



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี  
ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563)

**ป้ายและชื่อธุรกิจการค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี:  
การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์**

**Linguistic Landscape Study of Labels and Business**

**Name: A Case Study of Surat Thani**

**International Airport**

**พิชัย แก้วบุตร และนพวรรณ เมืองแก้ว\***

**Pichai Kaewbut and Noppawan Muangkaew\***

วิทยาลัยนานาชาติ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์  
International College Surat Thani Campus, Prince of Songkla  
University

\*E-mail: anakaon\_191@hotmail.com

*Received: Sep 14, 2018*

*Revised: Jan 15, 2020*

*Accepted: Apr 24, 2020*

**บทคัดย่อ**

งานวิจัยนี้วิเคราะห์ลักษณะเด่นของการใช้ภาษาในป้ายและชื่อธุรกิจการค้าที่ปรากฏในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีตามแนวคิดภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์ (Linguistic landscape) ผลการวิจัยที่สำคัญพบว่า ท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีเป็นพื้นที่ที่มีสภาวะพหุภาษา (Multi Language) แม้ปรากฏการณ์ทางภาษาดังกล่าวจะไม่สอดคล้องกับนโยบายภาษาที่รัฐบาลไทยพยายามส่งเสริมสนับสนุนภาษาเดียว (Unilingual language policy) แต่เพื่อการรองรับการเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติและพัฒนาให้ท่าอากาศยานเป็นพื้นที่แห่งการแลกเปลี่ยนความหลากหลายของวัฒนธรรมต่าง ๆ จึงควรปรับปรุงรูปแบบของการจัดทำนโยบาย แนวปฏิบัติทางภาษาให้มีความหลากหลาย ทันสมัย



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี  
ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563)

และเหมาะสมกับการนำไปใช้ได้จริง เช่น การกำหนดใช้ภาษาที่หลากหลายมากกว่าภาษาเดียว การกำหนดรูปแบบของป้ายโครงสร้างพื้นฐานสาธารณะให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน การเลือกใช้ภาษาและอักษรที่มีความสอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน เป็นต้น

**คำสำคัญ:** ป้ายและชื่อธุรกิจการค้า ท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์

### Abstract

This study is conducted to analyze a prominent feature of language on labels and business name in term of Linguistic Landscape at Surat Thani International Airport. The important results revealed that this airport is the multilanguage area even which was in contrast to the government policy on the enhancement of the unilanguage. Findings suggested that the policy should be amended, promoting the use of multilanguage to support foreign tourists and develop the airport into the multilanguage and modern area. For example, Multiple language should be found in Labels. The design of signs word choice and font styles should be unique. This will be the effective way that suits the current situation.

**Keywords:** Label and business names, Surat Thani International Airport, Linguistic landscape

### บทนำ

ภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์ (Linguistic landscape) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับภาษาที่ปรากฏในป้ายต่าง ๆ ภาษาเหล่านั้นนับเป็นองค์ประกอบสำคัญในการประกอบสร้างอัตลักษณ์และความหมายให้แก่พื้นที่ต่าง ๆ นอกจากนี้แนวคิดดังกล่าวยังให้ความสนใจความสัมพันธ์ระหว่างภาษาที่ปรากฏกับสภาพแวดล้อม



ทางกายภาพ ภูมิภาคหนึ่งเชิงภาษาศาสตร์มองว่ารูปภาษาที่ปรากฏในสถานที่ต่าง ๆ มีบทบาทในการสร้างภูมิภาคหนึ่งหรือก่อให้เกิดลักษณะเด่นของสถานที่นั้น ๆ ดังที่ Coulmas (2009) ได้กล่าวไว้ว่า “ป้ายถนนสาธารณะ ป้ายโฆษณา ชื่อถนน ชื่อสถานที่ ป้ายร้านค้า และสัญญาณสาธารณะในสถานที่ราชการเป็นองค์ประกอบที่เป็นรูปแบบของภูมิภาคหนึ่งทางภาษาอย่างชัดเจน” การศึกษาภูมิภาคหนึ่งเชิงภาษาศาสตร์เป็นการแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจต่อการใช้ภาษาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ที่เป็นขอบเขตของการศึกษา โดยศึกษาจากภาษาที่ใช้ติดต่อสื่อสารกันและปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน เช่น ป้ายสาธารณะ ป้ายชื่อธุรกิจร้านค้า เป็นต้น ดังนั้น หากเราศึกษาข้อความหรือภาษาจากป้ายต่าง ๆ ที่ปรากฏในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง อาจจะแสดงให้เห็นลักษณะที่โดดเด่น ความเป็นอยู่และสภาพสังคมวัฒนธรรมของพื้นที่นั้นได้อีกทางหนึ่ง

ท่าอากาศยานเป็นสถานที่หนึ่งที่ปรากฏป้ายต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก ทั้งป้ายที่จัดทำโดยภาครัฐหรือองค์กรที่อยู่ภายใต้กำกับของภาครัฐและป้ายที่จัดทำโดยภาคเอกชนหรือหน่วยงานส่วนบุคคล ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิเป็นหนึ่งในท่าอากาศยานสำคัญของภาคใต้ มีอาคารผู้โดยสารหลักขนาด 2 ชั้น 1 หลัง และมีอาคารรองอยู่ติดกัน ซึ่งใช้เป็นทั้งอาคารผู้โดยสารภายในประเทศและอาคารผู้โดยสารระหว่างประเทศ โดยมีทางรถวิ่งเทียบถึงอาคารผู้โดยสารชั้น 2 ซึ่งเป็นส่วนของอาคารขาออก และชั้น 1 เป็นส่วนของผู้โดยสารขาเข้า รวมแล้วมีพื้นที่ทั้งสิ้น 14,196 ตารางเมตร (International Airport, 2006)

สนามบินสุวรรณภูมิจึงรองรับผู้โดยสารได้ 2.2 ล้านคนต่อปี รองรับผู้โดยสารทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวนมากต่อปี ดังสถิติของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (Ministry of Tourism and Sports, 2017) ที่สำรวจจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการในท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดสุวรรณภูมิระหว่างปี พ.ศ. 2559-2560 โดยในปี พ.ศ. 2559 มีจำนวน 1,423,698 คน และในปี พ.ศ. 2560 มีจำนวน 1,525,301 คน นักท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มขึ้น 101,603 คน คิดเป็นร้อยละ 7.14 อีกทั้งนักท่องเที่ยวส่วนมากที่เพิ่มจำนวนขึ้นเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนแผ่นดินใหญ่และชาวจีนไต้หวัน นอกจากนี้ ยังมีการให้บริการเที่ยวบิน



ทั้งภายในและระหว่างประเทศ มีเที่ยวบินแบบเช่าเหมาลำมาใช้บริการบ่อยครั้ง ทั้งจากจีน ประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และยุโรป เช่น เที่ยวบิน เจิงตู-สุราษฎร์ธานี กัวลาลัมเปอร์-สุราษฎร์ธานี เป็นต้น

จากการเก็บข้อมูลเบื้องต้นพบว่า ป้ายและชื่อธุรกิจการค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีมีลักษณะที่น่าสนใจและบ่งบอกสภาพความเปลี่ยนแปลงของวิถีความเป็นอยู่ สภาพสังคม บริบทแวดล้อมได้ ดังนั้นจึงสมควรแก่การศึกษาให้ละเอียดลึกซึ้งและวิเคราะห์ให้เห็นเป็นระบบต่อไป งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาป้ายสาธารณะและป้ายชื่อธุรกิจร้านค้าของภาครัฐและภาคเอกชนที่ปรากฏใช้ในห้องผู้โดยสารขาเข้า-ผู้โดยสารขาออก และอาคารท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเน้นศึกษา 1) ลักษณะเด่นการใช้ภาษาในป้ายและชื่อธุรกิจการค้า และ 2) วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเสนอแนะเป็นแนวทางในการพัฒนาการใช้ภาษาในป้ายและชื่อธุรกิจการค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีต่อไป

### วิธีการวิจัย

1. ศึกษาเอกสารวิชาการโดยศึกษาจากเอกสารประเภทหนังสือ บทความ วิทยานิพนธ์ เอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง เช่น วิทยุทัศน์ด้านภาษาศาสตร์ วิทยุทัศน์มิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์ วิทยุทัศน์นโยบายภาษา บทความเรื่องนโยบายภาษา บทความวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาการใช้ภาษาในป้าย เป็นต้น
2. การลงพื้นที่สำรวจและเก็บข้อมูลโดยการถ่ายภาพป้ายและชื่อธุรกิจร้านค้าทั้งวันภาษาและอวัจนภาษา (นับจำนวนป้ายที่ปรากฏซ้ำ) ที่ปรากฏในห้องผู้โดยสารขาเข้า-ผู้โดยสารขาออกและอาคารท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี
3. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลภาพป้ายและชื่อธุรกิจร้านค้าที่รวบรวมได้มาจัดหมวดหมู่และแบ่งประเภท จากนั้นนำมาวิเคราะห์ลักษณะเด่นของการใช้ภาษา รวมทั้งวิเคราะห์ผลเชิงสถิติด้านต่าง ๆ และนำเสนอในรูปแบบของการเขียนบรรยาย



## ผลการวิจัย

ในบทความวิจัยนี้จะนำเสนอผลการวิจัยใน 3 ประเด็น ได้แก่ 1) การจัดหมวดหมู่และแบ่งประเภทป้ายและชื่อธุรกิจร้านค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี 2) ลักษณะเด่นของการใช้ภาษาในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี และ 3) แนวทางในการพัฒนาการใช้ภาษาในป้ายและชื่อธุรกิจการค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี มีรายละเอียดดังนี้

### 1. การจัดหมวดหมู่และแบ่งประเภทป้ายและชื่อธุรกิจร้านค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี

จากการเก็บข้อมูลป้ายและชื่อธุรกิจร้านค้าทั้งวันภาษาและอวันภาษาที่ปรากฏในห้องผู้โดยสารขาเข้า-ผู้โดยสารขาออก และอาคารท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดสุราษฎร์ธานี ระหว่างเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม 2561 รวมทั้งสิ้น 212 ป้าย (นับจำนวนป้ายที่ปรากฏซ้ำ) โดยแบ่งเป็นป้ายที่จัดทำโดยภาครัฐหรือองค์กรที่อยู่ภายใต้กำกับของภาครัฐจำนวน 69 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 33 ป้าย ที่จัดทำโดยภาคเอกชนหรือหน่วยงานส่วนบุคคลมีจำนวน 143 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 67 (ดังภาพแผนภูมิที่ 1)

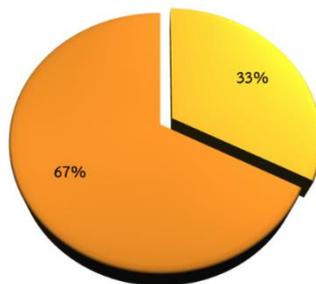


Figure 1 The proportion between government labels or government that are under government control labels and private label or personal agency labels



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี  
ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563)

จากการสำรวจพบว่า การจัดทำป้ายของภาครัฐหรือองค์กรที่อยู่ภายใต้กำกับของภาครัฐเป็นป้ายโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ป้ายบอกทาง สถานที่ ห้อง จุดให้ข้อมูลหรือจุดการทำธุรกรรมต่าง ๆ ในภาพกว้าง ส่วนป้ายของภาคเอกชนหรือหน่วยงานส่วนบุคคลนั้นเป็นป้ายที่จัดทำเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ เช่น 1) งานบริการการบิน 2) งานบริการทั่วไป 3) ชื่อห้างร้าน 4) อาหารและเครื่องดื่ม 5) ประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูล 6) การค้าและการลงทุน เป็นต้น

งานวิจัยนี้ได้สังเกตวิจักษณ์ภาษาและอวัจนภาษาที่ปรากฏ โดยใช้คำว่า “หน่วย” แทน “ภาษาต่าง ๆ เครื่องหมายและสัญลักษณ์ และตัวเลข” ในการนับรวมภาษาต่าง ๆ เครื่องหมายและสัญลักษณ์ และตัวเลข ดังสถิติในตารางแสดงการปรากฏของหน่วยภาษาต่าง ๆ เครื่องหมายและสัญลักษณ์ และตัวเลข (ตารางที่ 1)

**Table 1** The frequency of language units, symbols and numbers (Keawbut, 2020)

จำนวนหน่วย	จำนวนครั้งที่ปรากฏ	ร้อยละ
1 หน่วย	37	17.45
2 หน่วย	43	20.28
3 หน่วย	72	33.96
4 หน่วย	55	25.94
5 หน่วย	5	2.36
รวม	212	100

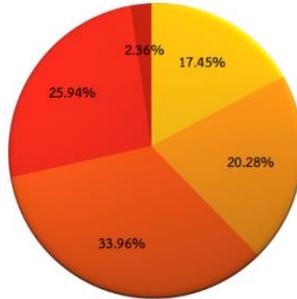


Figure 2 The frequency of language units, symbols and numbers

จากแผนภูมิจะเห็นว่า จำนวน 1 หน่วยพบการปรากฏ 37 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.45 จำนวน 2 หน่วยพบการปรากฏ 43 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.28 จำนวน 3 หน่วยพบการปรากฏ 72 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.96 จำนวน 4 หน่วยพบการปรากฏ 55 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.94 และจำนวน 5 หน่วยพบการปรากฏ 5 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 2.36 จากภาพแผนภูมิที่ 2 พบว่าลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดของจำนวนหน่วยคือ 1) จำนวน 3 หน่วย 2) จำนวน 4 หน่วย และ 3) จำนวน 2 หน่วย สะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายในการใช้ภาษาต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการใช้สัญลักษณ์และตัวเลขมากกว่าการใช้ภาษาในป้ายแบบเก่าที่มีปรากฏเพียงภาษาเดียว หรือมีสัญลักษณ์ปรากฏเพียงอย่างเดียว

นอกจากการแยกจำนวนหน่วยที่ปรากฏในป้ายและชื่อธุรกิจร้านค้าแล้ว ผู้วิจัยได้นำเอาข้อมูลข้างต้นมาวิเคราะห์ผลด้านการใช้ภาษาที่ปรากฏในป้ายและชื่อธุรกิจร้านค้าต่าง ๆ พบว่า 1) การจัดทำป้ายในปัจจุบันมีจุดเปลี่ยนแปลงจากการใช้ภาษาเดียวหรือสัญลักษณ์เดียวในการสื่อสาร เป็นการใช้ภาษาที่หลากหลาย กล่าวคือมีการใช้ภาษาไทยร่วมกับภาษาต่างประเทศอื่น ๆ 2) การจัดทำป้ายในปัจจุบันนิยมนำสัญลักษณ์มาเป็นองค์ประกอบของป้ายซึ่งสัญลักษณ์สามารถเป็นภาพแทนที่ผู้พบเห็นสามารถนึกถึงร้านค้า หรือข้อมูลทางการค้านั้น ๆ ได้อย่างรวดเร็ว (ตารางที่ 2 แสดงสถิติการปรากฏของหน่วยภาษาและสัญลักษณ์พร้อมตัวอย่าง)



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี  
ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563)

Table 2 The statistics of the units of language and symbols with examples (Keawbut, 2020)

ตารางแสดงสถิติการปรากฏของหน่วยภาษาและสัญลักษณ์พร้อมตัวอย่าง				
ลำดับที่	หน่วยภาษาและสัญลักษณ์	จำนวนครั้งที่ปรากฏ	ร้อยละ	ตัวอย่าง
1	ภาษาจีน (1 หน่วย)	4	1.88	可收人民币
2	ภาษาไทย ภาษาสันสกฤต และภาษาจีน (3 หน่วย)	1	0.47	พระอวโลกิเตศวรโพธิสัตว์ Avalokiteśvara अवलोकितेश्वर 觀世音
3	ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน (3 หน่วย)	4	1.88	ตรวจบัตรโดยสาร Check in 办理登记手续
4	ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และสัญลักษณ์ (3 หน่วย)	5	2.35	NO SMOKING 请勿吸烟 
5	ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น และตัวเลข (3 หน่วย)	1	0.47	行李规定 20 cm X 30 cm X 40 cm 何物制限 20 cm X 30 cm X 40 cm
6	ภาษาอินโดนีเซีย (Bahasa Indonesia) ภาษาจีน และภาษารัสเซีย (3 หน่วย)	1	0.47	menebas 兑换 Обмен валюты
7	ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และสัญลักษณ์ (4 หน่วย)	12	5.66	รับกระเป๋า Baggage Claim 行李领取 
8	ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน สัญลักษณ์ และตัวเลข (4 หน่วย)	2	0.94	VAT REFUND P.P.10 退税 
9	ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน สัญลักษณ์ และตัวเลข (5 หน่วย)	4	1.88	ประสบการณ์การเดินทาง @The One Hotel 德萬酒店 START 690- 081-5977-618 



**Table 2** The statistics of the units of language and symbols with examples (Keawbut, 2020) (continued)

10	ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น สัญลักษณ์ และตัวเลข (6 หน่วย)	1	0.47	ห้ามสูบบุหรี่ ผ่าฝืนมีโทษปรับตาม กฎหมาย 5,000 บาท No Smoking, It is against the law to smoke in these premises. Fine 5,000 Baht. 禁止吸煙，違反者將被處以 5,000 塊泰銖罰款 禁煙場所もし喫煙された場 合は、5000バツの罰 金とさせていただきます。 
----	--	---	------	---

3. ภาษาต่างประเทศที่ใช้มากที่สุดในป้ายและชื่อห้างร้านคือภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นภาษาต่างประเทศที่มีอิทธิพลที่สุดต่อสังคมโลก ภาษาต่างประเทศที่ใช้ รองลงมาคือภาษาจีน ซึ่งเป็นภาษาต่างประเทศที่สองที่กำลังมีอิทธิพลมากต่อสังคมโลกปัจจุบันและมีอิทธิพลมากต่อพื้นที่การท่องเที่ยวต่าง ๆ ในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคภาคใต้ (ตารางที่ 3 แสดงสถิติการปรากฏของหน่วยภาษาต่าง ๆ)

**Table 3** The statistics of language units (Keawbut, 2020)

ภาษา	จำนวนครั้งที่ปรากฏ	ร้อยละ
ภาษาไทย	150	70.75
ภาษาอังกฤษ	169	79.71
ภาษาจีน	35	16.5
	(ตัวเต็ม) 24	11.32
	(ตัวย่อ) 11	5.18



**Table 3** The statistics of language units (Keawbut, 2020) (continued)

ภาษา	จำนวนครั้งที่ปรากฏ	ร้อยละ
ภาษาญี่ปุ่น	2	0.94
ภาษาสันสกฤต	1	0.47
ภาษารัสเซีย	1	0.47
ภาษาอาหรับ	1	0.47
ภาษาอินโดนีเซีย (Bahasa Indonesia)	1	0.47

## 2. ลักษณะเด่นของการใช้ภาษาในป้ายและชื่อธุรกิจร้านค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี

การศึกษาลักษณะเด่นทางภาษาทำให้เข้าใจการสะท้อนความคิด วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ที่จะสัมพันธ์กับภูมิทัศน์ความเป็นท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี ได้โดยจะนำเสนอลักษณะเด่นของการใช้ภาษาสองภาษาคือ ภาษาไทยและภาษาจีน ด้วยภาษาไทยเป็นภาษาหลักหรือภาษาประจำชาติ ในขณะที่ภาษาจีนเป็นภาษาต่างประเทศสำคัญที่ใช้สื่อสารกับกลุ่มชาวจีนที่เดินทางมายังประเทศไทย มีรายละเอียด ดังนี้

### ลักษณะเด่นของการใช้ภาษาไทย

ในงานวิจัยนี้จะใช้กรอบแนวคิดภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์ของทอม เฮอ์บเนอร์ Huebner (2009) ได้เสนอว่า กรอบแนวคิด “ชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสาร” (Ethnography of communication) ของ Dell Hymes นั้น เป็นกรอบแนวคิดที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างกรอบการวิเคราะห์สำหรับงานวิจัยทางด้านภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ได้



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี  
ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563)

แนวคิดนี้ได้กล่าวถึง การใช้ภาษาในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่มีกฎควบคุมแตกต่างกันและเน้นว่าการจะใช้ภาษาเพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพนั้น นอกจากผู้ใช้ภาษาต้องมีความรู้เกี่ยวกับความถูกต้องทางไวยากรณ์แล้ว ยังจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับการใช้ภาษาให้เหมาะสมกับบริบทอีกด้วย แนวทางในการวิเคราะห์

บริบทแวดล้อมภาษาตามแนวชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสารไว้โดยสรุปเป็นคำย่อว่า S-P-E-A-K-I-N-G กล่าวคือ

S ย่อมาจาก Setting หรือ Scene (ฉาก) คือ สถานที่หรือพื้นที่ที่ป้ายต่าง ๆ นั้นปรากฏอยู่ ในการวิเคราะห์มุ่งพิจารณาปัจจัยแวดล้อมทางกายภาพว่าป้ายนั้นตั้งขึ้นบริเวณใด ย่านใด ลักษณะร้านค้าอาคารโดยรอบชุมชนเป็นอย่างไร และรวมถึงสภาพสังคมที่เกี่ยวข้อง

P ย่อมาจาก Participants (ผู้ร่วมเหตุการณ์) คือ ผู้พูด-ผู้ฟังหรือผู้ส่งสาร-ผู้รับสารในการสื่อสาร ในบางครั้งอาจนับรวมผู้อื่นที่ร่วมอยู่ในเหตุการณ์ การสื่อสารด้วยหากบุคคลนั้นมีอิทธิพลต่อสถานการณ์การสื่อสารที่กำลังดำเนินอยู่ สำหรับภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์ ควรพิจารณาว่าใครเป็นผู้มีส่วนในการจัดทำและติดตั้งป้าย ป้ายนั้นจัดทำขึ้นเพื่อต้องการสื่อสารไปยังใครและใครมีส่วนร่วมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับป้ายนั้น ๆ

E ย่อมาจาก Ends (จุดมุ่งหมาย) คือ เป้าหมายหรือผลลัพธ์ที่ผู้ร่วมเหตุการณ์ตั้งไว้ใน การสื่อสารว่าต้องการให้เกิดสิ่งใดขึ้นในการสื่อสารครั้งนั้น คือ วัตถุประสงค์ของป้ายควรพิจารณาป้ายว่า จัดทำเพื่อวัตถุประสงค์อะไร เช่น ป้ายของธุรกิจการค้ามุ่งสื่อถึงความรู้สึกและอารมณ์ ป้ายประกาศต่าง ๆ อาจจะทำให้ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะหรือชักชวนหรือแจ้งให้ทราบเพื่ออธิบายป้ายคำเตือน ข้อห้ามต่าง ๆ มุ่งที่จะกำหนดบทบาทความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดทำป้ายกับผู้อ่านป้ายควรปฏิบัติตนอย่างไร

A ย่อมาจาก Act sequence (การลำดับกิจกรรม) คือ การลำดับของการให้ข้อมูลและองค์ประกอบในป้ายซึ่งมี 2 องค์ประกอบคือ ลักษณะของพื้นที่ที่มีการจัดวางของรูปข้อความต่าง ๆ และการลำดับการจัดเรียงแต่ละส่วนในป้าย



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี  
ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563)

K ย่อมาจาก Key (น้ำเสียง) คือลักษณะการใช้ภาษาที่โดดเด่นในป้าย

I ย่อมาจาก Instrumentalities (เครื่องมือในการสื่อสาร) คือ วจนภาษา และอวัจนภาษาที่ใช้ในป้าย ส่วนที่เป็นวจนภาษาควรพิจารณาภาษา การปนภาษา และตัวอักษรที่ใช้ ส่วนการใช้อวัจนภาษาควรพิจารณารูปแบบตัวอักษร ขนาด สัญลักษณ์ ลักษณะรูปร่างสีเหลี่ยม กลม รี หรืออิสระ ลักษณะของสีป้ายร้านค้า

N ย่อมาจาก Norms of Interaction & Interpretation (บรรทัดฐานของปฏิสัมพันธ์และการตีความ) คือ ข้อตกลงอันเป็นที่ทราบและยอมรับกันเกี่ยวกับการปฏิบัติตนของผู้ร่วมเหตุการณ์ในระหว่างการสื่อสารและข้อตกลงเกี่ยวกับการตีความหมายของสารที่ใช้ในการสื่อสารซึ่งอาจแตกต่างกันตามลักษณะของวัฒนธรรมในแต่ละสังคม เช่น ประเทศ ก. มีนโยบายการติดตั้งชื่อในป้ายร้านค้าด้วยภาษาของประเทศตนเอง เป็นต้น

G ย่อมาจาก Genre (ประเภท) คือ ประเภทป้ายต่าง ๆ ได้แก่ ป้ายชื่อร้านค้า ป้ายประกาศต่าง ๆ เป็นต้น

เมื่อใช้กรอบทฤษฎีชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสารนี้มาวิเคราะห์ภาษาในป้ายและชื่อธุรกิจการค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีพบว่าองค์ประกอบของภูมิทัศน์ทางภาษาที่เกิดจากป้าย มีดังนี้

### 2.1 S - Setting (ฉาก)

เมื่อพิจารณาทั้งภายในและภายนอกตัวอาคารผู้โดยสารสนามบินสุราษฎร์ธานี จะปรากฏป้ายและชื่อธุรกิจร้านค้าทั้งของภาครัฐหรือองค์กรที่อยู่ภายใต้กำกับของภาครัฐและป้ายของภาคเอกชนหรือหน่วยงานส่วนบุคคล การปรากฏของป้ายภาครัฐหรือองค์กรที่อยู่ภายใต้กำกับของภาครัฐเกิดขึ้นอย่างกระจัดกระจายตามจุดจำเป็นในการสื่อสาร เช่น ป้ายบอกทาง สถานที่ ห้อง จุดให้ข้อมูลหรือจุดการทำธุรกรรมต่าง ๆ

ในส่วนป้ายของภาคเอกชนหรือหน่วยงานส่วนบุคคลได้มีการจัดสรรแบ่งกลุ่มพื้นที่ไว้อย่างชัดเจนตามประเภทของธุรกิจการค้า เช่น งานบริการการบิน จะอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกันอยู่ในพื้นที่ใช้งานที่ผู้ใช้บริการสามารถเห็นได้อย่างชัดเจน



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี  
ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563)

เมื่อเข้ามายังตัวอาคารผู้โดยสาร ร้านอาหารและเครื่องดื่มก็จะอยู่บริเวณเดียวกันในแต่ละชั้นของตัวอาคารผู้โดยสารเพื่อความสะดวกในการใช้บริการของผู้โดยสาร ส่วนฝ่ายประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูลก็จะอยู่ในบริเวณศูนย์กลางซึ่งเห็นได้ง่ายสะดวกในการขอหรือรับข้อมูลต่าง ๆ หรือในส่วนพื้นที่ที่เป็นการใช้บริการรถให้เขาก็กจะตั้งอยู่บริเวณเดียวกันและอยู่ในตำแหน่งตรงกับประตูผู้โดยสารออกเป็นตำแหน่งที่เห็นได้ง่ายเอื้อต่อการใช้บริการ

ฉากที่เกี่ยวข้องกับป้ายและชื่อธุรกิจร้านค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีอีกอย่างหนึ่งคือ ท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีเป็นพื้นที่แห่งการเปิดรับชาวต่างชาติรวมทั้งเป็นพื้นที่แห่งการหลั่งไหลและความหลากหลายของวัฒนธรรมจากต่างชาติในภาคใต้ ในขณะที่เดียวกันประเทศไทยก็มีนโยบายการส่งเสริมรณรงค์การใช้และอนุรักษ์ภาษาไทย ประเด็นดังกล่าวนี้ เมื่อนำมาพิจารณาประกอบกับลักษณะภาษาที่ปรากฏในป้ายและชื่อธุรกิจร้านค้าช่วยให้เห็นว่า แม้ว่าภาษาไทยจะเป็นภาษาประจำชาติและภาษาหลักในการสื่อสารแต่ป้ายและชื่อธุรกิจร้านค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีมีลักษณะของการปนภาษา Prasithrathsint (1997) ซึ่ง ได้กล่าวถึงการปนภาษาว่าหมายถึง การใช้ภาษาหนึ่งในบริบทของอีกภาษาหนึ่งทั้งในระดับคำ สำนวนและประโยคให้เห็นอย่างชัดเจนซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของพื้นที่นี้ หรืออาจกล่าวได้ว่า ท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีเป็นพื้นที่ที่มีสภาวะพหุภาษา (Multi Language) กล่าวคือ เป็นพื้นที่ที่มีการใช้ภาษาที่หลากหลายโดยเกิดจากการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างคนต่างเชื้อชาติต่างภาษา พื้นที่ในลักษณะนี้มีความสำคัญสามารถเชื่อมโยงภาษาต่าง ๆ ที่ปรากฏขึ้นในชุมชนได้อย่างเป็นธรรมชาติและกลมกลืน

## 2.2 P - Participants (ผู้ร่วมเหตุการณ์)

ผู้ร่วมเหตุการณ์การสื่อสารที่เกี่ยวกับป้ายและชื่อธุรกิจร้านค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีมี ดังนี้



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี  
ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563)

1) ผู้ส่งสาร คือ หน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรที่อยู่ภายใต้กำกับของภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชนหรือเจ้าของกิจการส่วนบุคคล

2) ผู้รับสาร ได้แก่ กลุ่มผู้โดยสารที่เข้ามาใช้บริการยังท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี ทั้งขาเข้าและขาออก ประกอบไปด้วยชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมทั้งผู้ใช้บริการอื่น ๆ นอกเหนือจากการโดยสาร ทำให้พื้นที่ดังกล่าวมีความหลากหลายทางภาษา จึงทำให้เกิดความหลากหลายของป้ายที่ใช้สื่อสารด้วย

3) ผู้ร่วมเหตุการณ์อื่น ๆ ได้แก่ ผู้คนทั่วไปที่เข้ามายังท่าอากาศยานและพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ที่ทำงานในท่าอากาศยาน

4) รัฐบาลไทยมีบทบาทต่อการใช้ภาษาในสังคมไทยเพราะเป็นผู้กำหนดนโยบายภาษาในสังคมไทย Wangpusit (2012) อย่างไรก็ดี แม้ว่าประเทศไทยจะดำเนินการส่งเสริมให้มีการใช้ภาษาไทยเป็นภาษาเดียว (Unilingual language policy) อย่างแข็งขันจริงจิ่งทั้งในอดีตจนถึงปัจจุบัน เช่น ในกรณีของการประกาศรัฐนิยมว่า “ภาษาไทยเป็นภาษาของชาติ” ในรัฐบาลสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม เมื่อปี พ.ศ. 2483 ทำให้ภาษาไทยมีบทบาทเป็นทั้งภาษาชาติและภาษาราชการโดยอัตโนมัติ แต่การใช้ภาษาในป้ายและชื่อธุรกิจร้านค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีก็มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวคือ มีการปนของภาษาต่างประเทศซึ่งไม่สอดคล้องกับนโยบายภาษาที่รัฐบาลพยายามส่งเสริมสนับสนุน แต่การปนของภาษาต่างประเทศนั้นเป็นเครื่องมือที่ช่วยรองรับการเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

### 2.3 E - Ends (จุดมุ่งหมาย)

ป้ายและชื่อธุรกิจร้านค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีมีการติดตั้งเพื่อจุดประสงค์ 2 ประการ ได้แก่ 1) การแจ้งเพื่อทราบและให้ข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ เช่น ป้ายบอกทางสถานที่ เป็นต้น และ 2) ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ คือ เพื่อประชาสัมพันธ์ โฆษณาสินค้าและบริการของธุรกิจ เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร รถให้เช่า เป็นต้น โดย



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี  
ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563)

จุดประสงค์ทั้งสองประการนี้มีขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งตัวข้อมูลต่าง ๆ ในสนามบินและการรับบริการจากสนามบินหรือจากหน่วยพาณิชย์ต่าง ๆ ของผู้โดยสารทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

2.4 A - Act sequence (การลำดับกิจกรรม)

การลำดับในการสื่อสารของป้ายมีสิ่งที่ควรพิจารณา 2 สิ่ง คือ 1) ลักษณะของพื้นที่ที่มีการจัดวางข้อความ รูปต่าง ๆ และ 2) การลำดับการจัดเรียงแต่ละส่วนในป้าย ดังนี้

1) ลักษณะของพื้นที่ในป้าย

ป้ายและชื่อธุรกิจร้านค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีส่วนใหญ่จะเน้นให้ชื่อป้ายปรากฏเด่นชัดที่สุด ลักษณะการเน้นเช่นนี้ทำให้เห็นข้อความที่ต้องการสื่อสารชัดเจน ซึ่ให้เห็นความสำคัญของวัตถุประสงค์ของป้ายคือการแจ้งเพื่อทราบและให้ข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของป้ายของภาครัฐหรือองค์กรที่อยู่ภายใต้กำกับของภาครัฐ ในขณะที่ป้ายของภาคเอกชนหรือหน่วยงานส่วนบุคคล นอกจากจะมีการเน้นข้อความที่เป็นชื่อป้ายให้เห็นเด่นชัดแล้ว ยังมีการใช้รูปภาพ ตัวอักษร หรือสี ปรากฏยังพื้นที่ในป้าย เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ โฆษณาสินค้าและบริการของธุรกิจ (รายละเอียดตามตารางที่ 2)

อย่างไรก็ตาม ในกรณีของป้ายภาครัฐหรือองค์กรที่อยู่ใต้กำกับของภาครัฐยังปรากฏการใช้ชื่อป้ายที่เป็นข้อความตัวอักษรควบคู่ไปกับรูปภาพสัญลักษณ์ เนื่องจากรูปภาพสัญลักษณ์เหล่านี้มีส่วนช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น ลดเวลาในการแปรความเพื่อทำความเข้าใจ ในบางป้ายพบว่า รูปภาพสัญลักษณ์นั้นมีขนาดที่ใหญ่กว่าข้อความตัวอักษร อาจเป็นไปได้ว่าการได้เห็นรูปภาพหรือสัญลักษณ์จะส่งผลให้เข้าใจความได้โดยไม่ต้องอ่านข้อความตัวอักษรเลยก็เป็นได้ นอกจากนี้ในบางป้ายยังปรากฏเพียงรูปภาพสัญลักษณ์เพียงองค์ประกอบเดียว สามารถสื่อสารได้เข้าใจ เช่น ป้ายห้องน้ำหญิง ห้องน้ำชายและห้องน้ำคนพิการ การใช้รูปภาพสัญลักษณ์ในลักษณะนี้ถือเป็นอวัจนภาษาประเภท



หนึ่งและยังเป็นภาษาสากลที่ใช้สื่อสารกับคนทุกชาติทุกภาษาได้ จึงเป็นองค์ประกอบ  
ที่ผู้ส่งสารเลือกขึ้นมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในป้าย

## 2) การลำดับองค์ประกอบในป้าย

ผลการศึกษาพบว่า ป้ายมีองค์ประกอบทั้งหมดเพียง 2 หน่วย 3  
หน่วย และ 4 หน่วย ตามลำดับ ป้ายที่มีองค์ประกอบหลายหน่วย จะปรากฏทั้ง  
องค์ประกอบที่เป็นตัวภาษาและรูปภาพสัญลักษณ์ จากข้อมูลจากกล่าวได้ว่า ป้าย  
ส่วนใหญ่มีการปนของภาษา โดยมีภาษาไทยเป็นหลักและมีการปนของภาษาอังกฤษ  
รองลงมาคือ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาสันสกฤต ภาษารัสเซีย ภาษาอาหรับ และภาษา  
อินโดนีเซีย ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นการวางแผนรับมือกับการเดินทางเข้ามาของ  
ผู้ใช้บริการชาวต่างชาติ

ในกรณีป้ายภาครัฐหรือองค์กรที่อยู่ภายใต้กำกับของภาครัฐที่  
เป็นการปนภาษาระหว่างภาษาไทยกับภาษาอังกฤษ จะปรากฏภาษาไทยเป็น  
ข้อความอยู่ในบรรทัดแรก ตามด้วยข้อความภาษาอังกฤษในบรรทัดต่อมา สะท้อน  
ให้เห็นการให้ความสำคัญกับภาษาไทยซึ่งเป็นภาษาประจำชาติ และการให้  
ความสำคัญรองกับภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาต่างประเทศที่มีบทบาทมานานและ  
ต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลพบว่า ยังมีป้ายบางส่วนของส่วนเอกชนและธุรกิจ  
ร้านค้าที่เป็นการปนภาษาระหว่างภาษาไทยกับภาษาอังกฤษ แต่วางข้อความ  
ภาษาอังกฤษไว้บนข้อความภาษาไทย ลักษณะเช่นนี้อาจจะเกิดจากปัจจัยของ  
ผู้ใช้บริการที่เป็นเป้าหมายของธุรกิจนั้น ๆ

## 2.5 K-Key (น้ำเสียง)

ในหัวข้อนี้จะมุ่งศึกษาลักษณะการใช้ภาษาในป้ายและชื่อธุรกิจ  
ร้านค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีที่มีลักษณะโดดเด่นหลากหลาย  
ได้แก่ การใช้ภาษาเขียนทางการ การใช้คำขวัญคำโปรย การใช้ภาษาพูด การใช้คำ  
ทับศัพท์ การใช้คำคล้องจอง และการใช้คำย่อคำตัด ดังนี้



**Table 4** The frequency of remarkable features of Thai usage

ลำดับ	ลักษณะเด่นของการใช้ภาษา	ความถี่ที่ปรากฏ	ค่าร้อยละ
1	การใช้ภาษาเขียนทางการ	91	53.22
2	การใช้คำขวัญคำโปรย	27	15.79
3	การใช้ภาษาพูด	20	11.69
4	การใช้คำคล้องจอง	16	9.36
5	การใช้คำทับศัพท์	14	8.19
6	การใช้คำย่อคำตัด	3	1.75
<b>รวม</b>		<b>171</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4 จะเห็นว่า ขนบการใช้ภาษาในป้ายและชื่อธุรกิจร้านค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีมีลักษณะเด่นคือ การใช้ภาษาเขียนที่เป็นทางการ พบในจำนวนที่มากที่สุด อาจเนื่องมาจากการใช้ภาษาเขียนที่เป็นทางการเป็นการใช้ภาษาแบบตรงไปตรงมา สามารถเข้าใจได้ในทันที เพื่อสื่อสารภายในท่าอากาศยาน เช่น “ตรวจบัตรโดยสาร” “พื้นที่หวงห้ามและพื้นที่ควบคุม” “ผู้โดยสารขาออกภายในประเทศ” “ห้องตรวจสัมภาระ” “สุขา” เป็นต้น ลักษณะของการใช้ภาษาเขียนแบบตรงไปตรงมานี้เป็นลักษณะเด่นของป้ายภาครัฐหรือองค์กรที่อยู่ภายใต้กำกับของภาครัฐ ด้วยวัตถุประสงค์ในการแจ้งเพื่อทราบและให้ข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ จึงทำให้เกิดการใช้ภาษาในลักษณะนี้

การใช้คำขวัญคำโปรยเป็นวรรณศิลป์อย่างหนึ่ง มีลักษณะการใช้ภาษาเพื่อหวนล้อมความคิด ความรู้สึกของผู้รับสารให้เกิดความสนใจในสิ่งที่ต้องการนำเสนอ จากข้อมูลป้ายและชื่อธุรกิจการค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี ปรากฏการใช้คำขวัญคำโปรย เช่น “ศีลธรรมไม่กลับมา โลกจะวินาศ” เป็นคำโปรยที่สื่อถึงการแสดงอัตลักษณ์ทางพุทธศาสนา ในป้ายปรากฏร่วมกับรูปวาดของพระธรรมโกศาจารย์ พระพุทธทาสภิกขุซึ่งเป็นเจ้าของวาทะ และยังเป็นพระเกจิ



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี  
ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563)

อาจารย์คูเมืองไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้วย “มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยต้นแบบแห่งภูมิภาค เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น” เป็นคำโปรยที่สื่อถึงการให้ความสำคัญของการศึกษา เนื่องจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี เป็นมหาวิทยาลัยระดับภูมิภาคที่ได้รับความนิยม ทั้งยังเป็นการประกาศจุดยืนในหลักการ รวมทั้งเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลในพื้นที่สาธารณะด้วย

การใช้ภาษาพูด ภาษาพูดบางที่เรียกว่า “ภาษาปาก” หรือ “ภาษาเฉพาะกลุ่ม” ภาษาพูดไม่เคร่งครัดในหลักภาษาหรือหลักไวยากรณ์ จากข้อมูลป้ายและชื่อธุรกิจการค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีปรากฏการใช้ภาษาพูด เช่น “ถอน โอน เต็ม จ่าย แม่แม่ณี ซื้อง่าย ขายคล่อง” ข้อความกล่าวถึง Application จัดการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารไทยพาณิชย์ ใช้คำภาษาปากที่เข้าใจได้ในทันที ทั้งยังเป็นคำที่แฝงอารมณ์ความรู้สึกซึ่งเป็นคุณสมบัติข้อสำคัญของภาษาพูด “เริ่มต้น 2 ล้านกว่า 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ” ตัวอย่างนี้เป็นภาษาพูดในลักษณะที่ไม่เคร่งครัดกับหลักภาษา กล่าวคือ ระบบการบอกจำนวนแบบไทยประกอบไปด้วย คำนาม+คำบอกจำนวน+คำลักษณนาม ในขณะที่ตัวอย่างจะใช้การวางโครงสร้างการบอกจำนวนแบบภาษาอังกฤษคือ ใช้เลขบอกจำนวนวางไว้หน้าคำนามได้เลย

การใช้คำคล้องจอง คำคล้องจอง คือ คำที่ใช้สระหรือพยัญชนะเสียงเดียวกัน และถ้ามีตัวสะกดจะต้องมีตัวสะกดในมาตราเดียวกัน คำคล้องจองเรียกได้ว่าเป็นการใช้ภาษาเชิงวรรณศิลป์รูปแบบหนึ่ง จากข้อมูลป้ายและชื่อธุรกิจการค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีปรากฏการใช้คำคล้องจอง เช่น “เบรก คึกคัก พักกับคึก” ป้ายโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำอัดลม คำว่า “คึก” กับ “พัก” เป็นคู่คำคล้องจอง “สะดวก สบาย ย้ายค่ายเบอร์เดิม” ป้ายโฆษณาโปรโมชันของเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ คำว่า “สบาย” กับ “ค่าย” เป็นคู่คำคล้องจอง “เที่ยวทะเลอย่างปลอดภัย ต้องสวมใส่เสื้อชูชีพทุกครั้ง” ป้ายของกรมเจ้าท่า แจ้งเหตุด่วนเหตุร้ายทางน้ำ คำว่า “ภัย” กับ “ใส่” เป็นคู่คำคล้องจอง

การใช้คำทับศัพท์ การทับศัพท์ คือ การรับคำภาษาต่างประเทศมาใช้ในภาษาไทยด้วยวิธีการต่าง ๆ จากข้อมูลป้ายและชื่อธุรกิจการค้าในท่าอากาศยาน



นานาชาติสุราษฎร์ธานีปรากฏการใช้คำทับศัพท์ เช่น “กระเป๋านั่งจะเข้แท้ของไทย ดีไซน์สากล” เป็นป้ายร้านค้าจำหน่ายสินค้าประเภทกระเป๋าหนังสัตว์ “เคาน์เตอร์ปิด 45 นาที ก่อนเวลาออกเดินทาง” ป้ายแสดงข้อปฏิบัติของผู้โดยสารในกาโดยสารเครื่องบิน “สไมล์ คาร์เร้นท์” ป้ายร้านให้บริการเช่ารถ จากตัวอย่างปรากฏคำว่า “ดีไซน์” “เคาน์เตอร์” “สไมล์” และ “คาร์เร้นท์” ทั้งหมดนี้เป็นการนำคำภาษาอังกฤษมาทับศัพท์ โดยถอดอักษรในภาษาอังกฤษพอสมควรแก่การแสดงที่มาของรูปศัพท์ และเขียนในรูปที่อ่านได้สะดวกในภาษาไทย

การใช้คำย่อคำตัด เป็นลักษณะการใช้ภาษาในขอบเขตพื้นที่ที่จำกัด ช่วยให้ประหยัดเนื้อที่ในการเขียนตัวอักษรแต่ก็ยังคงการสื่อความหมายได้เข้าใจ เช่นเดิม จากข้อมูลป้ายและชื่อธุรกิจการค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี ปรากฏการใช้คำย่อคำตัด เช่น “นกแอร์ให้ชาวสุราษฎร์ฯบินสบาย ไม่ต้องจ่ายเพิ่ม” คำว่า “สุราษฎร์ฯ” เป็นการลดรูปของคำเหลือไว้แต่ส่วนหน้าจากคำเต็มว่า “สุราษฎร์ธานี” โดยปรากฏร่วมกับเครื่องหมายไปยาลน้อย “ศปภ.สน.สภ.พุนพิน” เป็นการลดรูปของคำเหลือไว้เพียงตัวอักษรเรียกว่า อักษรย่อ โดยต้องประกอบกับเครื่องหมายจุดหรือมหัพภาค (.) มาจากคำเต็มว่า “ศูนย์ปฏิบัติการส่วนหน้าสถานีตำรวจภูธรพุนพิน”

#### 2.6 I - Instrumentalities (เครื่องมือในการสื่อสาร)

ในหัวข้อนี้จะพิจารณาลักษณะภาษาที่ใช้ในป้ายต่าง ๆ ว่าใช้ภาษาอะไรเป็นหลัก เขียนด้วยตัวอักษรภาษาอะไร องค์ประกอบนี้นับว่ามีความสำคัญมาก ทั้งนี้เพราะประเด็นสำคัญที่แนวคิดภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์มุ่งวิเคราะห์คือ ภาวะพหุภาษา โดยมีแนวคิดว่าการปรากฏของการปนภาษาในป้ายต่าง ๆ จะช่วยสะท้อนให้เห็นภาวะพหุภาษา และพหุวัฒนธรรม กล่าวคือ ภาษาที่ใช้ในป้ายตามบริบทต่าง ๆ เป็นสิ่งบ่งบอกว่า คนในบริบทนั้น ๆ เป็นผู้พูดภาษาอะไรและมาจากวัฒนธรรมใด บริบทที่มีป้ายที่มีการปนภาษาสูง แสดงให้เห็นว่าอาจจะมีคนจากต่างภาษาและวัฒนธรรมมาปฏิบัติสัมพันธ์ร่วมกัน



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี  
ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563)

ภาษาที่ใช้ในป้ายและชื่อธุรกิจการค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีปรากฏจำนวนการใช้ข้อความจากภาษาอังกฤษมากที่สุด (169 ป้าย) รองลงมาคือ ภาษาไทย (150 ป้าย) และภาษาจีน (35 ป้าย) ภาษาญี่ปุ่น (2 ป้าย) ภาษาสันสกฤต (1 ป้าย) ภาษารัสเซีย (1 ป้าย) ภาษาอาหรับ (1 ป้าย) และภาษาอินโดนีเซีย (1 ป้าย) ตามลำดับ (ดูรายละเอียดจากตารางที่ 3 แสดงสถิติการปรากฏของหน่วยภาษาต่าง ๆ) การใช้คำภาษาต่างประเทศคือ ภาษาอังกฤษเป็นจำนวนมาก น่าจะเพื่อการสื่อความที่เป็นสากล เนื่องจากภาษาอังกฤษเข้ามามีบทบาทในฐานะภาษาโลก โดยส่วนใหญ่ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกจะใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางในการสื่อสาร

ลักษณะการใช้ภาษาอังกฤษเป็นจำนวนมากข้างต้นสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยดังที่ Chanket (1985) ได้กล่าวถึง การตั้งชื่อป้ายด้วยภาษาอังกฤษที่เพิ่มมากขึ้น แม้ว่าบริษัท ห้างร้าน สถานที่ที่จะอยู่ในเมืองไทย เจ้าของเป็นคนไทย ผลิตในเมืองไทยก็ตาม นอกจากการใช้ภาษาต่างประเทศเหล่านี้จะเป็นลักษณะเด่นที่เป็นสากลในป้ายและชื่อธุรกิจการค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีแล้วยังเป็นการแสดงแผนในการรับมือกับผู้ใช้บริการชาวต่างชาติที่มีแนวโน้มจะเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต

2.7 N – Norms of Interaction & Interpretation (บรรทัดฐานของปฏิสัมพันธ์และการตีความ)

ผลการศึกษาพบว่า กฎหมายและข้อกำหนดที่มีความเกี่ยวข้องกับป้ายและชื่อธุรกิจการค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี ได้แก่

1) พระราชบัญญัติภาษีป้าย พ.ศ. 2510 และฉบับเพิ่มเติม พ.ศ. 2534 เจ้าของป้ายจะต้องเสียภาษีป้ายตามอัตราที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติภาษีป้าย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2534 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมจาก พระราชบัญญัติภาษีป้าย พ.ศ. 2510 และเริ่มใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 30 ธันวาคม 2534 เป็นต้นมา ในพระราชบัญญัติดังกล่าวมีสาระสำคัญเกี่ยวกับอัตราการเสียภาษีซึ่งคำนวณจากขนาดและลักษณะตัวอักษรในป้าย ดังนี้



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี  
ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563)

- ป้ายที่มีอักษรไทยล้วนให้คิดอัตรา 10 บาท ต่อห้าร้อยตารางเซนติเมตร
- ป้ายที่มีอักษรไทยปนกับอักษรต่างประเทศและหรือปนกับภาพและหรือเครื่องหมายอื่นให้คิดอัตรา 100 บาท ต่อห้าร้อยตารางเซนติเมตร
- ป้ายดังต่อไปนี้ให้คิดอัตรา 200 บาท ต่อห้าร้อยตารางเซนติเมตร คือ
  - (ก) ป้ายที่ไม่มีอักษรไทยไม่ว่าจะมีภาพหรือเครื่องหมายใด ๆ หรือไม่
  - (ข) ป้ายที่มีอักษรไทยบางส่วนหรือทั้งหมดอยู่ใต้หรือต่ำกว่าอักษรต่างประเทศ

จะเห็นได้ว่าเกณฑ์การเก็บภาษีป้ายในประเทศไทยเอื้อและให้ความสำคัญกับการใช้อักษรภาษาไทยในป้าย ดังจะเห็นได้ว่าป้ายที่เป็นตัวอักษรภาษาไทยจะเสียภาษีน้อยกว่าป้ายที่เป็นตัวอักษรภาษาต่างประเทศ นอกจากนี้ ป้ายที่มีตัวอักษรภาษาไทยปรากฏกำกับอยู่กับภาษาต่างประเทศก็จะเสียภาษีถูกกว่าป้ายที่เป็นตัวอักษรภาษาต่างประเทศเพียงอย่างเดียว แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยเน้นการรณรงค์การใช้ภาษาไทยในป้าย อย่างไรก็ตาม พระราชบัญญัติดังกล่าวก็สะท้อนให้เห็นว่า รัฐบาลไทยไม่ได้จำกัดไม่ให้มีการใช้ตัวอักษรภาษาต่างประเทศในป้ายด้วยเช่นกัน

2) นโยบายภาษาของประเทศไทย นโยบายนี้มีลักษณะนโยบายผสมกลมกลืน (assimilation policy) คือ นโยบายที่ส่งเสริมภาษาเดียว (monolingual policy) เพียงภาษาเดียว โดยใช้มาตรการเข้มงวดในการเร่งรัดกระบวนการลดขนาดของกลุ่มผู้พูดภาษาใดกลุ่มหนึ่งที่ไม่ใช่ภาษาทางการของประเทศให้เล็กลงหรือเหลือจำนวนน้อยลง (Tajaroensuk, 2009)

อย่างไรก็ตาม แม้ประเทศไทยจะมีนโยบายภาษาที่สนับสนุนการใช้ภาษาไทย สร้างความเป็นเอกภาพของชนในชาติด้วยภาษาเดียวกัน แต่ในบริบทของป้ายในท่าอากาศยานปรากฏการใช้ภาษาเป็นภาษาอังกฤษมากกว่าภาษาไทย ซึ่งเป็นลักษณะเด่นทางด้านภูมิทัศน์ภาษาและแสดงให้เห็นว่า ท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีมีจุดมุ่งหมายในการสร้างความเป็นสากลและเปิดรับวัฒนธรรมต่างชาติ



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี  
ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563)

นอกจากนี้ ความเป็นพหุภาษาที่เกิดขึ้นจากป้ายและชื่อธุรกิจการค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีมีลักษณะเป็นการผสมผสานกันระหว่างภาษาที่หลากหลาย ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาไทย ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาสันสกฤต ภาษารัสเซีย ภาษาอาหรับ และภาษาอินโดนีเซีย ตามลำดับ (ดูรายละเอียดจากตารางที่ 3 แสดงสถิติการปรากฏของหน่วยภาษาต่าง ๆ)

2.8 G - Genre (ประเภทการสื่อสาร)

เมื่อใช้เกณฑ์ของหน่วยงานที่จัดทำป้ายมาจำแนกประเภทของป้ายในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่ 1) ป้ายที่จัดทำโดยภาครัฐหรือองค์กรที่อยู่ภายใต้กำกับของภาครัฐ เช่น ป้ายบอกทางสถานที่ ห้อง จุดให้ข้อมูลหรือจุดการทำธุรกรรมต่าง ๆ เป็นต้น และ 2) ป้ายที่จัดทำโดยภาคเอกชนหรือหน่วยงานส่วนบุคคล เช่น ป้ายงานบริการการบิน ป้ายห้างร้าน ป้ายร้านอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น

ลักษณะเด่นของการใช้ภาษาจีน

การใช้ภาษาจีนในป้ายไม่เพียงแต่เป็นภาพสะท้อนของการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังเป็นภาพสะท้อนเชิงสัญลักษณ์ที่ทำให้เห็นถึงกลุ่มคนที่มีอิทธิพลทางด้านต่าง ๆ (Xu and Lu, 2015) ในเขตบริเวณนั้น ๆ เช่น ด้านสังคม การดำรงชีวิต เศรษฐกิจ และภาษาหรืออักษรต่างประเทศที่ปรากฏนั้นยังเป็นตัวบ่งบอกถึงการยอมรับในตัวตน ชนชาติ และวัฒนธรรมต่างประเทศนั้น ๆ อีกด้วย

**Table 5** The statistics of foreign tourists in Surat Thani, Koh Tao, Koh Phangan and Koh Samui (Keawbut, 2020)

สัญชาติ นักท่องเที่ยว	มาเลเซีย	สิงคโปร์	จีน	ฮ่องกง	ไต้หวัน	รวม
ปี พ.ศ. 2559	7,263	1,900	65,793	2,715	1,498	926,377
ปี พ.ศ. 2560	8,488	2,183	103,352	3,091	1,738	1,000,018
การเพิ่ม/ลดของจำนวน (ร้อยละ)	+16.87	+14.89	+57.09	+13.85	+16.02	+7.95



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี  
ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563)

จากสถิติเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี เกาะเต่า เกาะพะงัน เกาะสมุย ระหว่างปี 2559-2560 ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ดังตารางที่ 5) พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ (มาเลเซีย สิงคโปร์ จีนฮ่องกง ไต้หวัน) มีจำนวนเพิ่มขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีนที่มีสถิติเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดดมากถึงร้อยละ 57.09 ตามด้วยนักท่องเที่ยวมาเลเซีย ไต้หวัน สิงคโปร์ และฮ่องกงตามลำดับ ซึ่งการใช้ภาษาและอักษรจีนในห้องผู้โดยสารขาเข้า-ผู้โดยสารขาออก และอาคารท่าอากาศยานนานาชาติ จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าเป็นการใช้ภาษาเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ ซึ่งป้ายต่าง ๆ จัดทำขึ้นโดยภาคเอกชนหรือหน่วยงานส่วนบุคคลที่มีความจำเป็นต้องการสื่อสารกับกลุ่มนักท่องเที่ยวจีน ฮ่องกง ไต้หวัน และกลุ่มนักท่องเที่ยวมาเลเซียและสิงคโปร์ ซึ่งสามารถจัดอันดับการใช้ภาษาจีนในงานด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้ 1) งานบริการการบิน 2) งานบริการทั่วไป 3) ประชาสัมพันธ์ และการให้ข้อมูล 4) การค้าและการลงทุน 5) ชื่อห้างร้าน 6) อาหารและเครื่องดื่ม

Table 6 The statistics of language units (Keawbut, 2020)

ภาษาและการแบ่งประเภท	จำนวนครั้ง	ร้อยละ	
ภาษาจีน	35	16.5	ตัวอย่างข้อความภาษาจีน
	(ตัวเต็ม) 24	11.32	
	(ตัวย่อ) 11	5.18	
งานบริการการบิน	14	6.6	国际行李领取
งานบริการทั่วไป	9	4.24	機場巴士服務
ประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูล	6	2.8	旅遊部誌願者
การค้าการลงทุน	3	1.41	德萬酒店
ชื่อห้างร้าน	2	0.94	鱈魚皮包
อาหารและเครื่องดื่ม	1	0.47	咖啡



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี  
ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563)

การวิจัยพบว่า ป้ายภาษาจีนที่ปรากฏในห้องผู้โดยสารขาเข้า-ผู้โดยสารขาออก และอาคารท่าอากาศยานนานาชาติ จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีจำนวนการปรากฏใช้รวมทั้งสิ้น 35 ครั้ง แบ่งออกเป็นอักษรจีนตัวเต็ม 24 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.32 อักษรจีนตัวย่อ 11 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.18 (ดังตารางที่ 6) ซึ่งสถิติข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าการใช้อักษรจีนในป้ายนั้นเป็นการจัดทำขึ้นเพื่อรองรับการเข้ามาของกลุ่มนักท่องเที่ยวฮ่องกง ไต้หวัน และกลุ่มนักท่องเที่ยวมาเลเซียและสิงคโปร์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มข้างต้นใช้อักษรจีนตัวเต็ม แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวจีน (แผ่นดินใหญ่) ใช้อักษรจีนตัวย่อตาม “กฎหมายภาษาและอักษรกลางแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน” (The Central People’s Government of the People’s Republic of China, 2001) ที่ผ่านมติการประชุมสภาประชาชนแห่งชาติจีนครั้งที่ 9 การประชุมย่อยครั้งที่ 18 วันที่ 31 ตุลาคม 2553 และมีผลบังคับใช้อย่างเป็นทางการในวันที่ 1 มกราคม 2554 ซึ่งกฎหมายภาษาและอักษรกลางแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีนมีหัวใจสำคัญเพื่อผลักดันความเป็นมาตรฐาน รูปแบบที่ชัดเจน และความถูกต้องในภาษาและอักษรกลางแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน สามารถใช้ภาษาและอักษรกลางมีบทบาทในการพัฒนาสังคมและการดำรงชีวิต กระชับความสัมพันธ์ระหว่างชนชาติ เศรษฐกิจและวัฒนธรรมในประเทศ

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีปรากฏการณ์การใช้อักษรจีนตัวเต็มในสาธารณรัฐประชาชนจีนเพิ่มมากขึ้น ด้วยเพราะการสนับสนุนและค่านิยมทางวัฒนธรรม (ยกเว้นการใช้อักษรจีนตัวเต็มกับ 1) วัตถุโบราณ 2) อักษรพิเศษในชื่อสกุล 3) การเขียนพู่กันจีนและงานศิลปะที่เกี่ยวข้อง 4) การเขียนอักษรจีนชื่อเฉพาะในป้ายเขียนมือ 5) สื่อสิ่งพิมพ์ การเรียนการสอนหรืองานวิจัยที่มีความจำเป็น และ 6) การได้รับอนุมัติเป็นกรณีพิเศษจากรัฐสภา (国务院) หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง) แต่หากดูตามข้อกำหนดของกฎหมายภาษาและอักษรกลางแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน

มาตราที่ 11 สื่อสิ่งพิมพ์ต้องสอดคล้องกับมาตรฐานและรูปแบบของภาษาและอักษรกลางแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี  
ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563)

มาตราที่ 12 สถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีโทรทัศน์จะต้องใช้ภาษาจีนกลางใน การกระจายเสียงและกระจายภาพ หากมีความจำเป็นต้องใช้ภาษาต่างประเทศในการกระจายเสียงหรือกระจายภาพ จะต้องผ่านการอนุญาตจากกรมการเมืองหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

มาตราที่ 13 ภาคบริการสาธารณะจะต้องใช้อักษรจีน (ตัวย่อ) ในการให้บริการ ป้าย โฆษณา ประกาศ ที่ใช้อักษรต่างประเทศจะต้องมีอักษรจีน (ตัวย่อ) กำกับและสนับสนุนให้ใช้ภาษาจีนกลางในการสื่อสารและการบริการ

มาตราที่ 14 กรณีต่อไปนี้จะต้องเป็นไปตามมาตรฐานและรูปแบบของภาษาและอักษรกลางแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน

1. ภาษาและอักษรที่ใช้กับการกระจายเสียง ภาพยนตร์ สื่อโทรทัศน์
2. ภาษาและอักษรที่ใช้กับโครงสร้างพื้นฐานสาธารณะ
3. ภาษาและอักษรที่ใช้กับป้าย โฆษณา
4. ภาษาและอักษรที่ใช้กับชื่อหน่วยงาน
5. ภาษาและอักษรที่ใช้อธิบายบนบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ

มาตราที่ 23 หน่วยงานราชการระดับเขตขึ้นไปมีหน้าที่จัดการและตรวจสอบการใช้ภาษาในชื่อหน่วยงาน ชื่อผลิตภัณฑ์ และสื่อโฆษณา

มาตราที่ 25 หน่วยงานด้านภาษาและอักษรกลางภายในกำกับของกรมการเมือง หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีหน้าที่ตรวจสอบและรับรองภาษา ต่างประเทศที่เป็นชื่อบุคคล สถานที่ และศัพท์เฉพาะทางในด้านต่าง ๆ

พบว่าในกฎหมายภาษาและอักษรกลางแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน มีการกำหนดการใช้ภาษาและอักษรจีนไว้อย่างชัดเจน และการที่ภาครัฐหรือเอกชนจะจัดทำโครงสร้างพื้นฐานสาธารณะ ป้ายโฆษณา จะต้องเป็นไปตามข้อกำหนดเท่านั้น โครงสร้างพื้นฐานสาธารณะ ป้ายโฆษณา ที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานและรูปแบบหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีอำนาจสั่งให้แก้ไข หากไม่แก้ไขหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีอำนาจในการตักเตือนและบังคับให้แก้ไขตามเวลาที่กำหนด ซึ่งจากการเก็บข้อมูลในห้องผู้โดยสารขาเข้า-ผู้โดยสารขาออก และอาคารท่าอากาศยานนานาชาติ จังหวัดสุ



ราชภัฏธานี เห็นได้อย่างชัดเจนว่าภาครัฐไม่ได้มีบทบาทในการตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของป้ายหรือข้อความของภาคเอกชนหรือหน่วยงานส่วนบุคคลแต่อย่างใด และด้วยท่าอากาศยานมีการเปิดใช้มาเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน ทำให้การออกแบบโครงสร้างพื้นฐานสาธารณะ ป้ายบอกทาง หรือการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับภาษาต่างประเทศอื่น ๆ มีความไม่สมบูรณ์และไม่สอดคล้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี ทำให้เกิดปัญหาในการสื่อสารระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน

### 3. แนวทางในการพัฒนาการใช้ภาษาในป้ายและสื่อธุรกิจการค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี

เมื่อนำผลการวิจัยมาวิเคราะห์เป็นแนวทางในการพัฒนาการใช้ภาษาในป้ายและสื่อธุรกิจการค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี สามารถเสนอแนวทางในการพัฒนาได้ 2 แนวทาง ดังนี้

1) ป้ายและสื่อธุรกิจการค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี เป็นการสื่อสารผ่านภาษาเขียน ภาษาเขียนคือภาษาที่เป็นแบบแผนและเคร่งครัดกับหลักไวยากรณ์ ภาษาเขียนต้องการระยะเวลาในการคิด กลั่นกรอง สร้างสรรค์ เขียนตรวจทาน และแก้ไข และเพราะภาษาเขียนเป็นลักษณะการสื่อสารภาษาทางเดียว กล่าวคือ ผู้ส่งสารไม่สามารถติดตามไปอธิบายเพิ่มเติมเมื่อเกิดข้อสงสัยจากภาษาเขียนนั้นได้ ผู้รับสารต้องตีความทำความเข้าใจจากรูปภาษาที่เห็นเท่านั้น และภาษาเขียนจะปรากฏคงอยู่เป็นหลักฐานประจักษ์ ดังนั้น ความถูกต้องจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงเป็นลำดับแรก เช่น การสะกดคำซึ่งเป็นความถูกต้องพื้นฐานของการเขียน การใช้คำและประโยค การเลือกสรรคำเพื่อให้สำเร็จตามจุดมุ่งหมาย เป็นต้น

2) “ภาษา” เป็นเครื่องมือในการสื่อสารและเป็นเครื่องมือในการจัดบันทึกวัฒนธรรมของมนุษย์และที่สำคัญอีกประการหนึ่งภาษาเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความมั่นคงของชาติ (Su, 2017) การใช้ภาษาในโอกาสต่าง ๆ นอกเหนือจากการคำนึงถึงการใช้ภาษาที่ถูกต้องเหมาะสมแล้ว การอ้ารงไว้ซึ่งรากเหง้าเป็นส่วนประกอบสำคัญที่จะช่วยให้ชาติมีความมั่นคงเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น (LIU, 2017)



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี  
ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563)

“กฎหมายภาษาและอักษรกลางแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน มาตราที่ 5 กฎหมายภาษาและอักษรกลางแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีนมีบทบาทสำคัญในการธำรงความมั่นคงของชาติ ศักดิ์ศรีของชนชาติ ความสามัคคีและความเป็นเอกภาพของชนชาติ และโครงสร้างทางสังคมและจิตวิญญาณ” จากข้อความข้างต้นเห็นได้ว่าสาธารณรัฐประชาชนจีนเล็งเห็นถึงความสำคัญของภาษาประจำชาติ และมองว่าภาษาประจำชาติเป็นส่วนสำคัญของความมั่นคงของชาติ ควรมีการกำหนดแนวทางในการปฏิบัติที่ชัดเจน และควรสร้างความตระหนักรู้ให้กับประชาชนในชาติอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งในส่วนนี้ประเทศไทยยังไม่มีมาตรการที่ชัดเจนเหมือนสาธารณรัฐประชาชนจีน ในการสร้างความตระหนักรู้ให้กับคนในชาติหรือการกำหนดลงในข้อกฎหมายหรือข้อบังคับที่เป็นทางการ

นอกจากนี้ การจัดวางองค์ประกอบของข้อความ ขนาดของตัวอักษร การเรียงลำดับของภาษาในป้ายล้วนเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มคนในบริเวณนั้นให้ความสำคัญกับภาษาประจำชาติมากน้อยเพียงใด ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดทำแนวปฏิบัติให้ไปในทิศทางเดียวกัน หรือเป็นการกำหนดนโยบายจากเบื้องบนลงสู่เบื้องล่าง (top - down) ในขณะเดียวกันภาครัฐก็มีความจำเป็นในการศึกษาความต้องการของภาคเอกชนหรือหน่วยงานส่วนบุคคล เพื่อให้การกำหนดทิศทางหรือแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับการนำไปใช้ได้จริง เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มภาษาต่างประเทศที่สามารถใช้ร่วมกันได้ในหลายประเทศ อัตลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ภาษาและอักษรของชนชาติ เป็นต้น และสามารถใช้จุดเด่นต่าง ๆ ที่ภาคเอกชนหรือหน่วยงานส่วนบุคคลสร้างขึ้นเป็นแนวทางในการปรับปรุงรูปแบบของการจัดทำนโยบายหรือแนวปฏิบัติ (bottom - up) ให้มีความหลากหลาย ทันสมัย เหมาะสมกับการนำไปใช้ได้จริง เช่น 1) การกำหนดใช้ภาษาที่หลากหลายมากกว่าภาษาเดียว 2) การกำหนดรูปแบบของป้ายโครงสร้างพื้นฐานสาธารณะในทิศทางเดียวกัน 3) การใช้ภาษาที่มีระดับเดียวกันในทุกภาษาที่ปรากฏและต้องมีความถูกต้องเหมาะสม 4) การเลือกใช้ภาษาและอักษรที่มีความสอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน เช่น การใช้อักษรจีน ควรเป็นอักษรจีนตัวย่อ



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563)

5) การสร้างบรรยากาศทางภาษาที่หลากหลายสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้หรือศึกษาได้

## References

- Chanket, C. 1985. **Translation for Communication**. Bangkok: Thai Wattana Panich Publishers. (in Thai)
- Coulmas, F. 2009. “Linguistic Landscaping and the Seed of the Public Sphere in Shohamy Elana and Gorter Durk”. **Linguistic Landscape: Expanding the Scenery**. New York: Routledge.
- Huebner, T. 2009. “A Framework for the linguistic analysis of linguistic landscapes in Shohamy Elana and Gorter Durk”. **Linguistic Landscape: Expanding the Scenery**. New York: Routledge.
- International Airport. 2006. **Surat Thani International Airport**. <https://airportthai.co.th/>. 5 August 2018. (in Thai)
- Kaewbut, P. 2020. “Chinese Readiness of the International Surat Thani Airport with Mice City: The Study of Landscape Linguistic”. **Journal of Humanities Naresuan University**, 17(1): 89-104. (in Thai)
- LIU, C. 2017. “Linguistic landscape study of Chinese inland cities”. **Journal of Language Planning**, 2(8): 20-26. (in Chinese)
- Ministry of Tourism and Sports. 2017. **International tourist arrivals to Thailand 2017**. [https://www.mots.go.th/more\\_news\\_new.php?cid=465](https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=465). 5 August 2018. (in Thai)
- Prasithratsint, A. 1997. **Languages in Thai society: diversity, change and development**. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. (in Thai)



- Su, J. 2017. “Language Power and Culture Power of Bottom-Up Signs in Urban Shanghai”. **Journal of language planning**, 2(8): 27-34. (in Chinese)
- Tajaroensuk, S. 2009. **National language and security policy**. Bangkok: Square Prince. (in Thai)
- The Central People’s Government of the People’s Republic of China. 2001. **Law of the people's republic of China on the standard spoken and written Chinese language**.  
[http://www.gov.cn/ziliao/flfg/2005-08/31/content\\_27920.htm](http://www.gov.cn/ziliao/flfg/2005-08/31/content_27920.htm). 9 June 2001. (in Chinese)
- Wangpusit, K. 2012. “Business Names in the Area of SIAM Square: A Linguistic Landscape Study”. **Journal of Thai language and literature**, 29(1): 142-177. (in Thai)
- Xu, M. and Lu, S. 2015. “Research Progress and Prospect of Urban Linguistic Landscape”. **Human geography**, 1(141): 21-25. (in Chinese)