



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2565

การศึกษาภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ของตลาดท่าเสด็จ จังหวัดหนองคาย

A Linguistic Landscape Study of Tha Sadet Market, Nong Khai Province

จารญา อนันตะวัน* และศุภกิต บัวขาว

Charaya Anantawan* and Supakit Buakaw

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University

*E-mail: charaya.anan@gmail.com

Received: Dec 13, 2021

Revised: May 20, 2022

Accepted: May 20, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาษาบนป้ายสาธารณะและวิเคราะห์หน้าที่ของภาษาที่ปรากฏในตลาดท่าเสด็จ จังหวัดหนองคาย งานวิจัยนี้ใช้แนวคิดภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ของ Landry and Bourhis ในการวิเคราะห์ภาษาที่ปรากฏและหน้าที่ของภาษา โดยเก็บข้อมูลจากป้ายสาธารณะทุกประเภททั้งป้ายของภาครัฐและป้ายของภาคเอกชนทั้งหมดจำนวน 558 ป้าย ผลการศึกษาพบว่าภาษาที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จมีทั้งหมด 12 ภาษา ภาษาไทยพบมากที่สุดและเป็นภาษาหลักของพื้นที่ รองลงมาตามลำดับคือภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาลาว ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ที่พบ ได้แก่ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาเวียดนาม ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเยอรมัน ภาษาเกาหลี ภาษาพม่า ภาษาเขมร และภาษาอาฟริกันส์ ภาษาบริเวณตลาดท่าเสด็จทำหน้าที่ในการให้ข้อมูล มากกว่าหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์ โดยหน้าที่ในการให้ข้อมูลคิดเป็นร้อยละ 67.59 และหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์คิดเป็นร้อยละ 32.41 ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าตลาดท่าเสด็จเป็นพื้นที่พหุภาษา



เนื่องด้วยปัจจัยของพื้นที่ตลาดท่าเสด็จมีลักษณะเป็นพื้นที่การท่องเที่ยว ประกอบกับเป็นพื้นที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้านการค้าขาย ส่งออกสินค้าและบริการ จึงมีผู้มาใช้บริการต่าง ๆ จากประเทศเพื่อนบ้าน

คำสำคัญ: ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ ตลาดท่าเสด็จ ป้ายสาธารณะ

Abstract

This research aimed to investigate language on public signs and analyze its functions that appeared on the signs at the Thasadet market, Nong Khai province. This research implemented the linguistic landscape - LL of Landry and Bourhis to analyze the language and its functions. Data was collected from 558 signs of all kinds, including official and private sector signs. The results revealed that 12 languages appeared on the signs at the market. Among these, Thai was the most prevalent followed by English, Chinese, Lao, and other foreign languages, such as French, Vietnamese, Japanese, German, Korean, Burmese, Khmer, and African, respectively. The language served more an informational function than a symbolic function. Around 67.59 percent of the signs were informative while 32.41 were symbolized. The findings reflected that the Thasadet market was a multilingual area because it was a tourist attraction site and a place that drove economic development, such as in commerce, export, and services. Therefore, it was where consumers from neighboring countries came for services.

Keyword: Linguistic landscape, Thasadet market, Public signs



1. บทนำ

ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ (Linguistic landscape - LL) เป็นการศึกษาภาษาอีกแขนงหนึ่งของการศึกษาภาษาศาสตร์สังคม (Sociolinguistics) ซึ่งมุ่งเน้นศึกษาภาษาจากสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ปรากฏในที่สาธารณะ เช่น ป้ายโฆษณา ป้ายชื่อถนน ป้ายของหน่วยงานสถาบันต่าง ๆ ป้ายร้านค้าเชิงพาณิชย์ และป้ายสัญญาณต่าง ๆ ที่ผู้คนในสังคมสร้างขึ้น ความน่าสนใจของแนวคิดนี้คือการสะท้อนให้เราได้ทราบถึงเหตุผลของการมีอยู่ของภาษาในที่สาธารณะ เพราะทุกภาษาและทุกข้อความมิได้ปรากฏอยู่ในที่สาธารณะโดยไร้เหตุผล (Kress, 1993) ดังนั้นเมื่อนำแนวคิดภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์มาศึกษาในแต่ละพื้นที่จะทำให้เข้าใจถึงการมีอยู่ของภาษา และเผยให้เห็นถึงการเลือกใช้ภาษาของผู้คนที่เชื่อมโยงไปถึงสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจของพื้นที่นั้น ๆ อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงสถานภาพบทบาทและหน้าที่ของภาษา นโยบายภาษาของรัฐบาลในแต่ละพื้นที่ รวมถึงเชื่อมโยงให้เห็นความขัดแย้งด้านสังคมและความขัดแย้งด้านศาสนา

งานวิจัยในอดีตจนถึงปัจจุบันที่ได้ศึกษาภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์กับพื้นที่ต่าง ๆ มีอยู่หลายงานซึ่งศึกษาในพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน งานวิจัยในยุคแรกเริ่มของแนวทางการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ ได้แก่ งานวิจัยของ Spolsky & Cooper (1991) และงานวิจัยของ Landry & Bourhis (1997) งานวิจัยในอดีตมาที่ได้ศึกษาภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์จากต่างประเทศและส่วนใหญ่ศึกษาในพื้นที่เมืองหลวงของประเทศหรือเขตตัวเมืองที่มีการรวมตัวกันของกลุ่มคนหลากหลายภาษาและเชื้อชาติ เช่น งานวิจัยของ Cenoz & Gorter (2006), Ben – Rafael & Scohamy (2006), Backhaus (2007), Edelman (2009), Alomoush (2015), Jazul & Bernardo (2017), Rungswang (2018) และ Chan (2008)

ส่วนงานวิจัยที่ได้มีการศึกษาในประเทศไทยสามารถแบ่งตามลักษณะของพื้นที่ คือ พื้นที่ท่องเที่ยว เช่น งานวิจัย ของภิญญพันธุ์ พจนะลาวัณย์, อัญธิขามั่นคง และวิศรุต เศรษฐกร (Pachnalawan, Munkhong & Sethakorn, 2017) และ Thongtong (2016) พื้นที่ย่านธุรกิจการค้า ได้แก่ งานวิจัยของ สิริรินทร์ พิกุลทอง



(Phikulthong, 2011), กฤตพล วังภูสิต (Wangphusit, 2012), ธนอมจิต สารอด (Sarot, 2019), Wu & Techasan (2019), Wangpusit (2019) และกรกฤษ มิ่งมงคล (Meemongkol, 2021) พื้นที่ตัวเมือง เช่น งานวิจัยของ Huebner (2003), จริญญา เสียงเย็น (Seangyen, 2015) และ Suaykratok (2018), Siricharoen (2016) พื้นที่พรมแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้านมีเพียงงานวิจัยเดียว คือ งานวิจัยของ Siwina & Prasithrathsint (2020) พื้นที่เฉพาะ เช่น งานวิจัยของ Prasert & Zilli (2019), กรกฤษ มิ่งมงคล (Meemongkol, 2020) และกิตตินาดิ เรขาลิลิต (Rhekhallit, 2020) นอกจากพื้นที่ต่าง ๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว งานวิจัยในปัจจุบันยังเลือกพื้นที่การศึกษาที่เป็นสถานีนขนส่งมวลชน ในการศึกษาและวิเคราะห์ไม่ว่าจะเป็นบนรถไฟหรือในสนามบิน เช่น งานวิจัยของ Sutthinaphan (2016) และ พิชัย แก้วบุตร (Kaewbut, 2020)

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยได้สังเกตว่าพื้นที่หนึ่งที่ได้รับ ความสนใจและนิยมในการศึกษามากที่สุดคือพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในประเทศไทย ซึ่งหลายพื้นที่ในทุกจังหวัดเป็นพื้นที่แห่งการท่องเที่ยวที่ทราบดี ให้กับประเทศอย่างต่อเนื่อง ความน่าสนใจของพื้นที่ในลักษณะนี้ คือมีความหลากหลาย เพราะเป็นพื้นที่ที่ผู้คนจากหลากหลายเชื้อชาติ ภาษา สังคม และวัฒนธรรม มาพบปะรวมตัวกันเพื่อพักผ่อนหรือค้นหาประสบการณ์ในวันหยุด ซึ่งเป็นการ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของพื้นที่ในทุกด้าน ผลการศึกษาของงานวิจัยที่ศึกษาพื้นที่ ลักษณะนี้มีความสอดคล้องกันในความเป็นพหุภาษาของพื้นที่ โดยพบภาษา ที่หลากหลายในพื้นที่ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาเกาหลี ภาษาอาหรับ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาเยอรมัน ภาษาลาว และภาษาอื่น ๆ

ตลาดท่าเสด็จ หรือตลาดที่คนทั่วไปรู้จักในอีกชื่อหนึ่งว่า ตลาดอินโดจีน ตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขง ในเขตเทศบาลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย นับว่าเป็น อีกพื้นที่การท่องเที่ยวทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ในปัจจุบันตลาดแห่งนี้ ถือได้ว่าเป็นย่านการค้าขายแดนที่สำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพราะมี ภูมิศาสตร์ที่ใกล้กับประเทศเพื่อนบ้านอย่างประเทศลาว โดยทุกวันจะมี



นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเลือกซื้อสินค้าอย่างไม่ขาดสาย โดยเฉพาะในวันเสาร์-อาทิตย์ และช่วงที่มีวันหยุดติดต่อกันหลายวัน ตลาดแห่งนี้มักจะมีย่านนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจเดินทางมาเที่ยวชมและเลือกซื้อสินค้ากันเป็นจำนวนมาก ทำให้การใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและของที่ระลึกมีสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 31.08 (Wiriyosutthikul, et al., 2015) ปัจจุบันบริเวณตลาดท่าเสด็จ ไม่ได้เป็นแค่ปลายทางของการเลือกซื้อสินค้านะหว่างพรมแดนไทย-ลาว แต่เป็นที่สนใจในกลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่อยากสัมผัสกับบรรยากาศริมฝั่งแม่น้ำโขงที่เงียบสงบพร้อมทั้งทิวทัศน์อันงดงาม

ในการลงพื้นที่สำรวจตลาดท่าเสด็จเบื้องต้น ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าป้ายต่าง ๆ ที่อยู่ในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จปรากฏภาษาต่างประเทศอื่น ๆ นอกจากภาษาไทย เช่น ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาเวียดนาม เป็นต้น ซึ่งบางภาษาปรากฏบนป้ายอย่างโดดเด่น ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ของตลาดท่าเสด็จ จังหวัดหนองคาย เพื่อตอบคำถามต่อประเด็นการศึกษาในเรื่องของความเป็นพหุภาษาในพื้นที่ว่ามีภาษาใดบ้างที่ปรากฏ ภาษาใดเป็นภาษาหลัก ภาษาที่ปรากฏมีหน้าที่ใดบ้าง ซึ่งประเด็นคำถามเหล่านี้เป็นประเด็นที่น่าสนใจในการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ในปัจจุบัน เพราะทำให้เข้าใจถึงจุดประสงค์ของการเลือกใช้ภาษาในที่สาธารณะ ที่ไม่เพียงแต่จะทำให้เราเข้าใจความหลากหลายของภาษาที่ใช้ในการสื่อสารของคนในพื้นที่ แต่ภาษาที่ปรากฏยังจะสะท้อนให้เห็นถึงบริบทต่าง ๆ ในสังคม ทั้งสิ่งแวดล้อม ความหลากหลายทางเชื้อชาติ รวมไปถึงเศรษฐกิจของพื้นที่อีกด้วย

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อจำแนกภาษาบนป้ายสาธารณะที่ปรากฏในตลาดท่าเสด็จ จังหวัดหนองคาย
2. เพื่อวิเคราะห์หน้าที่ของภาษาบนป้ายสาธารณะที่ปรากฏในตลาดท่าเสด็จ จังหวัดหนองคาย



3. ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่องการศึกษามิติทัศนภาษาศาสตร์ของตลาดท่าเสด็จ จังหวัดหนองคาย ดำเนินการศึกษาตามระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

3.1 พื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลในบริเวณตลาดท่าเสด็จ โดยเก็บข้อมูลตามถนนเส้นกลางของตลาด ระยะทาง 1,500 เมตร และถนนอีกสองเส้นหลักในบริเวณใกล้เคียงตลาดท่าเสด็จ ได้แก่ ถนนมีชัย ซึ่งมีระยะทาง 1,520 เมตร และถนนประจักษ์ศิลปาคม ระยะทาง 1,450 เมตร ดังที่แสดงในภาพที่ 1

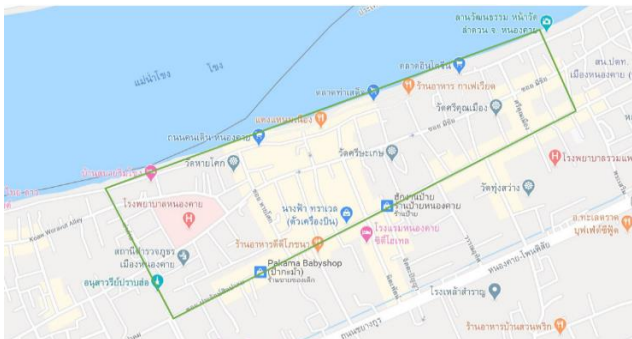


Figure 1 research area

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลโดยการเดินบันทึกภาพด้วยกล้องจากโทรศัพท์มือถือรุ่น Iphone 8 plus ความละเอียดของกล้อง 12 ล้านพิกเซล ช่วงเวลาระหว่างเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 โดยเก็บภาพที่เป็นข้อมูลจากป้ายทุกชนิดที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จ อำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย โดยเลือกเฉพาะเป็นป้ายที่อยู่ในวิสัยการมองเห็นที่ชัดเจน ตัวอักษรมีความชัดเจน สามารถมองเห็นได้ครบทุกข้อความ ทั้งที่เป็นป้ายที่จัดทำโดยหน่วยงานราชการ (Official signs) ไม่ว่าจะเป็นป้ายกฎจราจร ป้ายบอกทาง



ป้ายถนน ป้ายอาคารสถานที่ ป้ายเตือน ฯลฯ และป้ายที่จัดทำโดยหน่วยงานเอกชน (Non-official signs) ไม่ว่าจะเป็นป้ายธุรกิจการค้าเชิงพาณิชย์ ป้ายประกาศ ป้ายโฆษณา รวมไปถึงป้ายส่วนบุคคล ทั้งนี้ป้ายที่มีข้อความเหมือนกันทุกประการ แต่ติดตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ต่างกันจะนับรวมเป็นป้ายเดียวกัน รวมทั้งหมด 558 ป้าย โดยแบ่งเป็นป้ายตามถนนเส้นกลางของตลาดท่าเสาตั้งจำนวน 237 ป้าย ถนนมิชัย จำนวน 133 ป้าย และถนนประจักษ์ศิลปาคมจำนวน 188 ป้าย ดังตารางที่ 1 ต่อไปนี้

Table 1 Signs pattern in Tha Sadet market

	เภทของป้าย	จำนวน	รวม
ป้ายราชการ	ป้ายสถานที่ (ราชการ)	36	79
	ป้ายชื่อถนน	18	
	ป้ายบอกเส้นทาง	12	
	ป้ายประกาศ	10	
	ป้ายกฎจราจร	2	
	ป้ายกฏบังคับ	1	
ป้ายเอกชน	ป้ายธุรกิจ	389	479
	ป้ายรายละเอียดสินค้าและบริการ	49	
	ป้ายประกาศ	18	
	ป้ายสถานที่	15	
	ป้ายบอกทาง	5	
	ป้ายส่วนบุคคล	3	
รวม		558	



3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล

การวิเคราะห์ข้อมูลภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ของพื้นที่ตลาดท่าเตียนนั้น ผู้วิจัยได้สำรวจภาษาทั้งหมดที่พบพร้อมทั้งนับปริมาณ (ความถี่) ของภาษาที่ปรากฏบนป้าย และจัดแบ่งลักษณะของป้ายที่เป็นป้ายของหน่วยงานราชการและป้ายของหน่วยงานเอกชน จากนั้นแยกประเภทของป้ายตั้งแต่ป้ายหนึ่งภาษาไปจนถึงป้ายหลายภาษา เมื่อทำการสำรวจ นับความถี่ พร้อมทั้งแบ่งประเภทของป้ายแล้วหลังจากนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์หน้าที่ของภาษาบนป้ายตามแนวคิดของ Landry & Bourhis (1997) สำหรับการนับจำนวนของภาษาที่ปรากฏบนป้ายการจำแนกจำนวนป้ายของหน่วยงานราชการและป้ายของหน่วยงานเอกชน การนับประเภทของป้าย และการนับจำนวนครั้งของภาษาที่ทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลและการทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์ ผู้วิจัยนำจำนวนครั้ง/ความถี่ของข้อมูลดังกล่าวมาคิดเป็นค่าร้อยละ (percentage) ในการนำเสนอข้อมูลเพื่อให้เห็นสัดส่วนของข้อมูลชัดเจนมากขึ้น ในขั้นตอนสุดท้ายจึงทำการสรุปและอภิปรายผล

4. กรอบแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์

แนวคิดของภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ คือ การศึกษาภาษาในสิ่งแวดล้อมหนึ่ง ๆ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบของภาษาที่เป็นตัวอักษรหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ปรากฏและมองเห็นได้อย่างชัดเจนในพื้นที่สาธารณะ Landry & Bourhis (1997, p. 25) นักวิชาการกลุ่มแรกที่ใช้คำว่า Linguistic landscape ได้กล่าวไว้ว่า “ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์เป็นศาสตร์แห่งการศึกษาภาษาจากสัญลักษณ์ต่าง ๆ เช่น ป้ายสาธารณะ ป้ายโฆษณา ป้ายชื่อถนน ป้ายชื่ออาคารบ้านเรือน ป้ายชื่อร้านค้าเชิงพาณิชย์ และป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ประชาชน หน่วยงานของรัฐ และหน่วยงานเอกชนสร้างขึ้น” Landry & Bourhis (1997) ได้ให้รายละเอียดไว้ว่า ภาษาที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่สาธารณะมีหน้าที่อยู่ 2 ประการ ได้แก่



ประการที่ 1 คือ หน้าที่ในเชิงข้อมูล (Informational function) หมายถึง ภาษาที่ปรากฏในที่สาธารณะบ่งบอกถึงรายละเอียดต่าง ๆ เช่น ภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะของสถานีส่งมวลชนให้ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางในการเดินทาง เวลา และการบริการระหว่างเดินทาง หรือการแจ้งประกาศต่าง ๆ บนป้ายประกาศของเทศบาล กล่าวได้ว่าหน้าที่ในการให้ข้อมูลมีจุดประสงค์เพื่อให้ประชาชนรับรู้รายละเอียดต่าง ๆ นอกจากนี้ Landry & Bourhis (1997) ยังกล่าวอีกว่าการที่มีภาษาใดก็ตามปรากฏในที่สาธารณะและทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลย่อมหมายถึงเจ้าของภาษาหรือผู้ที่รู้ภาษานั้น ๆ จะได้รับการบริการจากภาครัฐและภาคเอกชนที่ใช้ภาษาดังกล่าว และหากมีภาษาหลายภาษาปรากฏร่วมกันและทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลเช่นเดียวกัน มักจะมีภาษาหนึ่งที่มีความโดดเด่นหรือมีสถานภาพสูงที่สุดในการให้ข้อมูล

ประการที่ 2 คือ หน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic function) หมายถึง ภาษาที่ปรากฏในที่สาธารณะมีผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้คนที่อยู่ในสังคม การใช้ภาษาสองภาษา (Bilingual) หรือสังคมพหุภาษา (Multilingual) กล่าวได้ว่าภาษาใดก็ตามที่ปรากฏอยู่บนป้ายของหน่วยงานราชการจะแสดงออกถึงคุณค่าและสถานภาพที่เหนือกว่าภาษาอื่น ๆ นอกจากคุณค่าและสถานภาพของภาษาแล้ว หน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์ยังถูกใช้ในบริบทต่าง ๆ ในพื้นที่อีกเช่นกัน เช่น การใช้ภาษาต่างประเทศเพื่อแสดงออกถึงรสนิยม เชื้อชาติ หรือเพื่อแสดงการมีตัวตนอยู่ในสังคมของกลุ่มชาติพันธุ์ (Ethnic group identity)

5. ผลการศึกษา

จากการสำรวจภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จ พบภาษาที่ปรากฏทั้งหมด 12 ภาษา โดยภาษาไทยเป็นภาษาที่พบจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นๆ ตามลำดับ รูปแบบของป้ายพบทั้งหมด 3 รูปแบบ ได้แก่ ป้ายภาษาเดียว ป้ายสองภาษา และป้ายหลายภาษา หน้าที่ของภาษาพบว่าภาษาในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลมากกว่าหน้าที่



ในเชิงสัญลักษณ์ โดยหน้าที่ในการให้ข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 67.59 และทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์คิดเป็นร้อยละ 32.41 ซึ่งจะนำเสนอรายละเอียดในหัวข้อดังต่อไปนี้

5.1 ภาษาบนป้ายสาธารณะที่ปรากฏบริเวณตลาดท่าเสด็จ

ภาษาบนป้ายสาธารณะในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จพบทั้งหมด 12 ภาษา โดยผู้วิจัยได้นับจำนวนครั้งของแต่ละภาษาที่ปรากฏบนป้าย สามารถนับจำนวนครั้งของทุกภาษาได้ทั้งหมด 793 ครั้ง โดยภาษาไทยปรากฏในจำนวนมากที่สุดในพื้นที่รองลงมาคือภาษาอังกฤษ อันดับที่สามคือภาษาจีน อันดับที่สี่คือภาษาลาว และภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ที่ปรากฏจำนวนครั้ง ดังตารางที่ 2 ต่อไปนี้

Table 2 Languages in Tha Sadet market

ภาษา	จำนวนครั้งที่ปรากฏบนป้าย	ค่าร้อยละ
ภาษาไทย	539	67.97
ภาษาอังกฤษ	198	24.96
ภาษาจีน	27	3.40
ภาษาลาว	14	1.76
ภาษาฝรั่งเศส	5	0.63
ภาษาเวียดนาม	4	0.50
ภาษาญี่ปุ่น	1	0.13
ภาษาเยอรมัน	1	0.13
ภาษาเกาหลี	1	0.13
ภาษาพม่า	1	0.13
ภาษาเขมร	1	0.13
ภาษาอาฟริกันส์	1	0.13
รวม	793	100



จากตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่าภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะบริเวณตลาดท่าเสด็จมีทั้งหมด 12 ภาษา เมื่อเรียงจากจำนวนครั้งที่พบมากที่สุดไปจนถึงจำนวนครั้งของภาษาที่พบน้อยที่สุด จะเห็นได้ว่าภาษาไทย คือ ภาษาที่ปรากฏมากที่สุดในพื้นที่ โดยพบการเลือกใช้ภาษาไทยอยู่บนป้ายทั้งของราชการและเอกชน คิดเป็นร้อยละ 67.97 รองลงมาคือภาษาอังกฤษ พบความถี่คิดเป็นร้อยละ 24.96 ภาษาที่พบความถี่เป็นอันดับสามในพื้นที่ คือ ภาษาจีน คิดเป็นร้อยละ 3.40 ซึ่งภาษาจีนปรากฏเฉพาะบนป้ายหน่วยงานเอกชน อีกทั้งยังพบภาษาของประเทศเพื่อนบ้านที่มีภูมิศาสตร์ด้านพื้นที่ที่เป็นชายแดนระหว่างประเทศใกล้เคียงกัน อย่างภาษาลาวที่ปรากฏบนป้ายของหน่วยงานราชการและเอกชนคิดเป็นร้อยละ 1.76 ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ที่พบในจำนวนรองลงมา ได้แก่ ภาษาฝรั่งเศส คิดเป็นร้อยละ 0.63 ภาษาเวียดนาม คิดเป็นร้อยละ 0.50 ไปจนถึงภาษาที่พบน้อยที่สุดในพื้นที่ เช่น ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเยอรมัน ภาษาเกาหลี ภาษาพม่า ภาษาเขมร และภาษาอาฟริกันส์ คิดเป็นร้อยละ 0.13

5.2 รูปแบบของป้ายสาธารณะที่พบบริเวณตลาดท่าเสด็จ

นอกจากการสำรวจภาษาที่ปรากฏบริเวณตลาดท่าเสด็จแล้ว ผู้วิจัยได้สำรวจรูปแบบของป้ายสาธารณะที่ปรากฏในพื้นที่ พบป้ายทั้งหมด 3 รูปแบบ ได้แก่ ป้ายภาษาเดียว ป้ายสองภาษา และป้ายหลายภาษา ดังตารางที่ 3 ต่อไปนี้

Table 3 Sign pattern in Tha Sadet market

ลักษณะของป้าย	รวม	ภาษา	จำนวน (ป้าย)	ร้อยละ
ป้ายภาษาเดียว (Monolingual signs)	342	ภาษาไทย	323	57.88
		ภาษาอังกฤษ	18	3.22
		ภาษาลาว	1	0.17
ป้ายสองภาษา (Bilingual signs)	195	ภาษาไทย - ภาษาอังกฤษ	164	29.39
		ภาษาไทย - ภาษาจีน	26	4.65
		ภาษาไทย - ภาษาลาว	4	0.71



ลักษณะของป้าย	รวม	ภาษา	จำนวน (ป้าย)	ร้อยละ
ป้ายหลายภาษา (Multilingual signs)	21	ภาษาไทย - ภาษาเวียดนาม	1	0.17
		ภาษาไทย - ภาษาอังกฤษ - ภาษาจีน	6	1.07
		ภาษาไทย - ภาษาอังกฤษ - ภาษาลาว	5	0.89
		ภาษาไทย - ภาษาอังกฤษ - ภาษาฝรั่งเศส	3	0.53
		ภาษาไทย - ภาษาอังกฤษ - ภาษาญี่ปุ่น	2	0.35
		ภาษาไทย - ภาษาอังกฤษ - ภาษาเวียดนาม	1	0.17
		ภาษาไทย - ภาษาลาว - ภาษาเวียดนาม	1	0.17
		ภาษาไทย - ภาษาอังกฤษ - ภาษาลาว - ภาษา เวียดนาม	1	0.17
		ภาษาไทย - ภาษาอังกฤษ - ภาษาลาว - ภาษาเยอรมัน - ภาษาอาฟริกันส์	1	0.17
		ภาษาไทย - ภาษาอังกฤษ - ภาษาเขมร - ภาษาพม่า	1	0.17
รวม	558		558	100



รูปแบบของป้ายสาธารณะที่พบในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จผู้วิจัยได้ทำการแบ่งลักษณะและนับความถี่ ซึ่งหน่วยในการนับความถี่คิดเป็นจำนวนเต็มของป้ายทั้งหมด 558 ป้าย พบว่าป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาไทยปรากฏมากที่สุดในพื้นที่ด้วยจำนวนร้อยละ 57.88 รองลงมาคือป้ายสองภาษาที่เป็น ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 29.39 ส่วนป้ายหลายภาษาที่พบมากที่สุดคือป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน คิดเป็นร้อยละ 1.07 และป้ายรูปแบบอื่น ๆ ที่พบในจำนวนร้อยละที่ใกล้เคียงกันไปจนถึงจำนวนน้อยที่สุด

ป้ายภาษาเดียว (Monolingual sign) คือ ป้ายที่มีการเลือกใช้เพียงภาษาเดียวบนป้าย เช่นตัวอย่างต่อไปนี้



Figure 2 Monolingual signs (Thai)



Figure 3 Monolingual signs (English)

ป้ายสองภาษา (Bilingual signs) คือ ป้ายที่มีการเลือกใช้ภาษาสองภาษาบนป้าย เช่นตัวอย่างต่อไปนี้



Figure 4 Bilingual signs (Thai - English)



ป้ายหลายภาษา (Multilingual sign) คือป้ายที่ปรากฏภาษาตั้งแต่สามภาษาขึ้นไปบนป้าย เช่นตัวอย่างต่อไปนี้



Figure 5 Multilingual signs (Thai - English – Lao)

5.3 หน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะบริเวณตลาดท่าเสด็จ

จากการสำรวจหน้าที่ของภาษาในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จพบว่าภาษาทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลคิดเป็นร้อยละ 67.59 และทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์คิดเป็นร้อยละ 32.41 ซึ่งจำนวนเต็มของค่าร้อยละมาจากจำนวนความถี่ของภาษา ซึ่งมีจำนวนเต็ม 793 ครั้ง ดังตารางที่ 2 และยังพบว่าบางภาษาทำหน้าที่ทั้งให้ข้อมูลและหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ เช่น ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาลาว ภาษาเวียดนาม ภาษาฝรั่งเศส แต่ในบางภาษามีหน้าที่เพียงอย่างเดียว เช่น ภาษาเยอรมัน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเกาหลี ภาษาเขมร ภาษาพม่า ภาษาอาฟริกันส์ เมื่อเปรียบเทียบกันแล้วพบว่าภาษาทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลมากกว่าหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์ถึงหนึ่งเท่า ดังภาพที่ 6 ต่อไปนี้

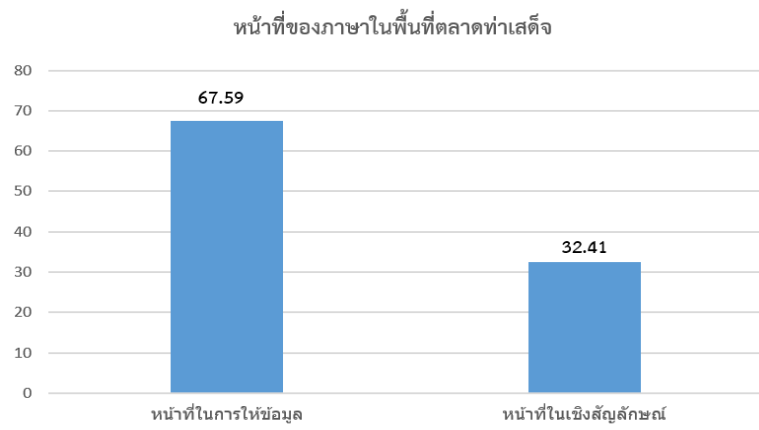


Figure 6 Language functions in Tha Sadet market

5.3.1 หน้าที่ในการให้ข้อมูล (Informational Function)

ภาษาที่ทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จคิดเป็นร้อยละ 67.59 พบภาษาที่ทำหน้าที่ให้ข้อมูลทั้งหมด 10 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาลาว ภาษาจีน ภาษาฝรั่งเศส ภาษาเวียดนาม ภาษาเยอรมัน ภาษาอาฟริกันส์ ภาษาพม่า และภาษาเขมร คิดเป็นร้อยละดังภาพที่ 7 ต่อไปนี้



Figure 7 Informational Languages



จากภาพที่ 7 แสดงให้เห็นคำร้อยละของภาษาที่ทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลทั้ง 10 ภาษา สามารถเรียงลำดับจากคำร้อยละที่มากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด ดังนี้ ภาษาไทย คิดเป็นร้อยละ 68.28 ภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 26.11 ภาษาลาว คิดเป็นร้อยละ 2.23 ซึ่งทั้ง 3 ภาษาที่ได้กล่าวมาข้างต้นปรากฏอยู่ทั้งบนป้ายของราชการและป้ายของเอกชน รองลงมา ได้แก่ ภาษาจีนคิดเป็นร้อยละ 1.30 ภาษาฝรั่งเศสคิดเป็นร้อยละ 0.74 ภาษาเวียดนาม ภาษาเยอรมัน ภาษาอาฟริกันส์ ภาษาพม่า และภาษาเขมร คิดเป็นร้อยละ 0.18 ทั้ง 7 ภาษาปรากฏเฉพาะบนป้ายของเอกชน ซึ่งทุกภาษาเป็นการให้รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่หรือที่ตั้งของสถาบันในการเข้ารับบริการด้านต่าง ๆ ของประชาชน รายละเอียดในการแจ้งข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนของภาครัฐ รวมไปถึงรายละเอียดของสินค้าและบริการในส่วนของภาคเอกชน ตัวอย่างของภาษาที่ให้ข้อมูลมีต่อไปดังนี้



Figure 8 English Informational Language



Figure 9 Vietnamese Informational Language



Figure 10 Lao Informational Language



Figure 11 Lao, Burmese and Khmer Informational Languages

ภาพที่ได้ยกตัวอย่างมาข้างต้นเป็นภาพของภาษาบนป้ายสาธารณะที่ทำหน้าที่ในการให้ข้อมูล ภาพที่ 8 เป็นการทำหน้าที่ให้ข้อมูลของภาษาอังกฤษบนป้ายของบริษัทขนส่งสินค้า ที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าที่ทางธุรกิจให้บริการ ภาพที่ 9 เป็นการทำหน้าที่ให้ข้อมูลของภาษาเวียดนามบนป้ายของมูลนิธิไทย-เวียดนาม ซึ่งภาษาเวียดนามแปลข้อความจากภาษาไทยในตำแหน่งบนให้ข้อมูลเกี่ยวกับชื่อของสถาบันที่ให้ความช่วยเหลือแก่คนไทยและคนเวียดนาม ภาพที่ 10 เป็นการทำหน้าที่ให้ข้อมูลภาษาลาวบนป้ายของสถาบันแปลภาษาภาษาลาวที่ปรากฏบนป้ายได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการให้บริการของสถาบันมากกว่าภาษาอื่นที่ปรากฏร่วมกัน โดยมีใจความว่า “บริการแปลภาษาลาวเป็นภาษาต่างประเทศ รับแปลเอกสารทุกชนิดเป็นทุกภาษา แม่นยำ ถูกต้อง ว่องไว ทันใจ โดยนักแปลมืออาชีพ นางสาวสนธิ์ ขนทา” ภาพที่ 11 เป็นการทำหน้าที่ให้ข้อมูลของภาษาลาว ภาษาพม่าและภาษาเขมรบนป้ายบริการส่งเงินของไปรษณีย์ไทย ทั้งภาษาลาว ภาษาพม่าและภาษาเขมรให้รายละเอียดเกี่ยวกับการบริการส่งเงินกลับประเทศแก่เจ้าของภาษาหรือผู้ที่ต้องการส่งเงินข้ามประเทศ โดยภาษาลาวมีใจความว่า “ส่งเงินไปลาว ค่าธรรมเนียมเริ่มต้นที่ 160 บาท” ภาษาพม่ามีใจความ



ว่า “ส่งเงินไปพม่า ค่าธรรมเนียมเริ่มต้นที่ 99 บาท” ภาษาเขมรมีใจความว่า “ส่งเงินไปกัมพูชา ค่าธรรมเนียมเริ่มต้นที่ 160 บาท”

5.3.2 หน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Function)

ภาษาที่ทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์ในพื้นที่ตลาดท่าเตด็จ คิดเป็นร้อยละ 32.41 พบภาษาที่ทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์ทั้งหมด 8 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาลาว ภาษาฝรั่งเศส ภาษาเวียดนาม ภาษาเกาหลี และภาษาญี่ปุ่น คิดเป็นค่าร้อยละดังภาพที่ 12 ต่อไปนี้

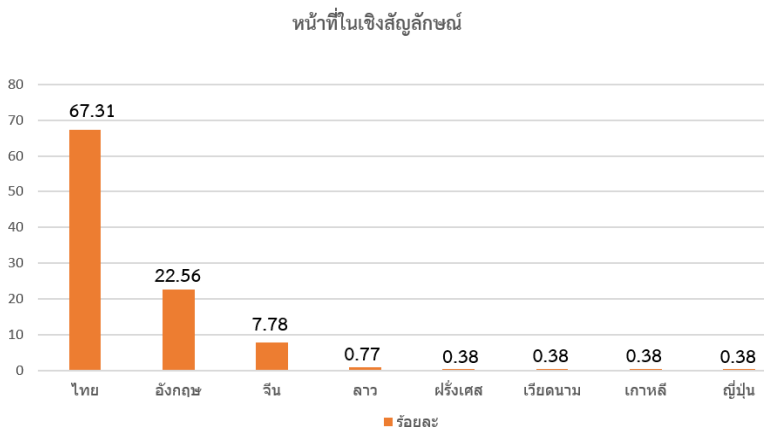


Figure 12 Symbolic Languages

จากภาพที่ 12 แสดงให้เห็นภาษาและค่าร้อยละของภาษาที่ทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งมีทั้งหมด 8 ภาษา สามารถเรียงลำดับจากค่าร้อยละที่มากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด ดังนี้ ภาษาไทย คิดเป็นร้อยละ 67.31 รองลงมาคือภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 22.56 ภาษาจีน คิดเป็นร้อยละ 7.78 ภาษาลาว คิดเป็นร้อยละ 0.77 ไปจนถึงจำนวนค่าร้อยละที่น้อยที่สุดอย่างภาษาฝรั่งเศส ภาษาเวียดนาม ภาษาเกาหลี และภาษาญี่ปุ่นคิดเป็นร้อยละ 0.38 นอกจากนี้ยังเป็นที่น่าสนใจที่ว่า



หน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์มักจะปรากฏอยู่บนป้ายของหน่วยงานเอกชนเป็นส่วนใหญ่ ตัวอย่างภาษาบนป้ายที่ทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์มีดังนี้



Figure 13 French Symbolic Language



Figure 14 Japanese Symbolic Language



Figure 15 Chinese Symbolic Language

ภาพที่ได้ยกตัวอย่างมาข้างต้นเป็นภาพของภาษาบนป้ายสาธารณะที่ทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์ ภาพที่ 13 เป็นการทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์ของภาษาฝรั่งเศสบนป้ายร้านอาหาร ซึ่งมีนัยแฝงถึงอาหารที่ร้านจำหน่ายว่ามีวัตถุดิบหรือมีการประยุกต์มาจากอาหารฝรั่งเศส เพราะคำว่า Pâte เป็นชื่ออาหารชนิดหนึ่งของฝรั่งเศส ซึ่งต้องอาศัยการตีความจากผู้อ่าน ภาพที่ 14 เป็นการทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์ของภาษาญี่ปุ่นบนป้ายร้านธุรกิจเครื่องดื่ม คำว่า もとお ไม่ได้บ่งบอก



ถึงข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของร้าน แต่ใช้เพื่อเป็นสัญลักษณ์ในการสร้างบรรยากาศของร้านให้สอดคล้องกับธรรมเนียมการบริโภคของกลุ่มลูกค้า ภาพที่ 15 เป็นการทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์ของภาษาจีนบนป้ายร้านทอง ภาษาจีนไม่ได้แปลหรือแปลทับศัพท์จากภาษาไทยแต่อย่างใด และไม่ได้อ้างอิงถึงสินค้าและบริการของทางร้าน ภาษาจีนในป้ายอ่านว่า “โจวหยวนฟา” ซึ่งเป็นชื่อบุคคล + คำที่แสดงความเป็นศิริมงคล ภาษาจีนจึงมีหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ในการบ่งบอกว่าธุรกิจดังกล่าวเป็นธุรกิจของคนจีนหรือคนไทยเชื้อสายจีน

6. สรุป

จากการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ของตลาดท่าเสด็จ สามารถสรุปได้ว่าภาษาบนป้ายสาธารณะที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จมีทั้งหมด 12 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทยพบการเลือกใช้นับยั้งของหน่วยงานราชการและเอกชน คิดเป็นร้อยละ 67.97 ซึ่งเป็นภาษาหลัก (Dominant Language) ของพื้นที่ รองลงมาคือภาษาอังกฤษพบทั้งบนป้ายของหน่วยงานราชการและเอกชน คิดเป็นร้อยละ 24.96 ภาษาที่ปรากฏเป็นอันดับสามในพื้นที่ คือ ภาษาจีน คิดเป็นร้อยละ 3.40 ปรากฏเฉพาะบนป้ายของหน่วยงานเอกชน อีกทั้งยังพบภาษาของประเทศเพื่อนบ้านที่มีภูมิศาสตร์ด้านพื้นที่เป็นชายแดนระหว่างประเทศใกล้เคียงกันและมีการติดต่อสัมพันธ์กันด้านเศรษฐกิจ การค้า สังคม และวัฒนธรรมอย่างภาษาลาวที่ปรากฏบนป้ายของหน่วยงานราชการและเอกชนคิดเป็นร้อยละ 1.76 ภาษาต่างประเทศอื่นที่ปรากฏรองลงมา ได้แก่ ภาษาฝรั่งเศส คิดเป็นร้อยละ 0.63 ภาษาเวียดนาม คิดเป็นร้อยละ 0.50 ไปจนถึงภาษาที่ปรากฏน้อยที่สุดในพื้นที่ ได้แก่ ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเยอรมัน ภาษาเกาหลี ภาษาพม่า ภาษาเขมร และภาษาอาฟริกันส์ คิดเป็นร้อยละ 0.13 ค่าร้อยละในการคำนวณมีจำนวนเต็ม 793 ซึ่งมาจากจำนวนความถี่ของทุกภาษารวมกัน สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4 ต่อไปนี้



Table 4 Languages in official signs and non - official signs

ภาษา	จำนวนครั้งที่ ปรากฏ บนป้าย	ค่าร้อยละ ของภาษาที่ ปรากฏบน ป้าย	ค่าร้อยละ ของภาษา ที่ปรากฏ บนป้าย ราชการ	ค่าร้อยละ ของภาษา ที่ปรากฏ บนป้าย เอกชน
ภาษาไทย	539	67.97	9.97	58
ภาษาอังกฤษ	198	24.96	6.30	18.66
ภาษาจีน	27	3.40	0	3.40
ภาษาลาว	14	1.76	0.88	0.88
ภาษาฝรั่งเศส	5	0.63	0	0.63
ภาษาเวียดนาม	4	0.50	0	0.50
ภาษาญี่ปุ่น	1	0.13	0	0.13
ภาษาเยอรมัน	1	0.13	0	0.13
ภาษาเกาหลี	1	0.13	0	0.13
ภาษาพม่า	1	0.13	0.13	0
ภาษาเขมร	1	0.13	0.13	0
ภาษาแอฟริกันส์	1	0.13	0	0.13
รวม	793	100	17.41	82.59

จากตารางที่ 4 นอกจากจะทำให้เห็นภาพรวมของภาษาและจำนวนของภาษาทั้งหมดที่ปรากฏในตลาดท่าเตด็จแล้ว ยังแสดงให้เห็นถึงสัดส่วนร้อยละของภาษาที่ปรากฏบนป้ายของหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชน โดยป้ายของหน่วยงานราชการมีภาษาที่ปรากฏทั้งหมด 5 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย คิดเป็นร้อยละ 9.97 ภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 6.30 ภาษาลาว คิดเป็นร้อยละ 0.88 ภาษาพม่าและภาษาเขมร คิดเป็นร้อยละ 0.13 ป้ายของหน่วยงานเอกชนมีภาษา



ปรากฏทั้งหมด 10 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย คิดเป็นร้อยละ 58 ภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 18.66 ภาษาจีน คิดเป็นร้อยละ 3.40 ภาษาลาว คิดเป็นร้อยละ 0.88 ภาษาฝรั่งเศส คิดเป็นร้อยละ 0.63 ภาษาเวียดนาม คิดเป็นร้อยละ 0.50 ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเยอรมัน ภาษาเกาหลี และภาษาอาฟริกันส์ คิดเป็นร้อยละ 0.13

ผลการวิเคราะห์หน้าที่ของภาษาบนป้ายสาธารณะที่ปรากฏในตลาดท่าเสด็จพบว่าภาษาในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จมีการทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลมากกว่าหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์ โดยหน้าที่ในการให้ข้อมูลคิดเป็นร้อยละ 67.59 และหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์คิดเป็นร้อยละ 32.41 ในบางภาษาทำหน้าที่ทั้งให้ข้อมูลและเชิงสัญลักษณ์ ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาลาว ภาษาเวียดนาม ภาษาฝรั่งเศส และในบางภาษาทำหน้าที่เพียงหน้าที่เดียว โดยภาษาที่ทำหน้าที่ให้ข้อมูลเพียงหน้าที่เดียว ได้แก่ ภาษาเยอรมัน ภาษาพม่า ภาษาเขมร และภาษาอาฟริกันส์ ส่วนภาษาที่ทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์เพียงหน้าที่เดียว ได้แก่ ภาษาเกาหลี และภาษาญี่ปุ่น

ภาษาที่ทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จมีทั้งหมด 10 ภาษา เรียงลำดับจากภาษาที่ทำหน้าที่ให้ข้อมูลมากที่สุด ได้แก่ ภาษาไทย คิดเป็นร้อยละ 68.28 ภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 26.11 ภาษาลาว คิดเป็นร้อยละ 2.23 ซึ่งการให้ข้อมูลของทั้ง 3 ภาษาที่ได้กล่าวมาข้างต้นปรากฏอยู่ทั้งบนป้ายของหน่วยงานราชการและป้ายของหน่วยงานเอกชน รองลงมา ได้แก่ ภาษาจีน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ภาษาฝรั่งเศสคิดเป็นร้อยละ 0.74 ภาษาเวียดนาม ภาษาเยอรมัน ภาษาอาฟริกันส์ ภาษาพม่า และภาษาเขมร คิดเป็นร้อยละ 0.18 และทุกภาษาเป็นการให้รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่หรือที่ตั้งของสถาบันของรัฐและเอกชนเพื่อการเข้ารับบริการด้านต่าง ๆ ของประชาชน รายละเอียดในการแจ้งข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนของภาครัฐ รวมไปถึงรายละเอียดของสินค้าและบริการในส่วนของภาคเอกชน

ภาษาที่ทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์ในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จ มีทั้งหมด 8 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย คิดเป็นร้อยละ 67.31 รองลงมาคือภาษาอังกฤษ คิดเป็น



ร้อยละ 22.56 ภาษาจีน คิดเป็นร้อยละ 7.78 ภาษาลาว คิดเป็นร้อยละ 0.77 ไปจนถึงภาษาที่ทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์น้อยที่สุดอย่าง ภาษาฝรั่งเศส ภาษาเวียดนาม ภาษาเกาหลี และภาษาญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 0.38 อีกทั้งผู้วิจัยยังพบว่าหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์มักจะปรากฏอยู่บนป้ายของหน่วยงานเอกชนเป็นส่วนใหญ่

7. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จ แสดงให้เห็นว่าภาษาไทยเป็นภาษาที่ปรากฏความถี่มากที่สุดในพื้นที่ ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นภาษาหลัก (Dominant language) ของพื้นที่ตลาดท่าเสด็จ เนื่องจากภาษาไทยเป็นภาษาประจำชาติที่คนในพื้นที่และคนไทยใช้ในชีวิตประจำวัน ทั้งใช้ในการติดต่อสื่อสาร การศึกษา และเป็นภาษาราชการในการติดต่อเพื่อขอรับบริการจากภาครัฐ ข้อเสนอแนะสอดคล้องกับงานวิจัยของ Huebner (2003) ที่ศึกษาภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ของกรุงเทพมหานคร โดยเลือกพื้นที่บริเวณใกล้เคียงที่เป็นทั้งพื้นที่ทางเศรษฐกิจและพื้นที่ชานเมืองทั้ง 15 แห่ง ซึ่งผลการวิจัยพบว่าภาษาไทยเป็นภาษาหลักที่พบมากที่สุดท่ามกลางสภาพแวดล้อมการใช้ภาษาในที่สาธารณะที่เป็นพหุภาษาและมีการเพิ่มขึ้นของการเลือกใช้อังกฤษเนื่องจากอิทธิพลของการเป็นภาษาสากลในพื้นที่ นอกจากนี้ภาษาไทยที่ปรากฏในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จยังเป็นภาษาที่มีหน้าที่ในการให้ข้อมูลมากที่สุด โดยการให้รายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้าและบริการ รวมถึงการเข้ารับบริการด้านต่าง ๆ ที่ดำเนินไปควบคู่กับวิถีชีวิตของประชาชนในพื้นที่เป็นอันดับแรก ดังที่ Landry & Bourhis (1997 : 25) ได้กล่าวว่า การเลือกใช้อำนาจในการให้ข้อมูลของคนในสังคมแสดงให้เห็นถึงการที่เจ้าของภาษาจะได้รับการให้บริการจากภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่นั้น ๆ

การที่ภาษาไทยที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะเป็นภาษาหลักของพื้นที่ตลาดท่าเสด็จ และรูปแบบของป้ายภาษาเดียวที่เลือกใช้อำนาจภาษาไทยพบมากที่สุดเนื่องจากฐานะของภาษาประจำชาติและภาษาที่ประชาชนไทยใช้ในการสื่อสาร อีกปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนกำหนดภาษาหลักและป้ายหลักในพื้นที่ คือการเสียภาษีป้าย โดยป้ายที่



มีข้อความที่เป็นอักษรภาษาไทยล้วนจะมีอัตราการเสียภาษี 5 บาท ต่อ 500 ตารางเซนติเมตร และป้ายที่มีข้อความที่เป็นอักษรภาษาไทยปนกับอักษรภาษาต่างประเทศ จะมีอัตราการเสียภาษี 26 บาท ต่อ 500 ตารางเซนติเมตร และป้ายที่ไม่มีอักษรภาษาไทย มีเฉพาะอักษรภาษาต่างประเทศ หรือมีเฉพาะรูปภาพและสัญลักษณ์ใด ๆ จะมีอัตราการเสียภาษี 50 บาท ต่อ 500 ตารางเซนติเมตร (พระราชบัญญัติภาษีป้าย ฉบับที่ 5 พ.ศ. 2535) จะเห็นได้ว่าป้ายที่เลือกใช้ภาษาไทยเพียงภาษาเดียวจะมีอัตราการเสียภาษีน้อยที่สุด ส่วนป้ายที่เลือกใช้ภาษาไทยปนกับต่างประเทศเสียภาษีเป็น 4 เท่าของการเลือกใช้ภาษาไทยเพียงภาษาเดียวต่อ 500 ตารางเซนติเมตร การเสียภาษีป้ายจึงเป็นอีกปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จ

ป้ายราชการเป็นป้ายที่ได้รับการจัดเว้นจากการเสียภาษีป้าย แต่มีปัจจัยหลักในการกำหนดภาษาที่จะต้องปรากฏบนป้ายที่เป็นของหน่วยงานราชการ คือนโยบายภาษา (Language policy) ซึ่งนโยบายภาษาของประเทศไทยได้กำหนดไว้ว่าภาษาหลักที่จะต้องปรากฏบนป้ายประกอบไปด้วยภาษาไทยเพื่อสื่อสารกับคนไทยในประเทศ และภาษาอังกฤษปรากฏบนป้ายของหน่วยงานราชการเพื่อสื่อสารกับชาวต่างชาติในฐานะภาษากลางในการสื่อสาร (Huebner, 2003) ป้ายราชการส่วนใหญ่จึงอยู่ในรูปแบบป้ายภาษาเดียวที่เลือกใช้ภาษาไทยและป้ายสองภาษาที่เลือกใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษร่วมกัน ลักษณะเด่นของป้ายราชการในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จคือพบป้ายหลายภาษาที่มีการเลือกใช้ภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาลาวร่วมกัน เนื่องจากปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ที่มีพรมแดนติดกันระหว่าง ไทย - ลาว ความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจการค้า ความสัมพันธ์ด้านสังคม และการมีวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ภาษาลาวจึงเป็นอีกภาษาที่มีบทบาทที่สำคัญบนป้ายของหน่วยงานราชการ

ป้ายสองภาษา (Bilingual signs) และป้ายหลายภาษา (Multilingual signs) ในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จมักจะทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลเสมอ เพราะหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชนมีความต้องการให้รายละเอียดกับกลุ่มประชาชนหรือ



กลุ่มลูกค้าที่กว้างกว่าคนไทย เนื่องจากตลาดท่าเสด็จเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวและพื้นที่ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของจังหวัด ทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ชาวต่างชาติอยู่ในพื้นที่ด้วยจุดประสงค์ของการท่องเที่ยว การค้าขายแลกเปลี่ยน สินค้า การติดต่อธุรกิจ รวมไปถึงการใช้บริการสถานที่ราชการ บ้ายสองภาษาและ บ้ายหลายภาษาจึงมีหน้าที่ให้ข้อมูลเพื่อสื่อสารกับผู้คนหลากหลายเชื้อชาติและ หลากหลายภาษาในพื้นที่

การมีอยู่ของภาษาลาวในพื้นที่มีเหตุผลและหลักฐานที่น่าสนใจ เพราะเป็นภาษาต่างประเทศที่ปรากฏอยู่ทั้งบนป้ายของหน่วยงานราชการและ เอกชน อีกทั้งยังทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลบนป้ายของราชการอีกด้วย สาเหตุของ การปรากฏภาษาลาวในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จเนื่องมาจากการมีพรมแดนประเทศ ที่ติดกันระหว่างจังหวัดหนองคายกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งจังหวัดหนองคายได้ขึ้นชื่อว่าเป็นเมืองชายแดนริมฝั่งแม่น้ำโขงที่เป็นประตูสู่เมือง เวียงจันทน์ เพราะตั้งอยู่ใกล้กับเมืองหลวงของประเทศลาวประมาณ 25 กิโลเมตร โดยในปัจจุบันมีการเดินทางข้ามทั้งสองฝั่งโขงอย่างสะดวกผ่านสะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว นอกจากการติดต่อคมนาคมและการท่องเที่ยวข้ามประเทศแล้ว จังหวัด หนองคายและประเทศลาวยังมีความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งเป็น พื้นที่ที่มีการเคลื่อนไหวของสินค้าและบริการข้ามพรมแดน จึงเป็นที่รู้จักในนาม “ตลาดการค้าชายแดน” นอกจากภูมิศาสตร์ที่เป็นพรมแดนระหว่างประเทศแล้ว ความสัมพันธ์ในรูปแบบของประเทศเพื่อนบ้านนี้จึงทำให้มีการใช้ภาษาลาวในพื้นที่ ตลาดท่าเสด็จเพื่อสื่อสารในด้านต่าง ๆ กับประชาชนชาวลาวที่เดินทางเข้ามา ในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จอยู่เป็นประจำ และกล่าวได้ว่าภาษาลาวเป็นอีกภาษาหนึ่งที่มี บทบาทที่สำคัญในพื้นที่เพราะเป็นภาษาต่างประเทศที่ปรากฏในป้ายของหน่วยงาน ราชการและมีหน้าที่ในการให้ข้อมูล ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการให้บริการกับ ประชาชนลาวตั้งแต่เรื่องเบ็ดเตล็ดไปจนถึงเรื่องการทำธุรกรรมต่าง ๆ รวมถึง การรักษาพยาบาลทั้งจากโรงพยาบาลของรัฐ และโรงพยาบาลของเอกชน



ที่ประชาชนลาวสามารถใช้สิทธิในการรับบริการด้านต่าง ๆ จากภาครัฐและภาคเอกชนได้ไม่ต่างจากคนไทยในพื้นที่

เนื่องจากพื้นที่ตลาดท่าเตียงมีภูมิศาสตร์เป็นพื้นที่ชายแดนมีการติดต่อสัมพันธ์เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจระหว่างประเทศไทย - ลาว และประเทศเพื่อนบ้านต่าง ๆ ที่มีพื้นที่ใกล้เคียงกันสามารถเดินทางเข้าและออกระหว่างจังหวัดหนองคาย และประเทศต้นทางได้ ในพื้นที่ที่เป็นพรมแดนระหว่างประเทศ จึงปรากฏจุดผ่านแดนระหว่างประเทศ ทั้งจุดผ่านแดนถาวรและชั่วคราว รวมถึงจุดผ่อนปรนสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย การควบคุม การจัดระเบียบการเดินทางและการขนส่งสินค้า สำหรับพื้นที่ตลาดท่าเตียง มีจุดผ่านพรมแดนท่าเรือ ผู้วิจัยพบป้ายที่เกี่ยวกับการควบคุมภาษี และป้ายประกาศแจ้งการนำเงินบาทออกนอกประเทศ ป้ายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการผ่านชายแดนที่พบเหล่านี้ภาษาบนป้ายทำหน้าที่ในการให้ข้อมูล (Informational function) เสมอ เพราะเป็นรายละเอียดที่ต้องแจ้งให้ผู้ที่จะเดินข้ามพรมแดนได้รับทราบและปฏิบัติตามป้ายที่พบในบริเวณจุดข้ามพรมแดน หรือป้ายแจ้งเกี่ยวกับข้อปฏิบัติในการข้ามพรมแดนมักจะเป็นป้ายสองภาษาและป้ายหลายภาษา ส่วนภาษาที่พบในการให้ข้อมูลบนป้ายได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาลาว ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าการใช้ภาษาทั้งสามภาษานี้ในบริเวณจุดผ่านแดน เพราะเจ้าของป้ายซึ่งเป็นหน่วยงานราชการมีความประสงค์ที่จะสื่อสารให้ผู้ผ่านแดนสามารถเข้าใจตรงกันทุกคน เพราะภาษาไทยเป็นภาษาที่คนไทยทุกคนเข้าใจ ส่วนภาษาอังกฤษหน่วยงานเจ้าของป้ายมีความคาดหวังว่าผู้อ่านป้ายจะต้องเข้าใจภาษาอังกฤษ เพราะภาษาอังกฤษมีฐานะเป็นภาษากลางในการสื่อสาร Crystal (2001) และภาษาลาวถูกเลือกใช้ให้ข้อมูลเพื่อสื่อสารกับประชาชนชาวลาว เพราะคนกลุ่มส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้าและออกระหว่างพื้นที่ คือ ประชาชนลาว คิดเป็นร้อยละ 49 ของประเทศเพื่อนบ้านทั้ง 4 ประเทศ ได้แก่ ประเทศพม่า ประเทศกัมพูชา และประเทศมาเลเซีย (Foreign Affairs Division Office of The Permanent Secretary Ministry of Interior, 2019)



ภาษาจีนและภาษาเวียดนามเป็นภาษาต่างประเทศที่ปรากฏในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จ ส่วนใหญ่มีหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์และปรากฏเฉพาะบนป้ายของหน่วยงานเอกชนเท่านั้น เนื่องมาจากภาษาทั้งสองเป็นภาษาที่มาจากการอพยพของคนเชื้อชาติจีนและเวียดนามที่ได้เข้ามาตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ดังที่ Chansang (2019) ได้กล่าวไว้ว่า ชาวจีนได้อพยพเข้ามาอยู่ในประเทศไทยอย่างเป็นที่ยอมรับในช่วงสมัยนโยบายการเปิดประเทศ พ.ศ. 2521 และได้กระจายตัว ตั้งรกราก ประกอบอาชีพทั่วทุกภาคของประเทศไทย รวมไปถึงพื้นที่ลุ่มน้ำโขงในภาคอีสานอย่าง ตลาดท่าเสด็จ จังหวัดหนองคาย และตลาดโพนเป็ง จังหวัดอุดรธานี เช่นกันกับชาวเวียดนามที่ได้อพยพเข้ามาในประเทศไทยในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 และได้มีชาวเวียดนามส่วนหนึ่งเข้ามาตั้งถิ่นฐานและประกอบอาชีพบริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยรวมถึงจังหวัดหนองคาย (Khuboonyaarak, Boonchai & Boonchai, 2018) ดังนั้นจึงมีประชาชนที่เป็นชาวไทยเชื้อสายจีนและชาวไทยเชื้อสายเวียดนามอาศัยและประกอบธุรกิจอยู่ในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จ และใช้ภาษาจีน ภาษาเวียดนามในป้ายธุรกิจของตนเพื่อแสดงออกในเชิงสัญลักษณ์ถึงความเป็นชนชาติจีนและเวียดนาม เช่น ธุรกิจร้านขายเครื่องดื่มและสมุนไพรจีน ร้านขายอาหารและเครื่องดื่มของเวียดนาม เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ Backhaus (2007) ที่ได้กล่าวว่า ภาษาต่างประเทศมักจะปรากฏอยู่บนป้ายของหน่วยงานเอกชน เพราะเจ้าของธุรกิจเอกชนมีอิสระในเลือกใช้ภาษา (Language choice) ที่ตนต้องการเพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายหรือแสดงสัญลักษณ์ผ่านภาษาที่ตนเลือกใช้ได้

ภาษาอังกฤษบนป้ายสาธารณะในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จเป็นอีกภาษาที่มีแนวโน้มการเลือกใช้ที่เพิ่มมากขึ้น โดยพบความถี่เป็นอันดับที่สองในพื้นที่ด้วยร้อยละ 24.96 ซึ่งเป็นผลกระทบมาจากโลกาภิวัตน์ ความเจริญก้าวหน้าของพื้นที่ และการหลอมรวมกันของผู้คนจากหลากหลายเชื้อชาติ ภาษา และวัฒนธรรม ภาษาอังกฤษนอกจากจะเป็นภาษาสากลในการสื่อสารแล้วยังเป็นตัวแทนของภาษาที่เชื่อมต่อการพัฒนาด้านความรู้ สังคมและเศรษฐกิจจากทั่วทุกมุมโลกเข้าหากัน



ดังนั้นภาษาอังกฤษจึงมีคุณค่าและความสำคัญในตัวของตัวเอง (Cenoz & Gorter, 2006) นอกจากผลกระทบจากโลกาภิวัตน์ที่ทำให้มีแนวโน้มของการเลือกใช้ภาษาอังกฤษบนป้ายสาธารณะในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จเพิ่มขึ้นแล้ว บริบททางสังคมของตลาดท่าเสด็จซึ่งเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวทางเศรษฐกิจ และบริบทด้านสัญชาติของประชาชนที่อยู่ร่วมกันในพื้นที่ทั้งที่อาศัยอยู่แบบถาวรและแบบชั่วคราว เช่น นักท่องเที่ยวและนักลงทุนยังมีส่วนต่อการเลือกใช้ภาษาบนป้ายในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จ ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีด้านภาษาศาสตร์สังคมที่ Firth (1964) ได้กล่าวไว้ว่า ภาษาในชีวิตประจำวันของเราอยู่ภายใต้อิทธิพลของสังคมและการเปลี่ยนแปลงของสภาวะสังคม

ภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จนอกจากจะเชื่อมโยงให้ทราบถึงบริบทของพื้นที่ สังคมการใช้ภาษา ภูมิศาสตร์ของพื้นที่ ผู้วิจัยพบว่าภาษาที่ปรากฏในที่สาธารณะยังบ่งบอกสถานการณ์ที่สำคัญของช่วงเวลานั้นได้อีกเช่นกัน เพราะช่วงที่ผู้วิจัยลงพื้นที่สำรวจข้อมูลเบื้องต้นและเก็บข้อมูลเป็นเวลาที่สถานการณ์โรค COVID – 19 กำลังระบาดในระลอกแรก ผู้วิจัยพบป้ายที่เกี่ยวกับ COVID – 19 เช่น ป้ายให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาการของผู้ติดเชื้อ และป้ายให้ข้อมูลวิธีป้องกันการติดเชื้อ เช่น การใส่หน้ากากอนามัย และการล้างมือ ภาษาที่ถูกเลือกใช้ในการให้ข้อมูลคือภาษาไทย เนื่องจากเจ้าของป้ายมีจุดประสงค์เพื่อให้ข้อมูลและสื่อสารกับประชาชนชาวไทย

การศึกษาภาษาและหน้าที่ของภาษาในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จสะท้อนให้เห็นว่าสังคมการใช้ภาษาในตลาดพื้นที่ท่าเสด็จเป็นสังคมแบบพหุภาษา (Multilingual) ซึ่งมีภาษาไทยเป็นภาษาหลัก (Dominant language) ความเป็นพหุภาษาของพื้นที่ตลาดท่าเสด็จสืบเนื่องมาจากปัจจัยด้านพื้นที่ในการเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ ซึ่งมีทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และกิจการค้าขาย ทั้งธุรกิจขนาดเล็กไปจนถึงธุรกิจขนาดใหญ่ ผนวกกับภูมิศาสตร์ของพื้นที่ในการเป็นพรมแดนระหว่างประเทศใกล้เคียงอย่างประเทศลาว ทำให้มีการติดต่อสื่อสารคมนาคมระหว่างประชาชนลาวและไทยอยู่เสมอ จึงปรากฏภาษาลาวขึ้นในพื้นที่



และเป็นภาษาที่มีบทบาทอีกภาษาหนึ่งในป้ายของหน่วยงานราชการ อีกทั้งปัจจัยการแลกเปลี่ยนแรงงานระหว่างประเทศสมาชิกความร่วมมือทางเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN) ในจังหวัดหนองคาย ไปจนถึงการอพยพตั้งถิ่นฐานของชาวจีนและชาวเวียดนามตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ปัจจัยดังที่กล่าวมาจึงทำให้พบภาษาทั้ง 12 ภาษาในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จ นอกจากเหตุและผลของการปรากฏภาษาต่าง ๆ ในพื้นที่แล้ว ทุกภาษาต่างเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมของและผู้คนในสังคมโดยการมีหน้าที่หลักในการให้ข้อมูลกับเจ้าของภาษาที่อยู่ในสังคมหรือพื้นที่นั้น ๆ กล่าวได้ว่าหากปรากฏภาษาใดที่ทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลย่อมหมายถึงการมีเจ้าของภาษาเป็นส่วนหนึ่งของสังคมนั้น ๆ รวมถึงการทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์ที่ภาคเอกชนมีอิสระในการเลือกใช้ภาษาประจำชาติของตนเพื่อแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของชนชาติ รสนิยม ที่มาของสินค้าหรือวัตถุดิบ ท่ามกลางสังคมที่มีความหลากหลายเชื้อชาติและภาษา

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

นำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยไปใช้ในการสำรวจกลุ่มเป้าหมายธุรกิจจากประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนระหว่างประเทศใกล้เคียงกัน เพราะธุรกิจที่มีการใช้ภาษาของประเทศเพื่อนบ้านในการให้ข้อมูลจะแสดงให้เห็นว่าภาคธุรกิจดังกล่าวมีความประสงค์ให้บริการกับเจ้าของภาษาและสามารถอนุมานได้ว่าเจ้าของภาษามักจะใช้บริการประเภทของธุรกิจดังกล่าว เช่น ภาษาลาวในพื้นที่ตลาดท่าเสด็จมักจะปรากฏบนป้ายประเภทสถานพยาบาลของเอกชน คลินิกเอกชน และสถานบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ข้อมูลในงานวิจัยยังสามารถใช้ประกอบกับข้อมูลทางสถิติในการสำรวจการเข้ารับบริการด้านต่าง ๆ ของประชาชนจากประเทศเพื่อนบ้านในพื้นที่พรมแดนประเทศไทยได้



8.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ครั้งต่อไปการศึกษาร่วมกับทฤษฎีทางภาษาอื่นที่มีความสอดคล้องกันจะช่วยให้นักวิจัยมีมุมมองที่น่าสนใจและมีมิติมากขึ้น เช่นการศึกษาร่วมกับทฤษฎีภาษาศาสตร์สังคมหรือกรอบแนวคิดสัญลักษณ์ อีกทั้งการสัมภาษณ์เจ้าของบ้านในธุรกิจของภาคเอกชนจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่รัดกุมและชัดเจนมากขึ้นเกี่ยวกับการเลือกใช้ภาษาบนป้าย จุดประสงค์ของการเลือกใช้ภาษาบนป้าย และกลุ่มเป้าหมายที่เจ้าของป้ายต้องการสื่อสารด้วย

References

- Alomoush, O. L. (2015). **Multilingualism in the linguistic landscape of urban Jordan**. Doctor thesis in Philosophy. The University of Liverpool.
- Backhaus. P. (2006). “Multilingualism in Tokyo: a look into the linguistic Landscape”. **International Journal of Multilingualism**, 3(1), 52-66.
- Cenoz. J & Gorter.D. (2006). “Linguistic landscape and minority languages”. **International Journal of Multilingualism**, 3(1), 67-80.
- Chan. V. (2008). “The linguistic landscape of a Cambodia town in lowell, Massachusetts”. **Journal of Southeast Asian American Education and Advancement**, 13(1), 1-24.
- Chansang. A. (2019). “The historical development of Chinese migration pattern and routes in Mekong sub-region of Northeastern Thailand during the Late 20th- Early 21st Centuries¹”. **Mekong-Salween Civilization Studies Journal**, (1), 14-34. (in Thai)
- Crystal. D. (2001). **Language and the Internet**. Cambridge: The Press Syndicate of The University of Cambridge.



- Edelman. L. J. (2009). **Linguistic landscapes in the Netherlands a study of multilingualism in Amsterdam and Friesland**. PhD thesis. Amsterdam Center for Language and Communication.
- Firth, J.R. (1964). On sociological linguistics. In Dell Hymes. 1972. **Language in culture and society**. New york: Haper and Row.
- Foreign Affairs Division Office of The Permanent Secretary Ministry of Interior. (2019). **Summary report of travel statistics in and out of Thailand' border crossings and neighboring countries**. Retrieved October,10 2021, From <http://www.fad.moi.go.th/images/Ngancedkumpha/meena63/satititpandean.pdf>.
- Huebner, T. (2008). "Bangkok' s linguistic landscape: environmental print, code mixing and language change". **International Journal of Multilingualism**, 3(1), 31-51.
- Jazul. M. E & Bernardo. A. (2017). **A look into Manila chinatown's linguistic landscape: the role of language and language ideologies**. Ph.D. Thesis. University of Santo Tomas.
- Kaewbut. P. (2019). "Chinese readiness of Surat Thani international airport with mice city: the study of linguistic landscape". **Journal of Humanities Naresuan University**, 17(1), 89-104. (in Thai)
- Kress. G. (1993). "Against arbitrariness: the social production of the sign as a foundational issue in critical discourse analysis". **SAGE journals**, 4(2), 169-191.
- Khuboonyarak. N, Boonchai, P & Boonchai, P. (2561). "The role of ethnic Thai-Vietnamese people in effecting changes on the Thai economy, society and culture". **Nakhon Phanom University Journal**, 8(2), 107-16. (in Thai)



- Landry & Bourhis, R. (1997). "Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: an empirical study". **Journal of Language and Social Psychology**, 16(1), 23-49.
- Rhekhailit. K. (2020). "Language choice of public signage in Thai universities a case study of Chulalongkorn university and Kasetsart university". **Manutsayasat Wichakan**, 27(2), 310-341. (in Thai)
- Meemongkol. G. (2021). "Linguistic landscape of soi Nananua and soi Ekamai". **Journal of Humanities and Social Sciences**, 21(1), 66-88. (in Thai)
- Pachnalawan. P, Munkhong. A & Sethakorn. W. (2017). Three accents of toponym: using Thai, English and Chinese on public signs in Lampang municipality. **Local Admonistration Journal**, 10(4). 120-138. (in Thai)
- Prasert, K & Jimarkon Zilli, P. (2019). "A linguistic landscape analysis of Pattaya, Thailand's sin city". **Discourse and Interaction**, 12(1), 75-95.
- Rafael, E.B & Scohamy, E. (2008). "Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: the case of Israel". **A linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism**, 3(1), 7-30.
- Rungswang, A. (2018). "Linguistic landscape: forms and functions of signs in Thai community center, golden mile complex, in Singapore". **TNI Journal of Business Administration and Languages**, 6(1), 35-39.
- Sarot. T & Kraisame.S. (2019). "Urban multilingualism: a case study of the relationship between linguistic landscape and business in north Nana". **Journal of Language and culture**, 38(1), 24-40.



- Seangyen, C. (2015). "Linguistic landscape on billboards in Mueang district, Udon Thani province". **Mekhon Chi Mun Art and culture journal**, 1(2), 18-34. (in Thai)
- Siricharoen, A. (2016). "Multilingualism in the linguistic landscape of the Faculty of Arts, Chulalongkorn university, Thailand". **MANUSYA: Journal of Humanities**, (22), 13-22.
- Siwina, P & Prasithrathsint, A. (2020). "Multilingual landscapes on Thailand's borders". **Journal of Mekong Societies**, 16(1), 113-129.
- Spolsky, B & Cooper, B. L. (1993). "The languages of Jerusalem". **International Journal Middle East Studies**, 25(1), 144-145.
- Suaykratok, P. (2018). "Inclusion of the minority language on public signs: multilingualism in the deep south of Thailand". **NIDA Journal of Language and Communication**, 24(23), 3-19.
- Sutthinaraphan, K. (2016). "A linguistic landscape study of advertising signage on skytrain". **ANUSYA: Journal of Humanities**, (22), 54-71.
- Thongtong, T. (2016). "A linguistic landscape study of signage on Nimmanhemmin road, a Lanna Chiangmai chill out street". **MANUSYA: Journal of Humanities**, 22(1), 73-87.
- Wangpusit, K. (2019). A comparison of signboard names between two areas of Banglamphu and Siam Square: An analysis of a Linguistic Landscape. **Veridian E-Journal**, 12(2), 20-35.
- Wiri Yosutthikul. S, Kulsawat. T & Isariyanon. S. (2015). "Policy and strategy of cultural tourism industry development in Nong Khai Province". **Journal of politics, administration and law**, 7(3), 93-123. (in Thai)



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2565

Wu, H & Techasan, S. (2016). “Chinatown in Bangkok: the multilingual landscape”. **MANUSYA: Journal of Humanities**, 22(1), 39-52.