

ภูมิทัศน์ภาษาในแหล่งท่องเที่ยวของเทศบาลนครเชียงใหม่: ย่านนิมมานเหมินท์*

LANGUAGE LANDSCAPE IN TOURIST ATTRACTIONS OF CHIANG MAI

MUNICIPALITY: NIMMANHAEMIN AREA

ฮัน หลิว*, ปณัดดา ฤกษ์เปลี่ยน

Han Liu*, Panadda Rerkplian

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เชียงใหม่ ประเทศไทย

Faculty of Humanities, Chiang Mai University, Chiang Mai, Thailand

*Corresponding author E-mail: 2678826256@qq.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการใช้ภาษาและหน้าที่ของภูมิทัศน์ภาษาบนป้ายสาธารณะในย่านนิมมานเหมินท์ เขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยใช้กรอบแนวคิดภูมิทัศน์ภาษา (Language Landscape) เป็นกรอบทฤษฎีหลัก งานวิจัยนี้โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ในเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการสำรวจภาคสนามโดยถ่ายภาพป้ายสาธารณะในพื้นที่ศึกษา จำนวนทั้งสิ้น 731 ป้าย ซึ่งเป็นประชากรและกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ จากนั้นจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบไฟล์ดิจิทัล เพื่อนำมาจำแนกประเภทตามรูปแบบการใช้ภาษาและวิเคราะห์หน้าที่ของภาษาบนป้ายแต่ละประเภท จากนั้นคำนวณจำนวนและร้อยละของแต่ละรูปแบบการใช้ภาษาและหน้าที่ด้วยสถิติเชิงพรรณนา เพื่อแสดงแนวโน้มและลักษณะภาพรวมของภูมิทัศน์ภาษาในพื้นที่ ขณะเดียวกันในเชิงคุณภาพผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อความบนป้ายแต่ละประเภทอย่างละเอียด โดยพิจารณาถึงบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยพบว่า ในรูปแบบการใช้ภาษา ป้ายส่วนใหญ่เป็นป้ายทวิภาษาพบจำนวน 339 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 46.83 รองลงมา คือ ป้ายภาษาเดียวพบ จำนวน 281 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 38.82 และป้ายพหุภาษาพบ จำนวน 111 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 14.35 ในด้านหน้าที่ป้ายมีหน้าที่ให้ข้อมูลพบ จำนวน 682 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 93.29 รองลงมา คือ ป้ายที่มีหน้าที่เชิงสัญลักษณ์พบ จำนวน 49 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 6.71 ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า ภาษาบนป้ายมีบทบาทสำคัญในการสะท้อนโครงสร้างทางสังคม นโยบาย อำนาจทางภาษา และการสร้างอัตลักษณ์ ทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบาย การอนุรักษ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น และเป็นแนวทางการออกแบบป้ายสำหรับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอนาคต

คำสำคัญ: แหล่งท่องเที่ยว, ภูมิทัศน์ภาษา, ย่านนิมมานเหมินท์, ป้ายสาธารณะ

Abstract

This study aims to analyze the patterns and functions of language use in the linguistic landscape of public signs in Nimmanhaemin, Chiang Mai Municipality, employing the theoretical

framework of Linguistic Landscape. The research utilizes a mixed-methods approach, integrating both quantitative and qualitative methodologies. For the quantitative component, the researcher conducted a field survey by photographing public signs within the study area, yielding a corpus of 731 signs, which served as both the population and sample for this research. The collected data were digitized and subsequently classified according to patterns of language use and analyzed for the functions of language on each type of sign. The number and percentage of each language pattern and function were calculated using descriptive statistics to illustrate the overall trends and characteristics of the linguistic landscape in the area. For the qualitative component, the researcher conducted an in-depth analysis of the textual content on each type of sign, taking into account relevant social and cultural contexts. The results indicate that, in terms of language patterns, bilingual signs accounted for the majority with 339 signs (46.83%), followed by monolingual signs with 281 signs (38.82%), and multilingual signs with 111 signs (14.35%). Regarding functional aspects, signs with an informative function were most prevalent, totaling 682 signs (93.29%), while those with symbolic functions amounted to 49 signs (6.71%). The findings of this study demonstrate that the languages used on signs play a significant role in reflecting social structure, policy, language power, and identity construction. Moreover, the results provide useful insights for language policy planning, local identity preservation, and serve as guidelines for sign design for communities and relevant agencies in the future.

Keywords: Tourist Area, Language Landscape, Nimmanhaemin Area, Public Signage

บทนำ

ย่านนิมมานเหมินท์ เทศบาลนครเชียงใหม่ เป็นพื้นที่ที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมร่วมสมัย โดยมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาเยือนอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ภูมิทัศน์ภาษาในพื้นที่นี้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน โดยป้ายสาธารณะมิได้ใช้เฉพาะภาษาไทยเท่านั้น แต่อาจพบการใช้ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาล้านนาเป็นต้นซึ่งสะท้อนอิทธิพลจากการขยายตัวของเศรษฐกิจ การค้า การท่องเที่ยว ตลอดจนความพยายามในการรักษาและสืบสานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ระบุว่าจำนวนผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โดยย่านนิมมานเหมินท์ถือเป็นหนึ่งในจุดหมายหลักของนักท่องเที่ยว (สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่, 2561) สถานการณ์ดังกล่าวมีผลโดยตรงต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ภาษาบนป้ายในพื้นที่นี้ ขณะเดียวกัน Phattharathanit, S. ศึกษาภูมิทัศน์ภาษาของจังหวัดในภาคเหนือ และสรุปว่าการปรากฏของภาษาล้านนาและภาษาต่างประเทศบนป้ายในย่านสำคัญของเชียงใหม่ ไม่เพียงตอบสนองต่อความต้องการด้านการสื่อสารของนักท่องเที่ยว แต่ยังมิบทบาทสำคัญในการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนและพื้นที่ (Phattharathanit, S., 2012)

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ภูมิภาคภาษาในย่านนิมมานเหมินท์ ซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สำคัญของเทศบาลนครเชียงใหม่ ได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญอันเป็นผลมาจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการลงทุนจากต่างประเทศ เดิมทีพื้นที่แห่งนี้เป็นย่านที่อยู่อาศัย แต่ได้รับการพัฒนาให้กลายเป็นแหล่งเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีความหลากหลายทางภาษา ด้วยสถานะของการเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการเข้ามาของแบรนด์ระดับนานาชาติและร้านค้าที่มีมาตรฐานระดับสูง ส่งผลให้รูปแบบการใช้ภาษาบนป้ายในพื้นที่นี้มีความหลากหลายและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น งานวิจัยของ บุญมาเลิศ และหงษ์สุวรรณ ได้กล่าวว่า ภาษาที่ใช้บนป้ายในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาล้านนาเป็นต้นสะท้อนให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นและกระแสโลกาภิวัตน์ (ปฏินญา บุญมาเลิศ และปฐม หงษ์สุวรรณ, 2567) นอกจากนี้ Suzuki, K. & Heo, J. ชี้ให้เห็นว่าการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจหลังสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้เร่งให้การใช้ภาษาอังกฤษบนป้ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน (Suzuki, K. & Heo, J., 2022) งานวิจัยที่ผ่านมา เช่น งานวิจัยของ ปฏินญา บุญมาเลิศ และปฐม หงษ์สุวรรณ มุ่งวิเคราะห์ภูมิภาคภาษาทั่วจังหวัดเชียงใหม่ (ปฏินญา บุญมาเลิศ และปฐม หงษ์สุวรรณ, 2567) หรือการศึกษาของ Thongtong, T. วิเคราะห์ภูมิภาคภาษาบนถนนนิมมานเหมินท์ โดยเน้นเฉพาะพื้นที่ถนนสายหลัก (Thongtong, T., 2016) อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาภูมิภาคภาษาของย่านนิมมานเหมินท์ทั้งย่านอย่างละเอียดและครอบคลุม งานวิจัยนี้จึงมีจุดเด่นในการวิเคราะห์ภูมิภาคภาษาของย่านนิมมานเหมินท์อย่างรอบด้านและเฉพาะเจาะจง

การนำแนวคิดทฤษฎีภูมิภาคภาษามาประยุกต์ใช้ในการศึกษานี้ อาศัยแนวคิดของ Landry, R. & Bourhis, R. Y. ซึ่งเห็นว่าภาษาบนป้ายสาธารณะไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงเครื่องมือสื่อสาร แต่ยังสะท้อนสถานะทางภาษาและอัตลักษณ์ของชุมชน (Landry, R. & Bourhis, R. Y., 1997) แนวคิดนี้ได้รับการต่อยอดจาก Cenoz, J. & Gorter, D., Shohamy, E. & Gorter, D. ที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างภูมิภาคภาษาและนโยบายสังคม รวมถึงหน้าที่ของภาษาบนป้ายในการแสดงอำนาจทางสังคมและความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Cenoz, J. & Gorter, D., 2006); (Shohamy, E. & Gorter, D., 2009) อีกทั้งงานของ Mead, G. H., Blumer, H. ด้านทฤษฎีสัญลักษณ์ทางสังคมยังช่วยเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับการที่ภาษาบนป้ายกลายเป็นสัญลักษณ์สร้างความหมายร่วมในสังคม (Mead, G. H., 1934); (Blumer, H., 1969) Spolsky, B. ชี้ให้เห็นว่าการวิเคราะห์ประเภทของรูปแบบการใช้ภาษาบนป้ายในพื้นที่สาธารณะมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการปรากฏของแต่ละภาษาบนป้ายสะท้อนถึงสถานะทางสังคมและการจัดสรรอำนาจของแต่ละภาษาในสังคม การที่ภาษาใดภาษาหนึ่งสามารถปรากฏในพื้นที่สาธารณะได้ล้วนเป็นผลลัพธ์ของกระบวนการต่อรองระหว่างอำนาจรัฐ นโยบายสาธารณะ ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้ใช้ภาษานั้น (Spolsky, B., 2009) โดยเฉพาะบริบทของย่านนิมมานเหมินท์ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม การเลือกใช้ภาษาบนป้ายจึงสะท้อนอิทธิพลของโลกาภิวัตน์ การขยายตัวของเศรษฐกิจ และการเปลี่ยนผ่านทางสังคม ขณะเดียวกัน Landry, R. & Bourhis, R. Y. กล่าวว่า หน้าที่ของภูมิภาคภาษามี 2 ประเภท คือ หน้าที่การให้ข้อมูล (Informative Function) และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Function) การวิเคราะห์หน้าที่ของ ภูมิภาคภาษาที่มีความสำคัญทำให้เห็นว่าภาษาบนป้ายใช้เพื่อสื่อสารข้อมูลสำคัญและแสดงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่ (Landry, R. & Bourhis, R. Y., 1997) นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้

ขยายหน้าที่ 6 ประเภทย่อยภายใต้หน้าที่หลัก 2 ประเภทที่ปรากฏในงานวิจัยนี้จึงเป็นความแตกต่างสำคัญจากงานก่อนหน้า และถือเป็นจุดเด่นของการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในย่านนิมมานเหมินท์เพื่อให้เห็นบทบาทหลากหลายของภาษาบนป้ายในพื้นที่ดังกล่าวอย่างครบถ้วน โดยแต่ละหน้าที่สะท้อนโครงสร้างทางสังคมทั้งด้านการจัดการ การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และการสืบทอดประวัติศาสตร์ การแยกประเภทเช่นนี้ยังทำให้สามารถวิเคราะห์ได้อย่างชัดเจนว่าภาษาบนป้ายตอบสนองต่อการจัดระเบียบสังคม การสร้างตัวตน และความสัมพันธ์ของกลุ่มต่าง ๆ อย่างไร

จากเหตุผลข้างต้น แรงจูงใจหลักของการวิจัยครั้งนี้ คือ การมุ่งศึกษาหน้าที่ของภาษาบนป้ายอย่างเป็นระบบ ตลอดจนวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ส่งผลต่อรูปแบบการใช้ภาษาบนป้ายในพื้นที่ย่านนิมมานเหมินท์ เทศบาลนครเชียงใหม่ในปัจจุบัน ภาษาบนป้ายไม่เพียงเป็นสื่อกลางในการสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวกับประชาชนทั่วไปเท่านั้น หากยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมของพื้นที่อีกด้วย งานวิจัยนี้มีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและหน้าที่ของภาษาบนป้ายในเขตแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางภาษา พร้อมทั้งจัดเตรียมข้อมูลเชิงวิชาการสำหรับนักวิชาการ หน่วยงานด้านวัฒนธรรม และผู้ประกอบการ เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายด้านภาษา การอนุรักษ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น และการออกแบบป้ายให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่อันจะส่งผลให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการใช้ภาษาในย่านนิมมานเหมินท์ เทศบาลนครเชียงใหม่
2. เพื่อวิเคราะห์หน้าที่ของภาษาบนป้ายในย่านนิมมานเหมินท์ เทศบาลนครเชียงใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยอาศัยทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดย Blackwood, R. กล่าวว่า การศึกษาภูมิทัศน์ภาษาควรผสมผสานการวิเคราะห์ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เชิงปริมาณสามารถช่วยให้เข้าใจบริบททางสังคมได้ชัดเจน เช่น การเปรียบเทียบจำนวนและสัดส่วนของภาษา ซึ่งสะท้อนลักษณะการกระจายรูปแบบการใช้ภาษาและการเปลี่ยนแปลงตามระยะเวลา รวมทั้งช่วยหลีกเลี่ยงการสรุปผลที่อาจเกิดจากการตีความแบบประจักษ์ส่วนตัว ในขณะที่การวิเคราะห์เชิงคุณภาพสามารถอธิบายการใช้ภาษาและหน้าที่ของภาษาบนป้ายได้อย่างละเอียด และช่วยเปิดเผยสถานการณ์ทางภาษาศาสตร์ของพื้นที่ได้ดีขึ้น (Blackwood, R., 2015) กระบวนการวิจัย มีดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ป้ายสาธารณะในย่านนิมมานเหมินท์ เขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนรวม 731 ป้าย ดังภาพที่ 1

1.2 เครื่องมือในการวิจัย คือ กล้องถ่ายภาพดิจิทัล และแบบบันทึกข้อมูล (Data Recording Form) มีลักษณะเป็นตารางสำหรับบันทึกรายละเอียดของป้ายแต่ละป้ายซึ่งข้อมูลทั้งหมดได้จากภาพถ่ายป้ายสาธารณะของย่านนิมมานเหมินท์

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการโดยวิธีสำรวจภาคสนาม (Field Survey) โดยใช้กล้องถ่ายภาพดิจิทัลบันทึกภาพป้ายสาธารณะในย่านนิมมานเหมินท์ ครอบคลุมพื้นที่ 17 ซอย รวมถึงวันนิมมานธิ่งค์พาร์ค และถนนนิมมานเหมินท์ สำหรับกรณีที่พบป้ายซ้ำกันจะเลือกใช้เฉพาะป้ายที่มีความชัดเจนที่สุดเป็นข้อมูลหลัก จากนั้นจัดเก็บข้อมูลทั้งหมดในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลเพื่อนำไปวิเคราะห์ต่อไป

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1.4.1 จำแนกและนับจำนวนป้ายตามรูปแบบการใช้ภาษา ได้แก่ ป้ายภาษาเดียว (Monolingual Signs) ป้ายทวิภาษา (Bilingual Signs) และป้ายพหุภาษา (Multilingual Signs)

1.4.2 คำนวณค่าร้อยละของแต่ละรูปแบบการใช้ภาษาเทียบกับจำนวนป้ายทั้งหมดในพื้นที่ศึกษา

1.4.3 สำหรับแต่ละรูปแบบการใช้ภาษาจำแนกและนับจำนวนป้ายตามหน้าที่ของภูมิทัศน์ภาษา ได้แก่ หน้าที่ในการให้ข้อมูล (Informative Function) และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Function)

1.4.4 คำนวณค่าร้อยละของแต่ละหน้าที่เทียบกับจำนวนป้ายทั้งหมด

Landry, R. & Bourhis, R. Y., Spolsky, B. ได้เน้นย้ำว่า การจำแนกและคำนวณสัดส่วนร้อยละของป้ายตามรูปแบบการใช้ภาษาและหน้าที่ของภูมิทัศน์ภาษามีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากช่วยให้เข้าใจการกระจายตัวของภาษาในพื้นที่สาธารณะ และแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างภาษา วัฒนธรรม และบริบททางสังคม นอกจากนี้ การวิเคราะห์เชิงปริมาณของป้ายแต่ละประเภท ยังสามารถสะท้อนลักษณะเฉพาะทางสังคม วัฒนธรรม รวมถึงสถานการณ์ทางเศรษฐกิจของพื้นที่ได้อย่างชัดเจน (Landry, R. & Bourhis, R. Y., 1997); (Spolsky, B., 2009)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

2.1 กลุ่มเป้าหมาย คือ รูปแบบไฟล์ดิจิทัลที่จัดเก็บข้อมูลในฐานข้อมูลเกี่ยวกับป้ายสาธารณะซึ่งประกอบด้วยชื่อป้ายหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับป้ายนั้น ๆ โดยไม่รวมโลโก้ รูปภาพประกอบ ที่อยู่ หรือหมายเลขโทรศัพท์

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบบันทึกวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis Form) ซึ่งออกแบบขึ้นเพื่อใช้บันทึกและจำแนกประเภทของรูปแบบการใช้ภาษาและหน้าที่ของป้ายสาธารณะตามกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ โดยในแบบบันทึกนี้จะมีรายการสำหรับระบุดetailของป้ายแต่ละป้าย

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพดำเนินการโดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากไฟล์ดิจิทัลของป้ายสาธารณะที่จัดเก็บไว้ในฐานข้อมูล ซึ่งได้มาจากกระบวนการสำรวจภาคสนามและบันทึกภาพป้ายสาธารณะทุกป้ายในย่านนิมมานเหมินท์ จากนั้นผู้วิจัยจะวิเคราะห์เนื้อหาเชิงอรรถาธิบาย (Descriptive Content Analysis) ข้อมูลบนป้ายแต่ละป้ายโดยละเอียดเพื่อจำแนกรูปแบบการใช้ภาษาและหน้าที่ของภูมิทัศน์ภาษา

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ขั้นตอนแรก ผู้วิจัยวิเคราะห์รูปแบบการใช้ภาษาบนป้ายตามแนวคิดของ Spolsky, B. ซึ่งระบุว่า ป้ายที่ปรากฏตัวอักษรเพียงชุดเดียวเรียกว่า ป้ายภาษาเดียว (Monolingual Signs) ป้ายที่มีตัวอักษรสองชุดเรียกว่า ป้ายทวิภาษา (Bilingual Signs) และป้ายที่มีตัวอักษรตั้งแต่สามชุดขึ้นไปเรียกว่า ป้ายพหุภาษา (Multilingual Signs) โดยตัวอักษรชุดใดชุดหนึ่งจะถูกนับเป็นหนึ่งภาษา (Spolsky, B., 2009) พร้อมแสดงภาพตัวอย่างของแต่ละรูปแบบ ขั้นตอนที่สอง ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตามหน้าที่ของภูมิทัศน์ภาษาบนป้ายตามแนวคิดของ Landry, R. & Bourhis, R. Y. ซึ่งระบุว่า ภาษาบนป้ายมีหน้าที่สำคัญสองด้าน ได้แก่ หน้าที่ให้ข้อมูล (Informative Function) และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Function) (Landry, R. & Bourhis, R. Y., 1997) โดยผู้วิจัยจำแนกเพิ่มเติมเป็น 6 หน้าที่ย่อยเพื่อศึกษาบริบทการใช้ภาษาในย่านนิมมานเหมินท์ อย่างลึกซึ้ง สำหรับหน้าที่ให้ข้อมูลขยายออกเป็น 1) การอำนวยความสะดวกและแนะนำทิศทาง (Wayfinding and Directions) 2) ข้อมูลความปลอดภัยและข้อมูลจำเป็นอื่น ๆ (Safety and Essential Information) และ 3) การสื่อสารข้อมูลเชิงพาณิชย์ (Commercial Communication) ส่วนหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ ขยายออกเป็น 1) การแสดงตัวตนและอัตลักษณ์ (Identity Expression) 2) การสื่อสารเชิงภาพลักษณ์ (Communicative Construction of Image) และ 3) การสื่อสารเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (Cultural-Historical Symbolic Communication) พร้อมทั้งแสดงภาพตัวอย่างประกอบการอธิบายแต่ละหน้าที่ดังกล่าว

3. อภิปรายผล สรุปและข้อเสนอแนะ ในขั้นตอนนี้เป็นการอภิปรายประเด็นต่าง ๆ ที่สอดคล้องหรือโต้แย้งจากวิจัยนี้ พร้อมทั้งสรุปและข้อเสนอแนะเป็นการสรุปผลตามวัตถุประสงค์และเป็นการเสนอแนวทางการวิจัยต่อเนื่องจากงานวิจัยนี้



ภาพที่ 1 พื้นที่ศึกษา (ย่านนิมมานเหมินท์)

ผลการวิจัย

รูปแบบการใช้ภาษา (Patterns)

ผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ซึ่งเป็นการวิเคราะห์รูปแบบการใช้ภาษาในย่านนิมมานเหมินท์ เทศบาลนครเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้จำแนกรูปแบบการใช้ภาษาบนป้ายในพื้นที่โดยออกเป็นสามประเภทตามเกณฑ์ป้ายภาษาเดียว (Monolingual Signs) คือ ป้ายที่ปรากฏตัวอักษรเพียงชุดเดียว ป้ายทวิภาษา (Bilingual Signs)

คือ ป้ายที่ปรากฏตัวอักษรสองชุด และป้ายพหุภาษา (Multilingual Signs) คือ ป้ายที่ปรากฏตัวอักษรตั้งแต่สามชุดขึ้นไป โดยมีการนำเสนอตัวอย่างป้ายแต่ละประเภทพร้อมรายงานจำนวนและสัดส่วนร้อยละของข้อมูลเพื่อแสดงการกระจายของรูปแบบการใช้ภาษาในพื้นที่ และยังช่วยให้เข้าใจถึงผลกระทบจากนโยบาย อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และปัจจัยทางธุรกิจอื่น ๆ ซึ่งส่งผลต่อการเลือกใช้ภาษาและการเผยแพร่ภาษาในพื้นที่ดังกล่าวอย่างชัดเจน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รูปแบบการใช้ภาษาในย่านนิมมานเหมินท์

รูปแบบการใช้ภาษา	ภาษา	จำนวน	ร้อยละ
ป้ายภาษาเดียว (Monolingual Signs)	อังกฤษ	176	24.31%
	ไทย	101	13.95%
	จีน	1	0.14%
	ญี่ปุ่น	1	0.14%
	เยอรมัน	1	0.14%
	ฝรั่งเศส	1	0.14%
รวม		281	38.82%
ป้ายทวิภาษา (Bilingual Signs)	ไทย - อังกฤษ	285	39.36%
	อังกฤษ - จีน	22	3.04%
	ไทย - จีน	12	1.66%
	อังกฤษ - ญี่ปุ่น	9	1.24%
	ไทย - ญี่ปุ่น	4	0.55%
	อังกฤษ - เกาหลี	2	0.28%
	อังกฤษ - ฝรั่งเศส	2	0.28%
	ไทย - เยอรมัน	1	0.14%
	อังกฤษ - เยอรมัน	1	0.14%
	อังกฤษ - อิตาลี	1	0.14%
รวม		339	46.83%
ป้ายพหุภาษา (Multilingual Signs)	ไทย- อังกฤษ - จีน	69	8.56%
	ไทย - อังกฤษ - ญี่ปุ่น	20	2.76%
	ไทย - อังกฤษ - เกาหลี	7	0.97%
	ไทย - อังกฤษ - จีน - เกาหลี - ญี่ปุ่น	5	0.69%
	อังกฤษ - จีน - เกาหลี - ญี่ปุ่น	2	0.28%
	ไทย - อังกฤษ - ล้านนา	1	0.14%
	ไทย - อังกฤษ - อิตาลี	1	0.14%
	ไทย - ญี่ปุ่น - ฝรั่งเศส	1	0.14%
	ไทย - จีน - เกาหลี	1	0.14%

ตารางที่ 1 รูปแบบการใช้ภาษาในย่านนิมมานเหมินท์ (ต่อ)

รูปแบบการใช้ภาษา	ภาษา	จำนวน	ร้อยละ
	ไทย - อังกฤษ - สเปน	1	0.14%
	ไทย - อังกฤษ - จีน - ญี่ปุ่น	1	0.14%
	ไทย - อังกฤษ - จีน - มาเลเซีย	1	0.14%
	ไทย - อังกฤษ - จีน - ญี่ปุ่น - เกาหลี - รัสเซีย - อาหรับ	1	0.14%
รวม		111	14.38%
รวม		731	100

จากการเก็บข้อมูลป้ายในย่านนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ รวมจำนวนทั้งสิ้น 731 ป้าย พบว่าป้ายภาษาเดียว (Monolingual Signs) มีจำนวน 281 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 38.82 โดยส่วนใหญ่ใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นหลัก ป้ายทวิภาษา (Bilingual Signs) มีจำนวน 339 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 46.83 โดยการจับคู่ภาษาที่พบมากที่สุด คือ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ จำนวน 285 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 39.36 ขณะที่ป้ายพหุภาษา (Multilingual Signs) มีจำนวน 111 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 14.38 ซึ่งมีลักษณะการผสมผสานภาษาถึง 13 รูปแบบ ผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายทางภาษาของย่านนิมมานเหมินท์ซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและธุรกิจที่จำเป็นต้องมีการสื่อสารกับทั้งกลุ่มผู้ใช้ภาษาไทยและชาวต่างชาติอย่างหลากหลายจึงส่งผลให้มีการใช้ภาษาในรูปแบบต่าง ๆ บนป้ายตั้งแต่รูปแบบที่เน้นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะไปจนถึงรูปแบบที่มีลักษณะเป็นสากลโดยผู้วิจัยจะนำเสนอภาพตัวอย่างประกอบต่อไปนี้

1. ป้ายภาษาเดียว (Monolingual Signs) คือ ป้ายที่มีการเลือกใช้เพียงภาษาเดียวบนป้าย เช่นตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 2 ป้ายภาษาเดียว (ไทย)

ภาพที่ 3 ป้ายภาษาเดียว (อังกฤษ)

ภาพที่ 4 ป้ายภาษาเดียว (เยอรมัน)

ภาพที่ 2 - 4 แสดงตัวอย่างป้ายภาษาเดียว (Monolingual Signs) ซึ่งสื่อความหมายหลักผ่านภาษาเพียงภาษาเดียว ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาเยอรมันตามลำดับ อาทิ “พิมพ์พิงค์ คอร์ท” (ภาพที่ 2) ใช้เฉพาะภาษาไทยเพื่อเน้นกลุ่มลูกค้าผู้ใช้ภาษาไทยเป็นหลักในขณะที่ “Mango Blendie” (ภาพที่ 3) เลือกใช้



ภาษาอังกฤษเพียงอย่างเดียวอาจเป็น เพราะต้องการภาพลักษณ์สากลหรือสื่อสารกับกลุ่มผู้บริโภคชาวต่างชาติ ส่วน “Maisel’s Weisse” (ภาพที่ 4) เป็นชื่อสินค้า และแบรนด์ในภาษาเยอรมันแสดงถึงอัตลักษณ์แบรนด์ชัดเจน และมุ่งเจาะกลุ่มลูกค้าที่คุ้นเคยกับสินค้าหรือวัฒนธรรมต้นกำเนิด

2. ป้ายทวิภาษา (Bilingual Signs) คือ ป้ายที่มีการเลือกใช้ภาษาสองภาษาบนป้าย เช่นตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 5 ป้ายทวิภาษา
(อังกฤษ - ญี่ปุ่น)



ภาพที่ 6 ป้ายทวิภาษา
(ไทย - อังกฤษ)



ภาพที่ 7 ป้ายทวิภาษา
(อังกฤษ - จีน)

ภาพที่ 5 - 7 แสดงตัวอย่างป้ายทวิภาษา (Bilingual Signs) ตัวอย่างเช่น “Smile Kitchen” (ภาพที่ 5) ใช้ภาษาอังกฤษร่วมกับภาษาญี่ปุ่น “日本の美味しい定食” บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ความเป็นอาหารญี่ปุ่นแบบ โฮมเมดและรองรับลูกค้าต่างชาติ ขณะที่ “Uchi Japanese Gastro Bar” (ภาพที่ 6) มีข้อความภาษาไทย “อุชิ เจแปนนิส แกสโตร บาร์” ควบคู่กับคำภาษาอังกฤษเพื่อสื่อสารกับคนในพื้นที่และชาวต่างชาติไปพร้อมกัน สอดคล้องกับลักษณะธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ร่วมสมัยในส่วนของ “Good Old Days Barber Shop” (ภาพที่ 7) พบการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาจีนเช่น “美好时光” และ “理发店” เพื่อดึงดูดลูกค้าทั้งชาวไทยชาวต่างชาติและชาวจีนที่อาศัยหรือท่องเที่ยวในย่านนั้น

3. ป้ายพหุภาษา (Multilingual Signs) คือ ป้ายที่มีการเลือกใช้สองภาษาขึ้นไปบนป้าย เช่นตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 8 ป้ายพหุภาษา
(อังกฤษ - เกาหลี - ไทย)



ภาพที่ 9 ป้ายพหุภาษา
(อังกฤษ - จีน - ไทย)



ภาพที่ 10 ป้ายพหุภาษา
(ญี่ปุ่น - อังกฤษ - ไทย)



ภาพที่ 8 - 10 เป็นตัวอย่างป้ายพหุภาษา (Multilingual Signs) ซึ่งปรากฏการใช้ภาษาตั้งแต่สองภาษาขึ้นไปในป้ายเดียวกันเพื่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายตัวอย่างเช่น ป้าย “MAD OMMA” (ภาพที่ 8) มีภาษาอังกฤษ “MAD OMMA Korean Street” ภาษาเกาหลี “매드 오마” และภาษาไทย “แมด ออมมา” อยู่ด้านบนซ้ายซึ่งสะท้อนถึงการสร้างบรรยากาศอาหารเกาหลีร่วมสมัยควบคู่ไปกับการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ขณะที่ป้าย “JIA TONG HENG” (ภาพที่ 9) ใช้ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน “謝桐興酒樓” และภาษาไทย “เจี้ย ทัง เฮง” เพื่อคงอัตลักษณ์ของร้านอาหารจีนแบบต้นตำรับและสื่อสารกับคนในพื้นที่ตลอดจนชาวต่างชาติที่คุ้นเคยกับภาษาจีน สุดท้ายป้ายที่ “Kin kai” (ภาพที่ 10) ประกอบด้วยภาษาไทย “กินไก่” และภาษาญี่ปุ่น “フライドチキン & ビール” ภาพ 8 - 10 สะท้อนแนวโน้มป้ายพหุภาษาของย่านท่องเที่ยวที่ต้องการดึงดูดทั้งคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวหลากหลายเชื้อชาติ อีกทั้งยังสร้างความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวด้วยโดยสอดคล้องกับบริบทของย่านนิมมานเหมินท์ซึ่งมีนักท่องเที่ยวและผู้พักอาศัยนานาชาติการใช้หลายภาษาบนป้ายจึงตอบสนองทั้งด้านภาพลักษณ์และการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

หน้าที่ของภูมิทัศน์ภาษา (Functions of Language Landscape)

ผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ซึ่งเป็นวิเคราะห์หน้าที่ของภาษาบนป้ายในย่านนิมมานเหมินท์ เทศบาลนครเชียงใหม่ ตามเกณฑ์ ภาษาบนป้ายทำหน้าที่ 2 ประการ ได้แก่ หน้าที่ในการให้ข้อมูล (Informative Function) และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Function) นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ขยายการวิเคราะห์ออกเป็นหน้าที่ย่อย 6 ประเภท พร้อมนำเสนอตัวอย่างป้ายแต่ละประเภท และรายงานจำนวนและสัดส่วนร้อยละของข้อมูลเพื่อแสดงหน้าที่ภาษาบนป้ายในพื้นที่ย่านนิมมานเหมินท์อย่างเป็นระบบ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 หน้าที่ของภูมิทัศน์ภาษาในย่านนิมมานเหมินท์

หน้าที่	ป้ายภาษาเดียว		ป้ายทวิภาษา		ป้ายพหุภาษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หน้าที่การให้ข้อมูล (Informative Function)	265	36.25	320	43.78	97	13.27
หน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Function)	16	2.19	19	2.60	14	1.92

จากการเก็บข้อมูลป้ายในย่านนิมมานเหมินท์ เทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 731 ป้าย โดยจำแนกตามหน้าที่ของภูมิทัศน์ภาษา (Functions of Language Landscape) ออกเป็นหน้าที่การให้ข้อมูล (Informative Function) และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Function) ผลการวิเคราะห์ พบว่า ป้ายภาษาเดียวที่ทำหน้าที่การให้ข้อมูล มีจำนวน 265 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 36.25 ของป้ายทั้งหมดและป้ายภาษาเดียวที่ทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ มีจำนวน 16 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 2.19 ส่วนป้ายทวิภาษาที่ทำหน้าที่การให้ข้อมูล มีจำนวน 320 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 43.78 และทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ จำนวน 19 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 2.60 ขณะที่ป้ายพหุภาษาซึ่งทำหน้าที่การให้ข้อมูล มีจำนวน 97 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 13.27 และทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ มีจำนวน 14 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 1.92 ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าป้ายที่มีหน้าที่การให้ข้อมูล มีจำนวนมากกว่าซึ่งแสดงถึงบทบาทสำคัญของภาษาที่ใช้เพื่อสื่อสารข้อมูลที่จำเป็นและมีประโยชน์ต่อสาธารณะ ขณะที่ป้ายที่มีหน้าที่เชิงสัญลักษณ์สะท้อน

ให้เห็นถึงการใช้ภาษาเพื่อสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์หรือภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของย่านนิมมานเหมินท์ที่รองรับผู้ใช้ภาษาไทยและชาวต่างชาติพร้อมทั้งแสดงถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและความเป็นสากลของพื้นที่ได้อย่างชัดเจนโดยผู้วิจัยจะนำเสนอภาพตัวอย่างประกอบต่อไปนี้

หน้าที่การให้ข้อมูล (Informative Function) คือ บทบาทของภาษาบนป้ายที่ใช้ในการสื่อสารข้อมูลเป็นประโยชน์หรือจำเป็นต่อสาธารณะ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. การอำนวยความสะดวก และแนะนำทิศทาง (Wayfinding and Directions) คือ การใช้ภาษาเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางหรือทิศทางแก่ผู้ใช้งานพื้นที่



ภาพที่ 11 หน้าที่การให้ข้อมูล



ภาพที่ 12 หน้าที่การให้ข้อมูล

ภาพที่ 11 - 12 เป็นตัวอย่างที่สะท้อนหน้าที่การให้ข้อมูล (Informative Function) ในลักษณะของการอำนวยความสะดวก และแนะนำทิศทาง (Wayfinding and Directions) อย่างชัดเจนโดยป้ายในภาพที่ 11 เป็นป้ายทวิภาษาที่ให้ข้อมูลและทิศทางไปยังลานจอดรถพร้อมระบุเงื่อนไขการให้บริการที่ช่วยลดความสับสนและเพิ่มความสะดวกในการเดินทาง ส่วนป้ายในภาพที่ 12 เป็นป้ายที่มีวัตถุประสงค์ในการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวผ่านการให้ข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับจุดบริการข้อมูลนักท่องเที่ยวและบริการฝากสัมภาระ ซึ่งสะท้อนถึงการออกแบบภูมิทัศน์ภาษาที่มีเป้าหมายเพื่อรองรับการใช้งานของทั้งคนไทยและชาวต่างชาติในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ข้อมูลความปลอดภัยและข้อมูลจำเป็นอื่น ๆ (Safety and Essential Information) คือ การใช้ภาษาเพื่อสื่อสารข้อมูลที่สำคัญหรือจำเป็นเกี่ยวกับความปลอดภัย ข้อควรระวัง หรือคำแนะนำที่ผู้ใช้งานในพื้นที่ต้องทราบอย่างชัดเจน



ภาพที่ 13 หน้าที่การให้ข้อมูล



ภาพที่ 14 หน้าที่การให้ข้อมูล

ภาพที่ 13 - 14 เป็นตัวอย่างที่สะท้อนหน้าที่การให้ข้อมูล (Informative Function) ในลักษณะความปลอดภัยและข้อมูลจำเป็นอื่น ๆ (Safety and Essential Information) โดยมีลักษณะการใช้ภาษาเพื่อสื่อสารข้อความเตือนที่ชัดเจนต่อสาธารณะ ภาพที่ 13 เป็นป้ายภาษาไทยที่แจ้งข้อมูลสำคัญในการจราจรว่า “ห้ามไปตรง” เพื่อป้องกันอุบัติเหตุและจัดระเบียบการจราจรในพื้นที่ ขณะที่ภาพที่ 14 เป็นป้ายทวิภาษาไทย - อังกฤษระบุข้อความ “ห้ามสูบบุหรี่ (No Smoking)” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งเตือนสาธารณะให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบรักษาความปลอดภัยและสุขอนามัยในพื้นที่โดยทั้งสองป้ายนี้แสดงให้เห็นการสื่อสารที่เน้นความชัดเจน กระชับ และเป็นมาตรฐานสากลช่วยให้ผู้ใช้ในพื้นที่ปฏิบัติตามข้อกำหนดได้อย่างถูกต้องลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การสื่อสารข้อมูลเชิงพาณิชย์ (Commercial Communication) คือ การใช้ภาษาเพื่อถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือกิจกรรมทางธุรกิจ



ภาพที่ 15 หน้าที่การให้ข้อมูล



ภาพที่ 16 หน้าที่การให้ข้อมูล

ภาพที่ 15 - 16 เป็นตัวอย่างของป้ายที่มีหน้าที่การให้ข้อมูล (Informative Function) ในลักษณะการสื่อสารข้อมูลเชิงพาณิชย์ (Commercial Communication) อย่างชัดเจนโดยภาพที่ 15 คือ ป้ายของร้านนวดที่แสดงข้อความเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อสื่อสารและดึงดูดลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในขณะที่ภาพที่ 16 เป็นป้ายของร้านคาเฟ่ที่แสดงข้อความด้วยภาษาอังกฤษและภาษาฝรั่งเศสเพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติหรือคนในพื้นที่ที่นิยมความทันสมัยสะท้อนภาพลักษณ์ของร้านที่มีรูปแบบสากลทั้งสองป้ายนี้เน้นการสื่อสารข้อมูลเพื่อจุดประสงค์ทางการตลาดโดยตรงผ่านการใช้ภาษา การเลือกใช้คำที่สั้น กระชับเพื่อดึงดูดความสนใจซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงกลยุทธ์ทางภาษาที่ใช้ในภูมิทัศน์ภาษาเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจและการสร้างภาพลักษณ์ทางการค้าอย่างชัดเจน

หน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Function) คือ การใช้ภาษาเพื่อแสดงหรือสะท้อนอัตลักษณ์ทางสังคมของชุมชน กลุ่มชน หรือบุคคลเพื่อสร้างหรือเน้นย้ำภาพลักษณ์เชิงพื้นที่และสังคมรวมทั้งสื่อสารความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงกับบริบททางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และการเมืองของพื้นที่หรือสังคมนั้น ๆ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้



1. การสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ และการแสดงตัวตนและอัตลักษณ์ (Identity Expression) คือ การใช้ภาษาในการแสดงถึงความเป็นตัวตนของบุคคล กลุ่มสังคม หรือชุมชนผ่านภาษา



ภาพที่ 17 หน้าທີ່เชิงสัญลักษณ์



ภาพที่ 18 หน้าທີ່เชิงสัญลักษณ์

ภาพที่ 17 - 18 เป็นตัวอย่างที่สะท้อนถึงหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Function) ในลักษณะการสื่อสารเชิงการแสดงตัวตนและอัตลักษณ์อย่างชัดเจนโดยภาพที่ 17 ใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษควบคู่กับภาษาล้านนาเพื่อสะท้อนความภาคภูมิใจและแสดงตัวตนของชุมชนล้านนาในการนำเสนออาหารพื้นเมืองซึ่งการใช้ภาษาล้านนาเป็นสัญลักษณ์สำคัญในการแสดงอัตลักษณ์ท้องถิ่น และยังเป็นเครื่องหมายในการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมล้านนาในพื้นที่ ส่วนภาพที่ 18 แม้ว่าจะใช้ภาษาไทยในการเขียนชื่อร้าน “เฮือนเพ็ญ” แต่คำว่า “เฮือน” เป็นคำภาษาล้านนาแปลว่า “เรือน” หรือ “บ้าน” สื่อถึงเอกลักษณ์ของการเป็นร้านอาหารที่นำเสนอวัฒนธรรมและอาหารแบบล้านนาโดยตรง นอกจากนี้ ยังมีภาษาอังกฤษกำกับว่า “Lanna Cuisine” ย้ำเตือนและสื่อสารให้ผู้มาเยือนได้เข้าใจว่าร้านนี้นำเสนออาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะทางวัฒนธรรมล้านนา การใช้คำว่า “เฮือน” เป็นการแสดงตัวตนของร้านที่ต้องการให้ลูกค้ารับรู้ถึงอัตลักษณ์ล้านนาอย่างชัดเจนและตรงไปตรงมา

2. การสื่อสารเชิงภาพลักษณ์ (Communicative Construction of Image) คือ การใช้ภาษาเพื่อสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ของบุคคล กลุ่ม หรือสถานที่ให้ปรากฏในสายตาของสาธารณชนโดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้เชิงบวกและสร้างความน่าเชื่อถือ



ภาพที่ 19 หน้าທີ່เชิงสัญลักษณ์



ภาพที่ 20 หน้าທີ່เชิงสัญลักษณ์

ภาพที่ 19 - 20 เป็นตัวอย่างของหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Function) ในลักษณะการสื่อสารเชิงภาพลักษณ์โดยภาพที่ 19 ใช้สำนวนจีนโบราณ “國色天香” ซึ่งหมายถึง ความงดงามเลิศล้ำเปรียบได้กับภาพลักษณ์ของร้านที่ต้องการสะท้อนความประณีต คุณภาพสูง และเสน่ห์ของวัฒนธรรมจีนในการปรุงอาหาร เพื่อดึงดูดกลุ่ม



เป้าหมายที่ขึ้นชื่อบริษัทที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ส่วนภาพที่ 20 เป็นการใช้อักษรระบบคันจิของภาษาญี่ปุ่น “烧肉店” หมายถึง “ร้านเนื้อย่าง” เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ที่แสดงถึงความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพและการรักษาวิธีการปรุงอาหารแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่นโดยตัวอักษรคันจิยังช่วยเน้นย้ำเอกลักษณ์ญี่ปุ่นแท้ ๆ ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความเป็นต้นตำรับและควมมีมาตรฐานของอาหารจากร้านนี้อย่างชัดเจน ทั้งสองตัวอย่างแสดงให้เห็นการใช้ภาษาเชิงสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ที่ต้องการอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

3. การสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม (Cultural-historical Symbolic Communication) คือ การใช้ภาษาสะท้อนเรื่องราว ความเชื่อ ค่านิยม และรากเหง้าทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความเชื่อมโยงกับอดีต



ภาพที่ 21 หน้าที่เชิงสัญลักษณ์



ภาพที่ 22 หน้าที่เชิงสัญลักษณ์

ภาพที่ 21 - 22 เป็นตัวอย่างของหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Function) ในการสื่อสารเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ภาพที่ 21 ใช้คำว่า “เจ้าพระยา” ซึ่งเดิมเป็นยศที่สะท้อนอำนาจและสถานะในระบบเจ้าขุนมูลนาย และอาจอ้างถึงแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งเป็นสัญลักษณ์สำคัญของชาติไทย การใช้คำนี้ในการตั้งชื่อร้านมีจุดมุ่งหมายเพื่อสื่อถึงความยิ่งใหญ่ ความศักดิ์สิทธิ์ และอัตลักษณ์ไทยดั้งเดิมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่เข้มแข็งและดึงดูดนักท่องเที่ยว ภาพที่ 22 ป้ายโรงแรมปิงนครและโรงแรมแอพิงนครใช้คำว่า “พิงค์” เพื่อเชื่อมโยงกับแม่น้ำปิงซึ่งเป็นสัญลักษณ์สำคัญของเชียงใหม่ตั้งแต่สมัยล้านนาจนถึงปัจจุบัน และคำว่า “นคร” สะท้อนความรุ่งเรืองทางพุทธศิลป์และเอกลักษณ์ท้องถิ่น การจัดวางภาษาไทยได้ภาษาอังกฤษบ่งบอกถึงกลยุทธ์การสื่อสารที่ผสมผสานอัตลักษณ์สากลและรากเหง้าท้องถิ่น ตัวอักษรภาษาอังกฤษที่ออกแบบเลียนแบบอักษรฝักขามล้านนาแสดงถึงภาวะถูกผสมทางสัญญาช่วยให้นักท่องเที่ยวรับรู้บรรยากาศล้านนาโดยไร้ข้อจำกัดด้านภาษา สอดคล้องกับแนวคิดการสร้างแบรนด์เชิงมรดกที่เน้นความทรงจำร่วมเพื่อสร้างความแตกต่างทางการตลาดและเสริมภาพลักษณ์เชิงบวกให้โรงแรม เป็นประตูสู่เชียงใหม่ดั้งเดิมในบริบทท่องเที่ยวร่วมสมัยของย่านนิมมานเหมินท์

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษารูปแบบการใช้ภาษาในพื้นที่นิมมานเหมินท์ เทศบาลนครเชียงใหม่ จากผลการวิจัยพบว่า ภาษาไทยปรากฏควบคู่กับภาษาอื่น ๆ บนป้ายจำนวนมากในย่านนิมมานเหมินท์ สะท้อนถึงบทบาทของภาษาไทยในฐานะภาษาราชการและการได้รับการส่งเสริมตามนโยบายภาษีย่อยของกระทรวง



มหาดไทย ซึ่งกำหนดให้ป้ายที่ใช้ตัวอักษรไทยหรือควบคู่กับภาษาอื่น ๆ เสียภาษีต่ำกว่าป้ายที่ใช้แต่ตัวอักษรต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญ (กระทรวงมหาดไทย, 2563) ผู้วิจัยเห็นว่าปัจจัยด้านนโยบายและข้อกำหนดนี้ส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมของผู้ประกอบการ โดยการเลือกใช้ภาษาไทยร่วมกับภาษาอื่นไม่เพียงแต่ตอบสนองต่อข้อกำหนดของรัฐและช่วยลดต้นทุน แต่ยังเพิ่มความน่าเชื่อถือในเชิงพาณิชย์ นอกจากนี้ การพบการใช้ภาษาล้านนาหรือคำภาษาล้านนาบนป้ายในพื้นที่ที่ผู้วิจัยเห็นว่า เนื่องจากมีความพยายามของชุมชนและหน่วยงานรัฐในการอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมล้านนา ตามนโยบายของแผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2561 - 2565 ได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและอนุรักษ์อัตลักษณ์ล้านนาอย่างยั่งยืน ซึ่งการใช้ภาษาล้านนาในภูมิทัศน์ภาษาบนป้ายถือเป็นหนึ่งในกลไกในการสร้างและสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่, 2561) ผู้วิจัยเห็นว่า การสอดแทรกภาษาท้องถิ่นในพื้นที่เชิงท่องเที่ยวเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างเอกลักษณ์เพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรม สร้างความโดดเด่นและความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น ขณะเดียวกัน การที่ภาษาอังกฤษปรากฏจำนวนมากและมีบทบาทเป็นภาษากลางในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ สะท้อนอิทธิพลของโลกาภิวัตน์และการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าปรากฏการณ์นี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Dewey, M. ที่อธิบายว่า การใช้ภาษาอังกฤษในพื้นที่อย่างแพร่หลายเป็นกลไกสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและตอบสนองตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Dewey, M., 2007) นอกจากนี้ การพบป้ายทวิภาษาถึง 10 รูปแบบ และป้ายพหุภาษาถึง 13 รูปแบบในพื้นที่ ยังสะท้อนถึงความหลากหลายทางภาษาและวัฒนธรรมที่เพิ่มขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังการฟื้นตัวของพื้นที่ภายหลังสถานการณ์ โรคติดเชื้อไวรัส โควิด-19 (COVID-19) ผู้วิจัยเห็นว่า การที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมาก และมีการลงทุนจากต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิดการใช้ภาษาที่หลากหลายบนป้ายในพื้นที่ เพื่อบริการกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ปรากฏการณ์นี้สอดคล้องกับข้อสังเกตของ Shohamy, E. & Gorter, D., Spolsky, B. ที่ระบุว่าภาษาบนป้ายในพื้นที่ท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสะท้อนความสัมพันธ์ทางสังคม และโครงสร้างประชากรที่มีความหลากหลาย (Shohamy, E. & Gorter, D., 2009); (Spolsky, B., 2009)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า ในย่านนิมมานเหมินท์ ป้ายที่มีหน้าที่ในการให้ข้อมูลมีจำนวนมากกว่าป้ายที่มีหน้าที่เชิงสัญลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญ ผู้วิจัยเห็นว่า ปัจจัยสำคัญมาจากโครงสร้างของพื้นที่ที่เน้นธุรกิจและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว จึงมีความจำเป็นต้องสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ทิศทาง ความปลอดภัยและบริการต่าง ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน ผลดังกล่าวสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Backhaus, P. ที่ระบุว่า ในเขตเมืองและศูนย์กลางเศรษฐกิจและท่องเที่ยว ป้ายมักถูกใช้เพื่อสื่อสารข้อมูลสินค้าและบริการเป็นหลัก เพื่ออำนวยความสะดวกในการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีการแข่งขันสูง (Backhaus, P., 2007) สำหรับการขยายหน้าที่ภาษาบนป้ายออกเป็น 6 ประเภทย่อย ผู้วิจัยเห็นว่า ปรากฏการณ์นี้สะท้อนการพัฒนาและปรับตัวของย่านนิมมานเหมินท์ที่ต้องรองรับทั้งความต้องการเชิงพาณิชย์และความหลากหลายของกลุ่มผู้ใช้พื้นที่ การพบป้ายที่เน้นสื่อสารข้อมูลเชิงพาณิชย์นั้น เป็นผลมาจากการแข่งขันทางธุรกิจและการค้าปลีกที่เข้มข้น การใช้ป้ายเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า บริการ โปรโมชั่น และสร้างความโดดเด่นจึงเป็น

กลยุทธ์สำคัญในการดึงดูดลูกค้าและนักท่องเที่ยว ข้อนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Shohamy, E. & Gorter, D. ที่เสนอว่าภาษาบนป้ายในพื้นที่ท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารข้อมูลทางธุรกิจ เช่น การโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย (Shohamy, E. & Gorter, D., 2009) สำหรับป้ายที่ให้ข้อมูลด้านความปลอดภัยและข้อมูลจำเป็นอื่น ๆ ผู้วิจัยเห็นว่ามีความสำคัญต่อการสร้างความเชื่อมั่นและความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีผู้คนหนาแน่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Gorter, D. ที่ระบุว่าพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีผู้คนพลุกพล่านมักมีการใช้ภาษาบนป้ายเพื่อให้ข้อมูลด้านความปลอดภัยและบริการสาธารณะอย่างชัดเจน (Gorter, D., 2013) นอกจากนี้ ป้ายที่อำนวยความสะดวกและแนะนำทิศทาง ผู้วิจัยเห็นว่ามีบทบาทช่วยให้ผู้มาเยือนสามารถสำรวจพื้นที่และเข้าถึงสถานที่สำคัญได้ง่ายขึ้น แม้พื้นที่จะมีขนาดไม่ซับซ้อน โดย Backhaus, P. ชี้ว่าป้ายแนะนำทิศทางเป็นองค์ประกอบสำคัญของภูมิทัศน์ภาษาในเขตเศรษฐกิจและท่องเที่ยว (Backhaus, P., 2007) ส่วนในด้านการสื่อสารเชิงภาพลักษณ์ ผู้วิจัยเห็นว่าป้ายเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างแบรนด์พื้นที่และภาพลักษณ์ที่โดดเด่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ โดย Jaworski, A. & Thurlow, C. ได้อธิบายว่าพื้นที่ท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันมักใช้ป้ายเพื่อนำภาพลักษณ์และความแปลกใหม่ เพื่อสร้างความต่างและดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (Jaworski, A. & Thurlow, C., 2010) ซึ่งสอดคล้องกับการออกแบบป้ายในนิมมานเหมินท์ที่เน้นความทันสมัย สำหรับป้ายที่แสดงอัตลักษณ์ท้องถิ่นและวัฒนธรรมล้านนา ผู้วิจัยเห็นว่า การใช้ภาษาและสัญลักษณ์เฉพาะถิ่นบนป้ายไม่เพียงแต่รักษามรดกวัฒนธรรม แต่ยังเป็นกลไกในการแสดงตัวตนและความภาคภูมิใจของชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ Mead, G. H., Blumer, H. ที่มองว่าภาษาเป็นสัญลักษณ์สำคัญในการแสดงตัวตนในสังคม (Mead, G. H., 1934); (Blumer, H., 1969) สุดท้ายป้ายที่นำเสนอเนื้อหาเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ผู้วิจัยเห็นว่ามีบทบาทในการถ่ายทอดเรื่องราวและเสน่ห์เฉพาะของพื้นที่ สอดคล้องกับ Gorter, D. ที่ระบุว่าภาษาบนป้ายสามารถใช้ในการบอกเล่าเรื่องราวทางวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยว (Gorter, D., 2013)

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าภูมิทัศน์ภาษาของย่านนิมมานเหมินท์ เทศบาลนครเชียงใหม่ สะท้อนถึงความหลากหลายทางภาษาและวัฒนธรรมที่เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม การเลือกใช้ภาษาบนป้ายในพื้นที่ดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงการเน้นย้ำอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่ม การใช้เหตุผลในการเลือกภาษา การยอมรับร่วมกันในระดับสังคม และความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างภาษา ทั้งนี้ ภาษาบนป้ายยังคงตอกย้ำสถานะของภาษาไทยในฐานะภาษาหลัก ขณะเดียวกันก็มีการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาอื่น ๆ เพื่อแสดงหน้าที่เชิงสัญลักษณ์และหน้าที่ในการให้ข้อมูลซึ่งก่อให้เกิดทั้งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและผลประโยชน์เชิงรูปธรรมต่อผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาพื้นที่ให้สอดคล้องกับบริบทของโลกาภิวัตน์ ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด และสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรนำผลการศึกษานี้ไปใช้ในการกำหนดนโยบายและแนวทางการออกแบบป้ายสาธารณะที่เหมาะสมกับบริบททางภาษา วัฒนธรรม และความปลอดภัยของพื้นที่ อีกทั้งควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและภาคเอกชนในการดูแลและพัฒนาภูมิทัศน์ภาษาเพื่อสร้างอัตลักษณ์



และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับพื้นที่ท่องเที่ยวทั้งในระดับท้องถิ่นและจังหวัด สำหรับการวิจัยในอนาคตควรขยายขอบเขตไปศึกษาพื้นที่ท่องเที่ยวหรือเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์อื่น ๆ ที่มีลักษณะคล้ายกับย่านนิมมานเหมินท์ เพื่อเปรียบเทียบและวิเคราะห์ความเหมือนและความแตกต่างของ ภูมิทัศน์ภาษาในแต่ละพื้นที่อันจะช่วยให้เข้าใจลักษณะร่วมและอัตลักษณ์เฉพาะของแต่ละพื้นที่ในประเทศไทยได้ชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับการศึกษาความเปลี่ยนแปลงของภาษาบนป้ายในเขตท่องเที่ยว ซึ่งมีลักษณะพลวัตสูง เช่น การปรับเปลี่ยนป้ายในช่วงเทศกาลสำคัญหรือระหว่างการทำก่อสร้างถนน เพื่อให้เข้าใจบทบาทและความหมายของภาษาที่เปลี่ยนแปลงตามบริบทและช่วงเวลาได้อย่างครอบคลุม

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงมหาดไทย. (2563). กฎกระทรวงกำหนดอัตราภาษีป้าย พ.ศ. 2563. ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 137 ตอนที่ 45 ก หน้า 10 (15 มีนาคม 2563).
- ปริญญญา บุญมาเลิศ และปฐม หงษ์สุวรรณ. (2567). ลักษณะทางภาษาจากป้ายชื่อสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่สัมพันธ์กับภูมิทัศน์ทางภาษา. วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 8(4), 210-220.
- สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่. (2561). แผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2561 - 2565. เรียกใช้เมื่อ 11 มีนาคม 2568 จาก <https://www.chiangmai.go.th/managing/public/D2/2D05Aug2020141943.pdf>
- Backhaus, P. (2007). *Linguistic Landscapes: A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo*. Bristol: Multilingual Matters.
- Blackwood, R. (2015). LL explorations and methodological challenges: Analysing France's regional languages. *Linguistic Landscape*, 1(1-2), 38-53.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice-Hall.
- Cenoz, J. & Gorter, D. (2006). Linguistic landscape and minority languages. *International Journal of Multilingualism*, 3(1), 67-80.
- Dewey, M. (2007). English as a lingua franca and globalization: An interconnected perspective. *International Journal of Applied Linguistics*, 17(3), 332-354.
- Gorter, D. (2013). Linguistic landscapes in a multilingual world. *Annual Review of Applied Linguistics*, (33), 190-212. <https://doi.org/10.1017/S0267190513000020>
- Jaworski, A. & Thurlow, C. (2010). *Semiotic landscapes: Language, image, space*. London: Continuum.
- Landry, R. & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23-49.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, self, and society*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Phattharathanit, S. (2012). Identity maintenance in Lanna (Northern Thai). *Journal of the Southeast Asian Linguistics Society*, 5(2012), 67-84.

- Shohamy, E. & Gorter, D. (2009). *Linguistic landscape: Expanding the scenery*. New York: Routledge.
- Spolsky, B. (2009). Prolegomena to a sociolinguistic theory of public signage. In E. Shohamy & D. Gorter (Eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery* (pp. 25-39). New York: Routledge.
- Suzuki, K. & Heo, J. (2022). A Study on the Comparison of Impressions of Tourist Information Signs Focusing on the Differences between National Languages in Japanese Regional Cities. *Applied Sciences*, 12(3), 1499. <https://doi.org/10.3390/app12031499>
- Thongtong, T. (2016). A linguistic landscape study of signage on Nimmanhemin Road, a Lanna Chiang Mai chill-out street. *Manusya. Journal of Humanities*, 22, 72-87. https://brill.com/view/journals/mnya/19/3/article-p72_6.xml