com\\_content&task=view&id=54&Itemid=37](http://www.eng56.com/main/index.php?option=com_content&task=view&id=54&Itemid=37).
- [3] Kovecses, Zoltan. (2002). **Metaphor: A practical introduction.** USA: Oxford University Press.
- [4] Ning Yu. (1995, November). “Metaphorical Expressions of Anger and Happiness in English and Chinese” **Metaphor and Symbol**, 10(2).
- [5] Fawwaz Al-Abed Al-Haq & Ahmad El-Sharif. (2008, November). “A comparative study for the Metaphors use in happiness and anger in English and Arabic.” **US-China Foreign Language**, 6(11).
- [6] Peilei Chen. (2010, August). “A Cognitive Study of “Anger” Metaphors in English and Chinese Idioms.” **Asian Social Science**, Vol.6(8).