

ป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 : การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์

จักรพงษ์ สายทองตั้ง*

สุพรรณิ วงศ์สิงห์แก้ว

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

*Corresponding author's email: chakphongze@gmail.com

รับบทความ 13 มีนาคม 2568; แก้ไขบทความ 29 กรกฎาคม 2568; ตอรับ 29 กรกฎาคม 2568

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบภาษาและหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 จำนวน 34 ป้าย โดยการสุ่มแบบเจาะจง และวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบป้ายธุรกิจการค้าที่พบมี 3 รูปแบบ คือ ป้ายภาษาเดียว ป้ายสองภาษา และป้ายหลายภาษา โดยป้ายภาษาเดียวพบการใช้ภาษาไทยมากกว่าภาษาอังกฤษ ส่วนป้ายสองภาษานั้นพบว่า มีการใช้ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษมากที่สุด ตามมาด้วย ภาษาอังกฤษ-ภาษาไทย ภาษาไทย-ภาษาจีน และภาษาอังกฤษ-ภาษาพม่า ตามลำดับ ในส่วนของป้ายหลายภาษา พบการใช้จำนวนเท่ากันคือ ภาษาไทย-ภาษาพม่า-ภาษาอังกฤษ ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน และภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาญี่ปุ่น ส่วนหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ผลการศึกษาพบว่า ภาษาบนป้ายทำหน้าที่ 2 ประการ ได้แก่ 1) หน้าที่การให้ข้อมูลเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และ 2) หน้าที่เชิงสัญลักษณ์ ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นความเป็นพหุภาษาและความเป็นพหุวัฒนธรรมในย่านชุมชนถนนเพชรบุรี ซอย 5

คำสำคัญ: ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์, ป้ายธุรกิจการค้า, ถนนเพชรบุรี ซอย 5, กรุงเทพมหานคร

Commercial Business Signs on Phetchaburi Road, Soi 5: A Linguistic Landscape Analysis

*Chakphong Saithongting**

Supunnee Wongsingkaew

Faculty of Humanities, Kasetsart University

*Corresponding author's email: chakphongze@gmail.com

Received 13 March 2025; Revised 29 July 2025; Accepted 29 July 2025

Abstract

This article aims to examine the linguistic patterns and functions of languages displayed on 34 commercial business signs on Phetchaburi Soi 5, selected through purposive sampling. The data was analyzed according to the concept of linguistic landscape. The study found three types of commercial signs: monolingual, bilingual, and multilingual. Monolingual signs were the most common, followed by bilingual and multilingual signs. Among monolingual signs, Thai was used more frequently than English. For bilingual signs, Thai–English was the most common combination, followed by English–Thai, Thai–Chinese, and English–Burmese, respectively. Regarding multilingual signs, they appeared in equal numbers in Thai–Burmese–English, Thai–English–Chinese, and Thai–English–Japanese combinations. Concerning the functions of language appearing on commercial business signs on Phetchaburi Soi 5, the study found that the language on the signs served two main functions: 1) an informative function in both Thai and English 2) a symbolic function. These research findings reflect the multilingual and multicultural nature of the Phetchaburi Soi 5 community.

Keywords: linguistic landscape, commercial business signs, Phetchaburi road, Soi 5, Bangkok

บทนำ

Landry and Bourhis (1997, p. 25) ได้กล่าวถึงภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ว่า ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์หมายถึง ความสามารถในการมองเห็นและความโดดเด่นของภาษาบนป้ายสาธารณะและป้ายเพื่อการค้าในพื้นที่หรือภูมิภาคที่กำหนดซึ่งรวมถึงป้ายถนน ป้ายโฆษณา ชื่อถนนและสถานที่ ป้ายร้านค้า และป้ายของหน่วยงานราชการต่าง ๆ โดยภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์มีหน้าที่หลัก 2 ประการ คือ หน้าที่ให้ข้อมูล (informational function) โดยแสดงถึงการใช้ภาษาของชุมชนในพื้นที่นั้น ๆ เช่น การบ่งบอกขอบเขตทางภูมิศาสตร์ของกลุ่มภาษาหรือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการหรือสินค้าในพื้นที่ และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (symbolic function) ซึ่งจะสะท้อนถึงอำนาจและสถานะของภาษาต่าง ๆ ในสังคม เช่น ความรู้สึกของผู้ใช้ภาษาต่อสถานะของภาษาของตนในพื้นที่นั้น ๆ

ถนนเพชรบุรี ซอย 5 เป็นถนนเส้นหนึ่งในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ซอยวิทยาลัยครูเพชรบุรี ซึ่งตั้งชื่อตามสถานที่ใกล้เคียงบริเวณนี้คือ วิทยาลัยครูเพชรบุรี ชื่อปัจจุบันคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีวิทยาเขตธนบุรี ซึ่งปัจจุบันมหาวิทยาลัยแห่งนี้ได้ย้ายไปที่อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี บริเวณถนนเพชรบุรี ซอย 5 นี้อยู่ใจกลางเมือง ตั้งอยู่ใกล้สถานศึกษาชั้นนำ เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล (พื้นที่พญาไท) โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา โรงเรียนศรีอยุธยา ในพระอุปถัมภ์ฯ โรงเรียนสันติราษฎร์วิทยาลัย ส่วนสถานที่สำคัญที่อยู่ไม่ไกลจากถนนเพชรบุรี ซอย 5 เช่น กระทรวงการต่างประเทศ กรมทางหลวง โรงพยาบาลรามาธิบดี โรงพยาบาลสงฆ์ อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ประตูน้ำ สยามสแควร์ เซ็นทรัลเวิลด์ ชุมชนดังกล่าวมีร้านค้าต่าง ๆ มากมาย รวมถึงหอพักรายเดือนจำนวนมาก ทำให้บริเวณนี้เป็นย่านชุมชนที่มีผู้คนอาศัยอยู่มาก ผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนนี้เป็นคนไทยเชื้อสายจีนที่เป็นเจ้าของร้านค้าต่าง ๆ ผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม เนื่องจากว่าบริเวณถนนเพชรบุรี ซอย 5 อยู่ไม่ไกลจากมัสยิดดารุลอะมานพญาไท ที่อยู่ถนนเพชรบุรี ซอย 7 มีคนที่มาจากต่างจังหวัดเข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานคร นิสิต นักศึกษาที่มาเช่าหอพักเพื่อศึกษาในมหาวิทยาลัยที่อยู่ใกล้เคียงบริเวณนี้ จากสถิติข้อมูลแรงงานต่างด้าวพม่าของสำนักงานเขตราชเทวีประมวลผล ณ วันที่ 11 เมษายน 2567 ระบุว่ามีความแตกต่างด้าวพม่าในแขวงทุ่งพญาไทเขตราชเทวี จำนวน 546 คน แบ่งเป็นผู้ชาย 247 คน และผู้หญิง 299 คน เป็นที่สังเกตได้ว่าเมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมานี้มีแรงงานชาวพม่าเข้ามาพักอาศัยอยู่ในชุมชน ทำให้มีร้านอาหารพม่าเปิดให้บริการสำหรับชาวพม่าเหล่านี้ นอกจากนี้ยังพบโรงแรมและโฮสเทลจำนวนมากที่สร้างขึ้นมาก เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ด้วยเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้คนที่อาศัยอยู่บนถนนเพชรบุรี ซอย 5 เป็นชุมชนพหุวัฒนธรรมที่มีคนหลากหลายเชื้อชาติเข้ามาอยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก

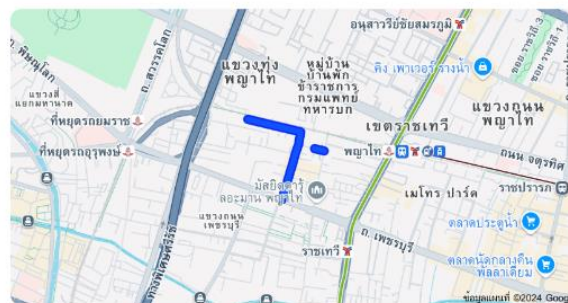
ภาพที่ 1

ป้ายถนนเพชรบุรี ซอย 5



ภาพที่ 2

แผนภาพแสดงพื้นที่บนถนนเพชรบุรี ซอย 5



จากการทบทวนงานวิจัยภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ พบว่ามีผู้ศึกษาบ้างแล้วจำนวนหนึ่ง โดยงานวิจัยนี้จะทบทวนเฉพาะงานวิจัยที่ศึกษาป้ายธุรกิจการค้าในประเทศไทยเท่านั้น เช่น ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ของซอยหัวหิน 57 : การศึกษาป้ายธุรกิจการค้าเชิงพาณิชย์ ของวิริยวิศค์ มงคลยศ และคณะ (2566) ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ของซอยนานาชาติเหนือและซอยเอมมัย ของกรกฤษ มีมงคล (2564) ภูมิทัศน์ทางภาษาบนป้ายร้านค้ากาแฟในเขตชุมชนพหุภาษา ของมูฮำหมัดสุกรี หะยีสะนิ (2565) และชื่อธุรกิจการค้าในย่านสยามสแควร์ : การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์ ของกฤตพล วังภูสิต (2555) เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่ายังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ ป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 งานวิจัยนี้จะศึกษาภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ในย่านดังกล่าวเพื่อแสดงให้เห็นถึงความเป็นพหุภาษาและความเป็นพหุวัฒนธรรมในย่านชุมชนถนนเพชรบุรี ซอย 5

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษารูปแบบภาษาของป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5
2. เพื่อศึกษาหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5

ขอบเขตการศึกษา

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสุ่มแบบเจาะจงจากป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ร้านเสริมสวย ร้านซักผ้าแบบหยอดเหรียญ โรงรับจำนำเอกชน คลินิก ร้านนวด หอพัก ร้านตัดเสื้อ ร้านขายยา ร้านตัดผม และร้านแว่นตา รวมทั้งหมด 34 ป้าย

แนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

1. แนวคิดภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์

Landry and Bourhis (1997, pp. 23-25) กล่าวว่า ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ (linguistic landscape) คือ สิ่งที่ได้เห็นได้ชัดเจนและความโดดเด่นของภาษาบนป้ายสาธารณะและป้ายเพื่อการค้าในพื้นที่ที่กำหนดไว้ การศึกษาเกี่ยวกับภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์จึงเป็นการศึกษาภาษาจากสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่ปรากฏและมองเห็นได้อย่างชัดเจนและโดดเด่นบนป้ายในพื้นที่สาธารณะ เช่น ป้ายถนนสาธารณะ ป้ายโฆษณา ชื่อถนนและสถานที่ ชื่อป้ายร้านค้าเชิงพาณิชย์ และป้ายสัญญาณที่ประชาชนหรือสถานที่ราชการต่าง ๆ ได้สร้างขึ้นเพื่อเป็นการสร้างภูมิทัศน์หลักของพื้นที่ที่มีการรวมตัวกันของกลุ่มคน โดยภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์มีหน้าที่พื้นฐาน 2 ประการ คือ หน้าที่ในการให้ข้อมูลและหน้าที่การแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งหมายความว่า ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ทำหน้าที่บอกข้อมูลทางภาษาของชุมชนว่ามีการใช้ภาษาใดบ้าง เป็นชุมชนภาษาเดียว หรือชุมชนหลายภาษา ประชากรที่อาศัยอยู่เป็นชนกลุ่มใด ส่วนหน้าที่ในทางสัญลักษณ์ คือ การที่ภาษามีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้คนที่อยู่ในสังคม

Huebner (2009, pp. 69-70) กล่าวว่า ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ในชุมชนเมือง (metro linguistic) คือ ภูมิทัศน์ที่เกิดจากภาษาที่ปรากฏในถนนสาธารณะของชุมชนเมือง ซึ่งในปัจจุบันสังคมเมืองส่วนใหญ่มีคนหลากหลายเชื้อชาติ หลากหลายวัฒนธรรมมาอาศัยอยู่ร่วมกัน ดังนั้น ภาษาที่สื่อสารอาจแสดงให้เห็นสภาพทางสังคมวัฒนธรรม เช่น ภาษาที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่มีมากกว่า 1 ภาษา เกิดการปนภาษา พหุภาษา เป็นต้น โดยการปนภาษา หมายถึง การใช้ภาษาหนึ่งของผู้พูดปนกับภาษาอื่น ๆ แต่มีขอบเขตอยู่ในระดับคำ วลี หรือสำนวนเท่านั้น (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540, น. 91) ส่วนพหุภาษา หมายถึง การใช้หลากหลายภาษาในสังคมหรือกลุ่มชนหนึ่ง ๆ (King & Carson, 2010, p. 4)

2. งานวิจัยภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับป้ายธุรกิจการค้าภายในประเทศไทย

งานวิจัยภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับป้ายธุรกิจการค้าในประเทศไทย เช่น วิริยวิศค์ มงคลยศ และคณะ (2566) ศึกษาเรื่อง “ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ของซอยหัวหิน 57 : การศึกษาป้ายธุรกิจการค้าเชิงพาณิชย์” โดยเก็บข้อมูลจากป้ายธุรกิจการค้าเชิงพาณิชย์ในพื้นที่ซอยหัวหิน 57 ถนนเดชาอนุชิต อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ระยะทางยาว 350 เมตร เลือกรวบรวมตัวอย่างแบบเจาะจง ผลการศึกษาพบว่าประเภทของธุรกิจการค้าเชิงพาณิชย์ จำแนกได้ 17 ประเภท พบธุรกิจร้านนวดมากที่สุด รูปแบบภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าเชิงพาณิชย์ จำแนกได้ 3 รูปแบบ ป้ายภาษาเดียว ป้ายสองภาษา และป้ายหลายภาษา

ผลการศึกษาข้างต้นยังสอดคล้องกับหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าเชิงพาณิชย์ พบว่าป้ายทำหน้าที่ 3 ประการ คือ หน้าที่การให้ข้อมูล หน้าที่บอกชื่อธุรกิจ และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ เป็นต้น ส่วนกรกฎมิมงคล (2564) ศึกษาเรื่อง “ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ของชอยนนานาเหนือและชอยเอกมัย” โดยเก็บข้อมูลจากป้ายในชอยสุขุมวิท 3 (นานาเหนือ) และชอยสุขุมวิท 63 (เอกมัย) ชอยละ 100 ป้าย รวม 200 ป้าย ผลการศึกษาพบว่า ป้ายมี 4 รูปแบบ ได้แก่ ป้ายแบบ 1 ภาษา ป้ายแบบ 2 ภาษา ป้ายแบบ 3 ภาษา และป้ายแบบ 5 ภาษา ทั้งนี้ นอกจากภาษาที่ปรากฏบนป้ายแล้ว ยังคำนึงถึงด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรม 3 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นด้านการเลียนแบบรูปแบบอักษรของภาษาหนึ่งให้คล้ายกับอีกภาษาหนึ่ง ประเด็นด้านสัตว์เลื้อยเป็นส่วหนึ่งของครอบครัว และประเด็นด้านการถ่ายทอดตัวอักษรคำที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม เป็นต้น ขณะที่หม่อมตสุกรี หะยิสะนิ (2565) ศึกษาเรื่อง “ภูมิทัศน์ทางภาษาบนป้ายร้านค้าแพในเขตชุมชนพหุภาษา” โดยเก็บข้อมูลจากป้ายร้านค้าแพที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชนพหุภาษา เทศบาลนครยะลา จำนวน 65 ป้าย โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการร้านค้าแพในเขตชุมชนพหุภาษาเลือกใช้ป้ายชื่อร้านแบบหนึ่งภาษามากที่สุด ป้ายสองภาษาพบรองลงมา ป้ายสามภาษาพบน้อยที่สุด ผลการวิจัยอีกประการหนึ่งแสดงให้เห็นถึงหน้าที่ของภาษาบนป้ายร้านค้าแพที่ทำหน้าที่แสดงชื่อร้าน แสดงรายละเอียดร้าน อีกทั้งยังแสดงชื่อร้านและรายละเอียดร้าน ไม่เพียงเท่านั้น กฤตพล วังภูสิต (2555) ศึกษาเรื่อง “ชื่อธุรกิจการค้าในย่านสยามสแควร์ : การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์” โดยเก็บข้อมูลจากชื่อธุรกิจการค้าและป้ายชื่อธุรกิจการค้าในย่านสยามสแควร์ ระหว่างเดือนเมษายน 2554 ถึงเดือนมิถุนายน 2554 ได้ชื่อและป้ายชื่อธุรกิจการค้าจำนวน 766 ชื่อ ผลการศึกษาพบว่าที่มาในการตั้งชื่อธุรกิจการค้าสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ ที่มาเกี่ยวข้องกับชื่อเจ้าของธุรกิจการค้า ที่มาเกี่ยวกับชื่อสินค้า/วัสดุ/อุปกรณ์ในธุรกิจการค้าและที่มาเกี่ยวกับลักษณะเด่นเฉพาะของธุรกิจการค้า พบว่ามีการใช้กลวิธีการเล่นกับภาษาในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การเล่นเสียงสัมผัส การเล่นคำ การเล่นสำนวน การใช้ความเปรียบ ทั้งในการตั้งชื่อธุรกิจการค้าภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ผลการวิเคราะห์ป้ายชื่อธุรกิจการค้าและองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับป้ายพบว่าป้ายชื่อธุรกิจการค้าในสยามสแควร์มีการใช้ตัวอักษรทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ แสดงให้เห็นการลักษณะพหุภาษาในย่านธุรกิจนี้ ซึ่งธุรกิจการค้าส่วนใหญ่ในสยามสแควร์พบการตั้งชื่อโดยไม่สื่อถึงธุรกิจโดยตรง

วิธีการศึกษา

1. ศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ ได้แก่ แนวคิดของ Landry and Bourhis (1997) รวมถึงทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับป้ายธุรกิจการค้าในประเทศไทย
2. เก็บรวบรวมข้อมูลจากป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 เป็นระยะทางยาว 400 เมตร ถนนเส้นนี้ตั้งอยู่ในแขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร โดยได้รวบรวมข้อมูลจากป้ายธุรกิจการค้า ได้แก่ ป้ายร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม และร้านค้าอื่น ๆ ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง ระหว่างวันที่ 8-24 พฤศจิกายน 2567

3. เก็บรวบรวมข้อมูลโดยลงพื้นที่เก็บข้อมูลป้ายธุรกิจการค้าที่ปรากฏบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ด้วยการถ่ายภาพป้ายร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม และร้านค้าอื่น ๆ ที่ปรากฏตัวอักษรชัดเจน ไม่นับป้ายบอกทางหรือป้ายรถเข็นทุกชนิด หากป้ายใดมีข้อความเหมือนกันทุกประการ แต่ติดอยู่ในตำแหน่งที่ต่างกัน ผู้วิจัยจะนับรวมกันเป็นหนึ่งป้าย รวมจำนวนป้ายที่นับได้ทั้งสิ้น 34 ป้าย แบ่งเป็น 1) ร้านอาหาร 12 ป้าย 2) ร้านเครื่องดื่ม 4 ป้าย 3) ร้านเสริมสวย 3 ป้าย 4) ร้านซักผ้าแบบหยอดเหรียญ 3 ป้าย 5) โรงรับจำนำเอกชน 2 ป้าย 6) คลินิก 2 ป้าย 7) ร้านนวด 2 ป้าย 8) หอพัก 2 ป้าย 9) ร้านตัดเสื้อ 1 ป้าย 10) ร้านขายยา 1 ป้าย 11) ร้านตัดผม 1 ป้าย และ 12) ร้านแว่นตา 1 ป้าย

4. วิเคราะห์ข้อมูลป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ตามแนวภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ โดยเริ่มจากการสำรวจป้ายธุรกิจการค้าที่ปรากฏบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 จากนั้นศึกษารูปแบบภาษาของป้ายธุรกิจการค้า เพื่อแสดงให้เห็นว่าธุรกิจการค้านิยมใช้ภาษารูปแบบใดในการนำเสนอ ปรากฏมีการใช้ภาษาไทย และภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ผู้วิจัยได้สอบถามข้อมูลทางภาษาจากเจ้าของร้านค้าในเบื้องต้น มีการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาต่างประเทศ มีการตรวจสอบความถูกต้องจากพจนานุกรมออนไลน์ และให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาตรวจทานความถูกต้องอีกครั้ง รวมถึงวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของป้ายสองภาษาและป้ายหลายภาษาโดยพิจารณาจากขนาดตัวอักษร และวิเคราะห์หน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าเชิงพาณิชย์ว่าสะท้อนให้เห็นสิ่งใดบ้าง

5. นำเสนอผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์และนับจำนวนความถี่ของข้อมูลตามจำนวนครั้งที่พบแล้วนำเสนอเป็นคำร้อยละ เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลแล้วจึงเสนอผลการวิเคราะห์ จากนั้นจึงสรุปผลการวิจัยอภิปรายผลและข้อเสนอแนะตามลำดับ

ผลการศึกษา

ผลการวิจัยป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ประกอบด้วยผลการศึกษาในรูปแบบภาษาของป้ายธุรกิจการค้า และหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้า รายละเอียดต่าง ๆ มีดังนี้

1. รูปแบบภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้า

จากการศึกษารูปแบบภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 จำนวน 34 ป้าย สามารถจำแนกรูปแบบของภาษาที่ปรากฏบนป้ายได้ 3 รูปแบบ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1

ตารางแสดงรูปแบบภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5

รูปแบบของป้าย	ภาษา	จำนวน	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ
ป้ายภาษาเดียว (Monolingual signs)	ภาษาไทย	13	38.24	16	47.06
	ภาษาอังกฤษ	3	8.82		
ป้ายสองภาษา (Bilingual signs)	ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ	9	26.48	15	44.12
	ภาษาอังกฤษ-ภาษาไทย	3	8.82		
	ภาษาไทย-ภาษาจีน	2	5.88		
	ภาษาอังกฤษ-ภาษาพม่า	1	2.94		
ป้ายหลายภาษา (Multilingual signs)	ภาษาไทย-ภาษาพม่า-ภาษาอังกฤษ	1	2.94	3	8.82
	ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน	1	2.94		
	ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาญี่ปุ่น	1	2.94		
รวม		34	100	34	100

จากตารางที่ 1 แสดงรูปแบบภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 พบว่า ป้ายภาษาเดียวปรากฏมากที่สุด จำนวน 16 ป้าย เป็นป้ายภาษาไทยและป้ายภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 47.06 ของป้ายทั้งหมด รองลงมาคือ ป้ายสองภาษา จำนวน 15 ป้าย เป็นป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ ป้ายภาษาอังกฤษ-ภาษาไทย ป้ายภาษาไทย-ภาษาจีน และป้ายภาษาอังกฤษ-ภาษาพม่า คิดเป็นร้อยละ 44.12 ของป้ายทั้งหมด ส่วนป้ายหลายภาษา พบจำนวนน้อยที่สุด คือ จำนวน 3 ป้าย เป็นป้ายภาษาไทย-ภาษาพม่า-ภาษาอังกฤษ ป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน และป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 8.82 ของป้ายทั้งหมด มีรายละเอียดดังนี้

1.1 ป้ายภาษาเดียว (Monolingual Signs) คือ ป้ายที่มีการเลือกใช้ภาษาใดภาษาหนึ่งเพียงภาษาเดียวบนป้าย จากการศึกษพบว่าป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ปรากฏป้ายภาษาเดียว จำนวน 16 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 47.06 ของป้ายทั้งหมด แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) ป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาไทย 2) ป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาอังกฤษ โดยพบป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาไทยจำนวนมากที่สุด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1.1 ป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาไทย คือ ป้ายธุรกิจการค้าที่ใช้ภาษาไทยเพียงภาษาเดียวบนป้าย ผลการศึกษาพบจำนวน 13 ป้าย ประกอบด้วย ป้ายร้านอาหาร 5 ป้าย ป้ายคลินิก 2 ป้าย ป้ายร้านเครื่องดื่ม 1 ป้าย ป้ายร้านตัดเสื้อ 1 ป้าย ป้ายร้านขายยา 1 ป้าย ป้ายร้านเสริมสวย 1 ป้าย ป้ายร้านซักผ้าแบบหยอดเหรียญ 1 ป้าย และป้ายร้านแว่นตา 1 ป้าย จากจำนวนป้ายภาษาเดียว 16 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 38.24 ของป้ายทั้งหมด ดังตัวอย่าง ภาพที่ 3

ภาพที่ 3

ป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาไทย



จากตัวอย่าง ภาพที่ 3 คือป้ายธุรกิจร้านอาหาร ชื่อ “ข้าวขาหมู นำชัย” พบการใช้ภาษาไทยเพียงภาษาเดียวเท่านั้นในการนำเสนอในตัวอย่างเป็นการขายอาหารประเภทอาหารจานเดียวคือข้าวขาหมู เมื่อเปรียบเทียบเฉพาะการใช้ป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาไทย พบว่าป้ายธุรกิจร้านอาหารมีการใช้จำนวนมากที่สุดเมื่อเทียบกับป้ายธุรกิจอื่น

1.1.2 ป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาอังกฤษ คือ ป้ายธุรกิจการค้าที่ใช้ภาษาอังกฤษเพียงภาษาเดียวบนป้าย ผลการศึกษาพบจำนวน 3 ป้าย ประกอบด้วย ป้ายร้านเสริมสวย 2 ป้าย และป้ายร้านตัดผม 1 ป้าย จากจำนวนป้ายภาษาเดียว 16 ป้าย คิดเป็น ร้อยละ 8.82 ของป้ายทั้งหมด ดังตัวอย่าง ภาพที่ 4

ภาพที่ 4

ป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาอังกฤษ



จากตัวอย่างภาพที่ 4 คือป้ายร้านเสริมสวยประเภทร้านทำเล็บที่ ชื่อ “Pray Far Nails” พบการใช้ภาษาอังกฤษเพียงภาษาเดียวเท่านั้นในการนำเสนอ เจ้าของร้านคือคุณปรายฟ้า ภาษาอังกฤษบนป้ายมีการเล่นคำภาษาไทยกับภาษาอังกฤษ โดยเลือกที่จะสะกดคำเป็นภาษาอังกฤษ Pray แปลว่า ภาวนา ส่วน Far แปลว่า ไกล เมื่อเปรียบเทียบกับชื่อภาษาไทย “ปรายฟ้า” เมื่อเปรียบเทียบเฉพาะการใช้ป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาอังกฤษ พบว่าป้ายธุรกิจร้านเสริมสวยมีการใช้จำนวนมากที่สุดเมื่อเทียบกับธุรกิจอื่น

1.2 ป้ายสองภาษา (Bilingual Signs) คือ ป้ายที่มีการเลือกใช้ภาษาสองภาษาบนป้าย จากการศึกษาพบว่าป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ปรากฏป้ายสองภาษาจำนวน 15 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 44.12 ของป้ายทั้งหมด แบ่งเป็น 4 ลักษณะ คือ 1) ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ 2) ป้ายสองภาษา

ที่เป็นภาษาอังกฤษและภาษาไทย 3) ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาไทยและภาษาจีน 4) ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษและภาษาพม่า โดยพบป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มากที่สุด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.2.1 ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ คือ ป้ายธุรกิจร้านค้าที่ใช้ภาษาไทย และภาษาอังกฤษประกอบกันซึ่งประกอบไปด้วยป้ายร้านอาหาร 2 ป้าย ป้ายร้านเครื่องดื่ม 2 ป้าย ป้ายหอพัก 2 ป้าย ป้ายร้านรับจำนำ 1 ป้าย ป้ายร้านนวด 1 ป้าย และป้ายร้านซักผ้าแบบหยอดเหรียญ 1 ป้าย โดยมีภาษาไทยเป็นภาษาหลัก ซึ่งการวางตำแหน่งตัวอักษรจะอยู่ในลักษณะตำแหน่งที่โดดเด่น สังเกตเห็นได้ง่าย และชัดเจนกว่าภาษาอังกฤษ พบจำนวน 9 ป้าย จากจำนวนป้ายสองภาษา 15 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 26.48 ของป้ายทั้งหมด ดังตัวอย่าง ภาพที่ 5

ภาพที่ 5

ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ



จากตัวอย่าง ภาพที่ 5 คือป้ายธุรกิจร้านอาหาร ชื่อ “หมีสเต็ก MHEE STEAK” มีการใช้ภาษาไทยว่า “หมีสเต็ก ” เป็นอักษรขนาดใหญ่ตรงกลางป้ายเพื่อบ่งบอกชื่อร้าน และมีการใช้ภาษาอังกฤษว่า “MHEE STEAK” ขนาดเล็กในตำแหน่งที่ต่ำกว่าซึ่งเป็นการแสดงชื่อของร้านอาหารแบบสองภาษา จึงแสดงให้เห็นว่าป้ายธุรกิจดังกล่าวต้องการนำเสนอข้อมูลด้วยภาษาไทยเป็นหลัก ถึงแม้ว่าจะมีภาษาอังกฤษกำกับอยู่ในตำแหน่งที่ต่ำกว่าแต่เป็นอักษรขนาดเล็กไม่ได้มีความโดดเด่นเท่ากับภาษาไทย พบว่าธุรกิจร้านอาหารมีการใช้จำนวนมากที่สุดเมื่อเทียบกับธุรกิจอื่น

1.2.2 ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษและภาษาไทย คือ ป้ายธุรกิจการค้าที่ใช้ภาษาอังกฤษและภาษาไทยประกอบกัน ประกอบไปด้วย ป้ายร้านเครื่องดื่ม 1 ป้าย ป้ายร้านนวด 1 ป้าย และป้ายร้านซักผ้าแบบหยอดเหรียญ 1 ป้าย โดยมีภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลัก ซึ่งการวางตำแหน่งตัวอักษรจะอยู่ในลักษณะตำแหน่งที่โดดเด่น ตัวใหญ่ ชัดเจนกว่าภาษาไทย พบจำนวน 3 ป้าย จากจำนวนป้ายสองภาษา 15 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 8.82 ของป้ายทั้งหมด ดังตัวอย่าง ภาพที่ 6

ภาพที่ 6

ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษและภาษาไทย



จากตัวอย่าง ภาพที่ 6 คือป้ายธุรกิจร้านเครื่องดื่ม ชื่อ “ชาฉัน ChaChan” พบการใช้ภาษาอังกฤษว่า “ChaChan” เป็นตัวอักษรขนาดใหญ่อยู่ด้านขวามือ อีกทั้งยังใช้ภาษาไทยคำว่า “ชาฉัน” วางไว้ด้านซ้ายมือ ซึ่งภาษาไทยคำว่า “ชาฉัน” เป็นตัวอักษรขนาดเล็กกว่าเมื่อเทียบกับภาษาอังกฤษที่ใช้ว่า “ChaChan” ทำให้ภาษาอังกฤษคำว่า “ChaChan” ดูโดดเด่นกว่า จึงแสดงให้เห็นว่าป้ายธุรกิจดังกล่าวต้องการนำเสนอข้อมูลด้วยภาษาอังกฤษและใช้ภาษาไทยเป็นส่วนประกอบเสริมเท่านั้น พบว่าธุรกิจร้านเครื่องดื่ม ร้านนวด และร้านซักผ้าแบบหยอดเหรียญ มีการใช้ป้ายภาษาอังกฤษและภาษาไทยจำนวนที่เท่ากันคือ 1 ป้าย

1.2.3 ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาไทยและภาษาจีน คือ ป้ายธุรกิจการค้าที่ใช้ภาษาไทย และภาษาจีน ประกอบกัน ประกอบไปด้วยป้ายร้านรับจ่านำ 1 ป้าย และป้ายร้านอาหาร 1 ป้าย โดยมีภาษาไทยที่ใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ เห็นชัดกว่าภาษาจีน พบจำนวน 2 ป้าย จากจำนวนป้ายสองภาษา 15 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 5.88 ของป้ายทั้งหมด ดังตัวอย่าง ภาพที่ 7

ภาพที่ 7

ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาไทยและภาษาจีน



จากตัวอย่าง ภาพที่ 7 คือป้ายธุรกิจโรงรับจ่านำเอกชนชื่อ “ห้างหุ้นส่วนจำกัด โรงรับจ่านำจิบเซ่ง 當餉成集 司公合兩” มีการใช้ภาษาไทยขนาดเล็กกว่า “ห้างหุ้นส่วนจำกัด” และภาษาไทยขนาดใหญ่ที่เห็นชัดเจนว่า “โรงรับจ่านำจิบเซ่ง” และตัวอักษรภาษาจีนขนาดใหญ่คือคำว่า “當餉成集” ซึ่งอ่านว่า dāng xiāng chéng jí แปลว่า เมื่อรวบรวมอัตราแล้ว ส่วนตัวอักษรภาษาจีนขนาดเล็กกว่าที่อยู่ด้านล่างมุมขวามือคือคำว่า “司公合兩” ที่อ่านว่า sī gōng hé liǎng แปลว่า ห้างหุ้นส่วนจำกัด แสดงให้เห็นว่าป้ายธุรกิจดังกล่าวต้องการนำเสนอข้อมูลด้วยภาษาไทยเป็นอันดับแรกและตามด้วยภาษาจีนเป็นลำดับถัดมา พบว่าธุรกิจร้านรับจ่านำและร้านอาหาร มีการใช้ป้ายภาษาไทยและภาษาจีนจำนวนที่เท่ากันคือ 1 ป้าย

1.2.4 ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษและภาษาพม่า คือ ป้ายธุรกิจการค้าที่ใช้ภาษาอังกฤษ และภาษาพม่าประกอบกัน โดยมีภาษาอังกฤษอันดับแรก ตามมาด้วยภาษาพม่า พบจำนวน 1 ป้าย จากจำนวนป้ายสองภาษา 15 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 2.94 ของป้ายทั้งหมด ดังตัวอย่าง ภาพที่ 8

ภาพที่ 8

ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษและภาษาพม่า



จากตัวอย่าง ภาพที่ 8 คือป้ายธุรกิจร้านอาหาร ชื่อ “Arsenal ๐ર્วาระตุര്ထိုး” มีการใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษขนาดใหญ่ “Arsenal” ซึ่งเป็นชื่อทีมฟุตบอลที่เจ้าของร้านชื่นชอบ ตามมาด้วยคำภาษาพม่าคือคำว่า “๐ર્วาระตุര്ထိုး” หมายถึงเครื่องในหมูเสียบไม้ และมีย่อพม่าตัวใหญ่ ၈၆၁၁၁၁ อ่านว่า Mingalarpar หมายถึง สวรรค์ในภาษาพม่า แสดงให้เห็นว่าป้ายดังกล่าวต้องการนำเสนอข้อมูลภาษาอังกฤษเป็นหลักและตามด้วยภาษาพม่า พบว่าป้ายธุรกิจร้านอาหารจำนวน 1 ร้าน

1.3 ป้ายหลายภาษา (Multilingual Signs) คือป้ายที่มีการเลือกใช้ภาษาตั้งแต่สามภาษาขึ้นไป จากการศึกษาพบว่าป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ปรากฏป้ายหลายภาษาจำนวน 3 ป้าย คิดเป็น ร้อยละ 8.82 ของป้ายทั้งหมด แบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ 1) ป้ายหลายภาษาที่เป็นภาษาไทย-ภาษาพม่า-ภาษาอังกฤษ 2) ป้ายหลายภาษาที่เป็นภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน 3) ป้ายหลายภาษาที่เป็นภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาญี่ปุ่น โดยทุกป้ายมีจำนวนเท่ากัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.3.1 ป้ายหลายภาษาที่เป็นภาษาไทย-ภาษาพม่า-ภาษาอังกฤษ คือ ป้ายธุรกิจการค้าที่ใช้ภาษาไทย ภาษาพม่า และภาษาอังกฤษประกอบกัน โดยมีภาษาไทยเป็นภาษาหลัก ซึ่งการวางตำแหน่งตัวอักษรจะอยู่ในลักษณะตำแหน่งที่โดดเด่นตัวใหญ่ จากนั้นจึงปรากฏภาษาพม่า และภาษาอังกฤษตามลำดับพบจำนวน 1 ป้าย จากจำนวนป้ายหลายภาษา 3 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 2.94 ของป้ายทั้งหมด ดังตัวอย่าง ภาพที่ 9

ภาพที่ 9

ป้ายหลายภาษาที่เป็นภาษาไทย-ภาษาพม่า-ภาษาอังกฤษ



จากตัวอย่าง ภาพที่ 9 คือป้ายธุรกิจร้านอาหาร ชื่อ “น้ำฝนโภชนา SLY รွှေလက်ရာ restaurant” มีการใช้ตัวอักษรภาษาไทย “น้ำฝนโภชนา” วางอยู่ในตำแหน่งด้านบนที่เป็นตัวอักษรใหญ่ และอักษรภาษาพม่า “ရွှေလက်ရာ” แปลว่า ฝีมือทอง มีตัวอักษรภาษาอังกฤษขนาดเล็กด้านบนอักษรภาษาพม่าว่า “SLY” ซึ่งเป็นอักษรย่อของคำอ่าน shway laattrar นอกจากนี้ยังมีอักษรภาษาอังกฤษขนาดเล็กที่อยู่ด้านล่างคือ “restaurant” เป็นการบอกประเภทของร้านอาหาร จากการจัดวางตำแหน่งของตัวอักษรนั้นจึงแสดงให้เห็นว่าป้ายดังกล่าวต้องการนำเสนอข้อมูลภาษาไทยเป็นหลักตามด้วยภาษาพม่าและภาษาอังกฤษตามลำดับ

1.3.2 ป้ายหลายภาษาที่เป็นภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน คือ ป้ายธุรกิจการค้าที่ใช้ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนประกอบกัน โดยมีภาษาไทยใหญ่ที่สุด และภาษาอังกฤษ จากนั้นจึงปรากฏภาษาจีน พบจำนวน 1 ป้าย จากจำนวนป้ายหลายภาษา 3 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 2.94 ของป้ายทั้งหมด ดังตัวอย่าง ภาพที่ 10 และภาพที่ 11

ภาพที่ 10

ป้ายหลายภาษาที่เป็นภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน



ภาพที่ 11

ป้ายหลายภาษาที่เป็นภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน



จากตัวอย่าง ภาพที่ 10 และภาพที่ 11 คือป้ายธุรกิจร้านอาหาร ชื่อ “วาเลนข้าวมันไก่ Valen Chicken Rice” มีการใช้ตัวอักษรภาษาไทยขนาดใหญ่สุดคือ “วาเลนข้าวมันไก่” เพื่อบ่งบอกชื่อร้าน อีกทั้งยังปรากฏภาษาอังกฤษด้านล่างที่มีขนาดใหญ่รองลงมาจากภาษาไทยคือ “Valen Chicken Rice ” นอกจากนี้ ยังปรากฏตัวอักษรภาษาภาษาจีนขนาดเล็ก คำว่า 鸡油饭 ซึ่งอ่านว่า jī yóu fàn หมายถึง ข้าวมันไก่ เพื่อย้ำประเภทของร้านอาหารอีกครั้ง แสดงให้เห็นว่าป้ายธุรกิจดังกล่าวต้องการนำเสนอข้อมูลภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนตามลำดับ

1.3.3 ป้ายหลายภาษาที่เป็นภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาญี่ปุ่น คือ ป้ายธุรกิจการค้าที่ใช้ภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาญี่ปุ่นประกอบกัน โดยมีภาษาไทยอันดับแรกและภาษาอังกฤษ จากนั้นจึงปรากฏภาษาญี่ปุ่น พบจำนวน 1 ป้าย จากจำนวนป้ายหลายภาษา 3 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 2.94 ของป้ายทั้งหมด ดังตัวอย่าง ภาพที่ 12

ภาพที่ 12

ป้ายหลายภาษาที่เป็นภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาญี่ปุ่น



จากตัวอย่าง ภาพที่ 12 คือป้ายธุรกิจร้านอาหาร ชื่อ “อันนิ ซูชิ ANI SUSHI あに 寿司” มีการใช้ตัวอักษรภาษาไทยขนาดใหญ่ด้านบนสุดว่า “อันนิ ซูชิ” ซึ่งเป็นชื่อร้านอาหาร อีกทั้งยังปรากฏภาษาอังกฤษด้านซ้ายมือคือ “ANI SUSHI” นอกจากนี้ยังปรากฏตัวอักษรภาษาภาษาญี่ปุ่นว่า “あに 寿司” เพื่อย้ำชื่อร้านอีกครั้ง โดยคำว่า “あに” หมายถึงพี่ชาย ส่วนคำว่า “寿司” หมายถึงซูชิ มีการใช้ภาษาอังกฤษที่เป็นภาษาสากลเพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวหรือชาวต่างชาติ เนื่องจากมีผู้นิยมรับประทานอาหารญี่ปุ่นเพิ่มมาก

ขึ้นจึงมีการใช้ภาษาญี่ปุ่นเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมในรูปแบบของภาษาแสดงให้เห็นว่าป้ายธุรกิจดังกล่าวต้องการนำเสนอข้อมูลภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตามด้วยภาษาญี่ปุ่นตามลำดับ

จากการสำรวจป้ายธุรกิจการค้าพบว่ามีการใช้ป้ายภาษาไทยจำนวน 30 ป้าย พบมากที่สุดคือร้านอาหารจำนวน 11 ป้าย เนื่องจากคนในชุมชนส่วนใหญ่เป็นคนไทย ป้ายภาษาอังกฤษจำนวน 19 ป้าย พบมากที่สุดคือร้านอาหารจำนวน 6 ป้าย เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลทำให้สื่อสารกับชาวต่างชาติได้ ป้ายภาษาจีนจำนวน 3 ป้าย พบมากที่สุดคือร้านอาหารจำนวน 2 ป้าย เป็นป้ายที่ใช้สื่อสารกับผู้ที่ใช้ภาษาจีนได้ ป้ายภาษาพม่าจำนวน 2 ป้ายซึ่งเป็นป้ายร้านอาหารทั้งสองป้าย เนื่องจากชุมชนนี้เริ่มมีผู้ใช้แรงงานชาวพม่าเข้ามาทำงานมากขึ้น ส่วนป้ายภาษาญี่ปุ่นนั้นพบจำนวน 1 ป้ายคือป้ายร้านอาหารญี่ปุ่นซึ่งเป็นอาหารต่างชาติที่ผู้คนนิยมรับประทาน โดยป้ายธุรกิจร้านค้าเหล่านี้จะทำให้ทราบถึงหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏดังแสดงให้เห็นในหัวข้อต่อไป

2. หน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้า

การศึกษาป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 จำนวน 34 ป้าย พบว่าภาษาบนป้ายทำหน้าที่ 2 ประการ คือ 1) หน้าที่การให้ข้อมูล (informational function) 2) หน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (symbolic function)

2.1 หน้าที่การให้ข้อมูล (Informational Function) คือ การที่ภาษาทำหน้าที่บ่งบอกรายละเอียดและข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 จากการศึกษา พบป้ายที่ทำหน้าที่ในการให้ข้อมูล แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) การให้ข้อมูลที่เป็นภาษาไทย 2) การให้ข้อมูลที่เป็นภาษาอังกฤษ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 2

ตารางแสดงหน้าที่ของภาษาในการให้ข้อมูลที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5

รูปแบบของป้าย	ภาษาที่ใช้ในการให้ข้อมูล		รวม	ร้อยละ
	ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ		
ป้ายภาษาเดียว (Monolingual signs)	3	1	4	22.22
ป้ายสองภาษา (Bilingual signs)	6	5	11	61.11
ป้ายหลายภาษา (Multilingual signs)	1	2	3	16.67
รวม	10	8	18	100
ร้อยละ	55.56	44.44	100	

จากตารางที่ 2 แสดงหน้าที่ของภาษาในการให้ข้อมูลที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 พบว่ามีการให้ข้อมูลภาษาไทยในป้ายสองภาษาปรากฏมากที่สุดจำนวน 6 ป้าย รองลงมาคือการให้ข้อมูลภาษาอังกฤษในป้ายสองภาษา จำนวน 5 ป้าย การให้ข้อมูลภาษาไทยในป้ายภาษาเดียว จำนวน 3 ป้าย การให้ข้อมูลภาษาอังกฤษในป้ายหลายภาษา จำนวน 2 ป้าย การให้ข้อมูลภาษาอังกฤษในป้ายภาษาเดียว และการให้ข้อมูลภาษาไทยในป้ายหลายภาษานั้นพบน้อยที่สุด โดยพบจำนวนเท่ากันคือจำนวน 1 ป้าย ซึ่งหน้าที่ของภาษาในการให้ข้อมูล 2 รูปแบบ ดังนี้

2.1.1 การให้ข้อมูลที่เป็นภาษาไทย คือ ป้ายธุรกิจการค้าปรากฏการใช้ภาษาไทยทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลหรือบ่งบอรายละเอียดเกี่ยวกับธุรกิจ จำนวน 10 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 55.56 ดังตัวอย่าง ภาพที่ 13

ภาพที่ 13

การให้ข้อมูลที่เป็นภาษาไทย



จากตัวอย่าง ภาพที่ 13 เป็นการทำหน้าที่ให้ข้อมูลที่เป็นภาษาไทยบนป้ายธุรกิจร้านอาหารชื่อ “ข้าวราดแกงเจ๊แก้ว” ด้านบนของป้ายมีการบอกอย่างชัดเจนว่าร้านนี้ขายข้าวราดแกง มีการให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า ร้านนี้ยังขายอาหารตามสั่ง สุกี้ทะเล และยังมีการให้บริการ ผัก น้ำพริก น้ำซุป ฟรี แสดงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายที่ทางร้านต้องการเสนอขายคือลูกค้าคนไทย

2.1.2 การให้ข้อมูลที่เป็นภาษาอังกฤษ คือ ป้ายธุรกิจการค้าปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลหรือบ่งบอรายละเอียดเกี่ยวกับธุรกิจ จำนวน 8 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 44.44 ดังตัวอย่าง ภาพที่ 14

ภาพที่ 14

การให้ข้อมูลที่เป็นภาษาอังกฤษ



จากตัวอย่าง ภาพที่ 14 เป็นการทำหน้าที่ให้ข้อมูลที่เป็นภาษาอังกฤษบนป้ายธุรกิจร้านซักผ้าแบบหยอดเหรียญ ชื่อร้าน “DR.TIGER LAUNDRY” มีการใช้ภาษาอังกฤษให้ข้อมูลว่า WASH & DRY 24 Hours เป็นการให้บริการซักผ้าและอบผ้าตลอด 24 ชั่วโมง แสดงว่ากลุ่มเป้าหมายที่ทางร้านต้องการเสนอขายคือนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าชาวต่างชาติที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางในการสื่อสาร

2.2 หน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Function) คือ การที่ภาษามีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้คนที่อยู่ในสังคม จากการศึกษา พบป้ายที่ทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์เพียงลักษณะเดียว คือ การทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์แบบชื่อร้านมีความสอดคล้องกับธุรกิจการค้า จำนวน 31 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 100 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 3

ตารางแสดงหน้าที่ของภาษาในเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5

รูปแบบของป้าย	ภาษาที่ใช้ในเชิงสัญลักษณ์	จำนวน	ร้อยละ
ป้ายภาษาเดียว (Monolingual signs)	ภาษาไทย	10	32.26
	ภาษาอังกฤษ	3	9.67
ป้ายสองภาษา (Bilingual signs)	ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ	9	29.03
	ภาษาอังกฤษ-ภาษาไทย	3	9.67
	ภาษาไทย-ภาษาจีน	2	6.45
	ภาษาอังกฤษ-ภาษาพม่า	1	3.23
ป้ายหลายภาษา (Multilingual signs)	ภาษาไทย-ภาษาพม่า-ภาษาอังกฤษ	1	3.23
	ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน	1	3.23
	ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาญี่ปุ่น	1	3.23
รวม		31	100

จากตารางที่ 3 แสดงหน้าที่ของภาษาในเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 พบว่ามีป้ายที่แสดงหน้าที่ของภาษาในเชิงสัญลักษณ์ที่มีความสอดคล้องกับธุรกิจการค้า จำนวน 30 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 100 ป้ายที่แสดงหน้าที่ของภาษาในเชิงสัญลักษณ์มากที่สุดคือ ป้ายภาษาเดียวภาษาไทย จำนวน 10 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 32.26 ส่วนป้ายที่แสดงหน้าที่ของภาษาในเชิงสัญลักษณ์น้อยที่สุดคือ ป้ายภาษาอังกฤษ-ภาษาพม่า ป้ายภาษาไทย-ภาษาพม่า-ภาษาอังกฤษ ป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน และป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาญี่ปุ่น จำนวน 1 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 3.23 โดยการใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษพบในป้ายธุรกิจการค้าทั่วไป ภาษาจีนพบในป้ายร้านอาหารและโรงรับจำนำเอกชน ภาษาพม่าและภาษาญี่ปุ่นพบในป้ายร้านอาหาร

การแสดงหน้าที่ของภาษาในเชิงสัญลักษณ์ที่มีความสอดคล้องกับธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 แสดงให้เห็นดังตัวอย่าง ภาพที่ 15

ภาพที่ 15

การทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์แบบชื่อร้านมีความสอดคล้องกับธุรกิจร้านค้า



จากตัวอย่าง ภาพที่ 15 แสดงตัวอย่างป้ายที่ทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์โดยชื่อร้านมีความสอดคล้องกับธุรกิจร้านค้า ดังเช่นธุรกิจร้านซักผ้าแบบหยอดเหรียญ คือ ร้านที่มีชื่อว่า สนุกซัก Sanook Laundromat ซึ่งมีป้ายร้านแบบสองภาษาคือภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีโลโก้ของร้านเป็นรูปเครื่องซักผ้าที่มีใบหน้าที่ยิ้มแย้มสื่อให้เห็นว่าเป็นร้านซักผ้าแบบหยอดเหรียญ มีการใช้ตัวอักษรภาษาไทยที่ไม่เป็นทางการสอดคล้องกับชื่อร้านคือ สนุกซัก นอกจากนี้ยังมีชื่อภาษาอังกฤษ คือ Sanook Laundromat เพื่อเน้นย้ำว่าเป็นธุรกิจการค้าประเภทใดเพื่อให้คนต่างชาติได้รู้จักร้านค้านี้เพิ่มมากขึ้น

ภาพที่ 16

ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาไทยและภาษาจีน



จากตัวอย่าง ภาพที่ 16 แสดงตัวอย่างป้ายที่ทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์โดยชื่อร้านมีความสอดคล้องกับธุรกิจร้านค้า ดังเช่นป้ายธุรกิจร้านอาหารชื่อ “龙 เล้งเตี่ยวหมูต้มยำ 猪肉面” มีการใช้ตัวอักษรภาษาไทยว่า “เล้งเตี่ยวหมูต้มยำ” เป็นอักษรขนาดใหญ่ตรงกลางป้ายเป็นการเน้นย้ำว่าเป็นร้านขายก๋วยเตี่ยวหมูต้มยำ และตัวอักษรภาษาจีนขนาดใหญ่คือคำว่า “龙” ซึ่งอ่านว่า long แปลว่า มังกร ปรากฏอยู่ทางด้านซ้ายมือ ส่วนตัวอักษรภาษาจีนขนาดเล็กกว่าที่อยู่ด้านบนมุมขวามือคือคำว่า “猪肉面” ที่อ่านว่า zhū ròu miàn โดยคำว่า zhū ròu แปลว่า เนื้อหมู ส่วนคำว่า miàn แปลว่า อาหารประเภทเส้น

อนึ่ง พบว่ามีป้ายธุรกิจร้านค้าจำนวน 3 ป้ายที่ไม่ได้แสดงภาษาในเชิงสัญลักษณ์ที่มีความสอดคล้องกับธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 โดยทั้ง 3 ป้ายเป็นป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาไทย พบในป้ายร้านเสริม

สวย 1 ป้าย ป้ายร้านซักผ้าแบบหยอดเหรียญ 1 ป้าย และป้ายร้านแว่นตา 1 ป้าย แสดงให้เห็นดังตัวอย่าง ภาพที่ 17

ภาพที่ 17

ป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาไทยที่ไม่ได้แสดงภาษาในเชิงสัญลักษณ์



จากตัวอย่าง ภาพที่ 17 แสดงตัวอย่างป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาไทยที่ไม่ได้แสดงภาษาในเชิงสัญลักษณ์ โดยป้ายดังกล่าวใช้รูปแบบอักษรภาษาไทยที่มีลูกเล่น ดูไม่เป็นทางการนัก มีการใช้คำว่า ชานาดู โดยปกติคำว่า ชานาดู นี้หมายถึงชื้อต้นไม้ประเภทหนึ่ง แต่ป้ายดังกล่าวนี้เป็นป้ายของร้านเสริมสวยร้านหนึ่งบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ซึ่งชื่อในป้ายไม่มีความสอดคล้องกับธุรกิจร้านเสริมสวยแต่อย่างใด

สรุปผลการศึกษา

1) การสรุปผลการศึกษา

การศึกษาภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์บนป้ายธุรกิจการค้าถนนเพชรบุรี ซอย 5 โดยศึกษารูปแบบและหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าดังกล่าว พบว่า ภาษาบนป้ายร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม และร้านค้าอื่น ๆ มีการใช้ภาษาที่หลากหลาย ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาพม่า และภาษาญี่ปุ่น สะท้อนให้เห็นว่าชุมชนนี้มีผู้คนหลากหลายเชื้อชาติมาพักอาศัย ทำงานและท่องเที่ยว แสดงถึงความเป็นสังคมพหุภาษาซึ่งปรากฏหลักฐานจากการใช้ภาษาบนป้ายธุรกิจภายในดังกล่าว

ทั้งนี้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจร้านค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 พบทั้งป้ายภาษาเดียว ป้ายสองภาษา และป้ายหลายภาษา อย่างไรก็ตาม ป้ายภาษาเดียวพบมากที่สุดรวม 16 ป้าย โดยภาษาที่ปรากฏมากที่สุดคือภาษาไทย รองลงมาคือ ป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ นอกจากนี้ยังพบป้ายภาษาอื่น เช่น ป้ายภาษาไทย-ภาษาพม่า-ภาษาอังกฤษ โดยภาษาไทยยังคงเป็นภาษาหลักของการสื่อสารบนป้ายธุรกิจร้านค้า ตามมาด้วยภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของมูฮำหมัดสุกรี หะยีสะนิ (2565) ที่ศึกษาเรื่อง “ภูมิทัศน์ทางภาษาบนป้ายร้านค้ากาแฟในเขตชุมชนพหุภาษา” โดยเก็บข้อมูลจากป้ายร้านค้ากาแฟที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชนพหุภาษา เทศบาลนครยะลา ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟในเขตชุมชนพหุภาษาเลือกใช้ป้ายชื่อร้านแบบหนึ่งภาษามากที่สุด ป้ายสองภาษาพบรองลงมา ป้ายสามภาษาพบน้อยที่สุด โดยป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 พบการใช้ป้ายชื่อร้านแบบหนึ่งภาษามากที่สุด รองลงมาคือป้าย

สองภาษา และพบป้ายสามภาษาน้อยที่สุด มีข้อแตกต่างกันในงานวิจัยคือ ป้ายร้านแบบหนึ่งภาษาที่พบมากที่สุดคือในป้ายร้านกาแฟที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชนพหุภาษา เทศบาลนครยะลา คือภาษาอังกฤษ ส่วนป้ายร้านแบบหนึ่งภาษาที่พบมากที่สุดบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 คือภาษาไทย เพราะส่วนใหญ่มัคนในชุมชนเป็นคนไทย และภาษาไทยเป็นภาษาราชการและใช้สื่อสารในประเทศไทย

ส่วนหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 พบว่าภาษาบนป้ายทำหน้าที่ 2 ประการ คือ 1) หน้าที่การให้ข้อมูล พบป้ายที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจเป็นภาษาไทย และป้ายให้ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจเป็นภาษาอังกฤษ 2) หน้าที่เชิงสัญลักษณ์ โดยพบว่าป้ายที่ทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์แสดงถึงลักษณะที่เกี่ยวข้องกับร้านค้า เช่น การใช้โลโก้ร้านค้า การใช้รูปแบบตัวอักษรบนป้ายร้านค้า การใช้ตัวอักษรที่สัมพันธ์หรือบ่งบอกสิ่งที่ขาย การใช้สีที่สอดคล้องกับร้านค้า เป็นต้น แต่ยังพบป้ายบางป้ายที่ไม่ได้ทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์เลย

2) ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์

ผลการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์บนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 นี้ แสดงถึงลักษณะสังคมพหุวัฒนธรรมในชุมชน มีความหลายของผู้คน และภาษาที่ใช้ โดยการศึกษาผ่านป้ายร้านค้า สามารถนำองค์ความรู้ไปใช้เกี่ยวกับการทำหน้าที่ของภาษาบนป้าย เช่น หน้าที่การให้ข้อมูล และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์

3) ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไปโดยให้มีความเชื่อมโยงกับข้อจำกัดของงานวิจัยชิ้นนี้

เมื่อวิเคราะห์ผลการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์บนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 แล้วสามารถที่จะศึกษารูปแบบภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าในชุมชนอื่น ๆ ใกล้เคียง เช่น ย่านถนนบรรทัดทอง ย่านชุมชนตลาดน้อย หรือน่านถนนพระอาทิตย์ เป็นต้น ว่ามีการใช้ภาษาบนป้ายที่แสดงความหลากหลายของผู้คนอย่างไร มีความเหมือนหรือแตกต่างจากงานที่ศึกษามาแล้วอย่างไรบ้าง

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษารูปแบบภาษาของป้ายธุรกิจการค้าและหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ผู้วิจัยได้ประมวลความคิดเห็นตลอดจนผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1. รูปแบบภาษาของป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 จากจำนวน 34 ป้าย พบป้ายภาษาเดียวเป็นภาษาไทยจำนวนมากที่สุด เนื่องจากภาษาไทยเป็นภาษาประจำชาติ คนในชุมชนนี้ส่วนใหญ่เป็นคนไทย ทำให้มีการเลือกใช้ภาษาไทยในการเขียนลงในป้ายธุรกิจการค้า ส่วนป้ายสองภาษาพบการใช้ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษมากที่สุด อันเนื่องมาจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากล นักท่องเที่ยวหรือชาวต่างชาติรู้จักภาษาอังกฤษ ทำให้ภาษาอังกฤษปรากฏบนป้ายร้านค้า และป้ายหลายภาษา พบว่ามีการใช้ภาษาอื่น ๆ ประกอบ เช่น ภาษาจีน ภาษาพม่า และภาษาญี่ปุ่น มีการใช้ในป้ายธุรกิจการค้าเนื่องจากมีผู้คนหลากหลายเชื้อชาติเข้ามาอยู่อาศัยหรือพักผ่อนในชุมชนนี้ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของมูฮำหมัดสุกรี

หะยีสะนิ (2565) ที่ศึกษาเรื่อง “ภูมิทัศน์ทางภาษาบนป้ายร้านค้าแพในเขตชุมชนพหุภาษา” ซึ่งผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการร้านค้าแพในเขตชุมชนพหุภาษาเลือกใช้ป้ายชื่อร้านแบบหนึ่งภาษามากที่สุด ป้ายสองภาษาพบรองลงมา ป้ายสามภาษาพบน้อยที่สุด พบว่าป้ายแบบหนึ่งภาษาที่พบมากที่สุดคือป้ายภาษาอังกฤษ เพราะว่าภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่นานาชาติรู้จัก เป็นภาษาที่นิยมใช้ทั่วโลกและเมื่อใช้ภาษาอังกฤษจะแสดงความทันสมัยกับโลกในยุคปัจจุบัน

2. หน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 พบว่าภาษาบนป้ายทำหน้าที่ 2 ประการ คือ หน้าที่การให้ข้อมูลและหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ ผลการวิจัยที่พบสอดคล้องกับแนวคิดของ Landry and Bourhis (1997, p. 25) ที่ว่าภาษาที่ถูกเลือกใช้บนป้ายสามารถทำหน้าที่ได้ทั้งหน้าที่เชิงข้อมูล และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ โดยการศึกษาครั้งนี้พบว่าภาษาบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ทำหน้าที่พบการให้ข้อมูลที่เป็นภาษาไทยและให้ข้อมูลที่เป็นภาษาอังกฤษ อีกทั้งยังทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ ที่แสดงให้เห็นว่าป้ายร้านค้าส่วนใหญ่มีความสอดคล้องกับธุรกิจร้านค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

งานวิจัยเรื่องป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 : การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ ทำให้ทราบว่าภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้ามี 6 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาพม่า และภาษาญี่ปุ่น สะท้อนให้เห็นความเป็นสังคมพหุภาษาซึ่งมีความหลากหลายของการใช้ภาษาของผู้คนในชุมชนซึ่งมีทั้งคนไทย ผู้อพยพชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานคร และนักท่องเที่ยวหลากหลายเชื้อชาติ โดยภาษาที่ปรากฏบนป้ายนั้นมีความหลากหลายเพื่อให้ลูกค้า นักท่องเที่ยวหรือชาวต่างชาติเข้าใจว่าร้านค้านี้ทำธุรกิจประเภทใด เป็นการตอบสนองความต้องการของผู้คนที่มีความหลากหลายทางด้านเชื้อชาติ และภาษาสะท้อนให้เห็นถึงสังคมพหุวัฒนธรรม ดังที่ King & Carson (2010, p. 4) ได้กล่าวไว้ว่า “พหุภาษา” ไม่ใช่เพียงแค่เรื่องของภาษาเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวเนื่องกับชุมชนและวิถีชีวิตของคน โดยผลงานวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาการใช้ภาษาในสังคมพหุภาษาแหล่งอื่น ๆ ต่อไปได้

เอกสารอ้างอิง

- กรกฤษ มีมงคล. (2564). ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ของชอยนานาชาติและชอยเอกมัย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 12(1), 66-88. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/human_ubu/article/view/242522
- กฤตพล วังภูสิต. (2555). *ชื่อธุรกิจการค้าในย่านสยามสแควร์ : การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chulalongkorn University Intellectual Repository. <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/42468>
- มูฮำหมัดสุกรี หะยีสะนิ. (2565). ภูมิทัศน์ทางภาษาบนป้ายร้านค้าแพในเขตชุมชนพหุภาษา. *Journal of Social Sciences and Humanities Research in Asia*, 28(2), 67-81. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/psujssh/article/view/257726>

- วิริยวิศ มงคลยศ, กัณติทัต การเจริญ, ศิระวัธน์ กาวิละนันท์ และวุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ. (2566). ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ของซอยหัวหิน 57 : การศึกษาป้ายธุรกิจการค้าเชิงพาณิชย์. *วารสารศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 11(2), 194-216. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/liberalartsjournal/article/view/267710>
- อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2540). *ภาษาในสังคมไทย ความหลากหลาย การเปลี่ยนแปลง และการพัฒนา*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Huebner, T. (2009). A framework for the linguistic analysis of linguistic landscapes. In E. Shohamy & D. Gorter (Eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery* (pp. 70-87), Routledge.
- King, L., & Carson, L. (2010). *Multilingual identities: A study of attitudes towards multilingualism in three European cities*. Trinity College Dublin.
- Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23-49. <https://doi.org/10.1177/0261927X970161002>