

ภูมิทัศน์ภาษาบริเวณถนนเลียบริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม

Linguistic Landscape in Public Signs of Government and Private Agencies
along the Mekong River Bank Road in Nakhon Phanom Municipality,
Nakhon Phanom Province

อ้อมทิพย์ มาลีสัย / Aomthip Maleelai

คณะเกษตรและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยนครพนม, นครพนม 48000, ประเทศไทย
Faculty of Agriculture and Technology, Nakhonphanom University, Nakhon Phanom 48000, Thailand.

Email: aomthip_k@npu.ac.th

Received: January 14, 2025

Revised: February 3, 2025

Accepted: February 6, 2025

Abstract

This study investigates the use of multilingual languages and text styles in public signs of government and private agencies along the Mekong River bank road in Nakhon Phanom Municipality, Nakhon Phanom Province. Data were collected through frameworks of Siwina (2020). A total of 611 public signs were analyzed, comprising 229 government signs (37.48%) and 382 private signs (62.52%). The findings reveal that in terms of language use, Thai was the most commonly used language, followed by Lao, Japanese, Chinese, and Vietnamese. In terms of language formats, monolingual signs in both sectors predominantly used Thai, followed by English, while multilingual signs, most commonly featuring Thai-English, were prevalent in both sectors. For multilingual text formats in government signs, direct translations were most frequently used, followed by partial translations and free writing. In the private sector, partial translations were most commonly used, followed by free writing and direct translations. The results reflect the government sector's emphasis on ethnic diversity in the region, highlighting interactions with neighboring countries and ethnic Chinese and Vietnamese communities. In contrast, the private sector focuses on projecting modern and globalized imagery. Both sectors

consistently prioritize Thai as the national and standard language for communication. The use of English illustrates adaptation to globalization and modernity. Furthermore, the diverse translation styles demonstrate efforts to align with local contexts and the need for direct communication with target audiences.

Key words: Linguistic Landscape, Language used, Nakhon Phanom Province

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภาษาและรูปแบบข้อความหลายภาษาที่ปรากฏในป้ายสาธารณะของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนบริเวณถนนริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม โดยใช้กรอบแนวคิดของ Siwina (2020) มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากป้ายสาธารณะจำนวน 611 ป้าย แบ่งเป็นป้ายภาครัฐ 229 ป้าย (ร้อยละ 37.48) และป้ายภาคเอกชน 382 ป้าย (ร้อยละ 62.52) ผลการศึกษาพบว่า ด้านการใช้ภาษา ภาษาไทยถูกใช้มากที่สุด รองลงมาคือ ภาษาลาว ญี่ปุ่น จีน และเวียดนาม รูปแบบภาษาที่ปรากฏ พบว่า ป้ายหนึ่งภาษา ส่วนใหญ่ใช้ภาษาไทย รองลงมาคือ ภาษาอังกฤษ ส่วนป้ายหลายภาษา ที่พบมากที่สุดคือ ไทย-อังกฤษ ด้านรูปแบบข้อความหลายภาษา ป้ายภาครัฐใช้รูปแบบแปลตรงตัวมากที่สุด รองลงมาคือ แบบแปลบางส่วนและแปลอิสระ ในขณะที่ป้ายภาคเอกชนใช้รูปแบบแปลบางส่วนมากที่สุด รองลงมาคือ แบบแปลอิสระและแปลตรงตัว ผลวิจัยสะท้อนถึงความสำคัญที่ภาครัฐให้ความสำคัญหลายทางเชื้อชาติในพื้นที่ ซึ่งแสดงถึงการปฏิสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านและกลุ่มชาวไทยเชื้อสายจีนและเวียดนาม ขณะที่ภาคเอกชนมุ่งเน้นสร้างภาพลักษณ์ความเป็นสากล ทั้งสองภาคส่วนยังคงใช้ภาษาไทยเป็นหลักเพื่อคงไว้ซึ่งภาษาประจำชาติ การใช้ภาษาอังกฤษสะท้อนถึงการปรับตัวต่อกระแสโลกาภิวัตน์และความทันสมัย ตลอดจนการแปลข้อความที่สอดคล้องกับบริบทท้องถิ่นและตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

คำสำคัญ: ภูมิทัศน์ภาษา การใช้ภาษา จังหวัดนครพนม

บทนำ

จังหวัดนครพนม ตั้งอยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศลาว ทำให้เป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ ทั้งด้านการค้าและการท่องเที่ยว นครพนมยังมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ประกอบไปด้วยกลุ่มชาติพันธุ์ไทยลาว ผู้ไทย ไทยใส ไทยแสด ไทยข่า และชาวไทยเชื้อสายจีนและเวียดนาม ซึ่งส่งผลต่อการใช้ภาษาหลายภาษาในพื้นที่สาธารณะ นอกจากนี้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดทำแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศสำหรับคนไทย โดยมุ่งเน้นการยกระดับจังหวัดนครพนมให้เป็นหนึ่งในเมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศ แผนดังกล่าวเน้นการพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในเส้นทางท่องเที่ยวสายศรัทธา การพัฒนาเส้นทาง “นครพนม ซอฟต์พาวเวอร์” ซึ่งประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวสำคัญอย่างพระศรีสัตตนาคราช ฟ้าพิมพลาย และฝ้าย้อมคราม จังหวัดนครพนม เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่จังหวัดให้มากขึ้น และเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับชาวไทยเชื้อสายเวียดนาม ได้แก่ หอนาฬิกา

เวียดนามฮานอย บ้านลู่โฮ และพิพิธภัณฑ์หมู่บ้านมิตรภาพไทย-เวียดนาม รวมถึงเส้นทางท่องเที่ยวที่สามารถทำให้จังหวัดนครพนมเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยว โดยเน้น “3 ที่สุด” ได้แก่ พระธาตุที่ศักดิ์สิทธิ์ที่สุด สะพานข้ามแม่น้ำโขงที่สวยงามที่สุด และวิวทิวทัศน์แม่น้ำโขงที่งดงามที่สุด (Prachachatturakit, 2024)

เขตเทศบาลเมืองนครพนม ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำโขง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเฉพาะในฐานะเมืองชายแดนที่เชื่อมโยงกับประเทศลาว ส่งผลให้พื้นที่นี้มีการใช้ภาษาหลากหลาย ทั้งภาษาไทย ภาษาลาว และภาษาอังกฤษ เพื่อรองรับการท่องเที่ยว การค้าขาย และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม การศึกษาภูมิทัศน์ภาษาบนป้ายสาธารณะในพื้นที่นี้จึงช่วยให้เราเข้าใจถึงบทบาทของภาษาในการสร้างและสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น

บริเวณถนนเลียบริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนมได้รับการพัฒนาด้านแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องตามแผนพัฒนาจังหวัด ซึ่งมีเป้าหมายในการส่งเสริมจังหวัดให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจของกลุ่มน้ำโขง (Strategy and Budget Division, 2021) โดยเฉพาะพื้นที่รอบลานพญาศรีสัตตนาคราช เป็นหนึ่งในจุดสำคัญที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติแวะมาเยี่ยมชมอย่างมาก พญาศรีสัตตนาคราชเป็นสัญลักษณ์ของความศรัทธาทางศาสนาและเป็นแลนด์มาร์คที่สำคัญของเมืองนครพนม การใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะในบริเวณนี้ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ในการสื่อสารข้อมูล แต่ยังมีบทบาทเชิงสัญลักษณ์ในการแสดงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่มุ่งเน้นการศึกษาป้ายธุรกิจไนบิพทต่างๆ โดยการวิเคราะห์รูปแบบการใช้ภาษา ลักษณะป้าย และความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและวัฒนธรรมที่ปรากฏบนป้าย ผลการวิจัยมักพบว่าป้ายธุรกิจมักใช้ภาษามากกว่าหนึ่งภาษา เช่น ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลาย โดยเน้นให้เห็นความเป็นสากลและการเปิดรับกลุ่มนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงความทันสมัยของพื้นที่และการใช้กลยุทธ์ภาษาในการดึงดูดความสนใจของลูกค้า เช่น Wangpusit (2012) ศึกษาป้ายธุรกิจในย่านสยามสแควร์ Meemongkol (2021) ศึกษาป้ายธุรกิจในชอปปิงแอนด์ช้อปปิ้ง Pramuul and Jitbanjong (2023) ศึกษาป้ายธุรกิจในย่านธุรกิจเขตเทศบาลนครขอนแก่น

แม้ว่าการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาที่ผ่านมานี้ในประเทศไทยจะให้ความสำคัญกับพื้นที่เชิงพาณิชย์เป็นหลัก เช่น ย่านธุรกิจและศูนย์กลางเศรษฐกิจในเมืองใหญ่ แต่ยังไม่พบนงานวิจัยที่มุ่งศึกษาภูมิทัศน์ภาษาของป้ายสาธารณะในพื้นที่ที่มีลักษณะทางประวัติศาสตร์และการท่องเที่ยว โดยเฉพาะที่จังหวัดนครพนม ซึ่งเป็นเมืองสำคัญทางวัฒนธรรมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ความโดดเด่นของจังหวัดนครพนมอยู่ที่การเป็นศูนย์กลางของ “3 ที่สุด” โดยพื้นที่เหล่านี้เป็นสถานที่ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นผ่านภูมิทัศน์ภาษา ทั้งในแง่ของมิติทางศาสนา ประวัติศาสตร์ และพหุวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีงานวิจัยที่วิเคราะห์ลักษณะของภาษาและรูปแบบการใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะในพื้นที่ดังกล่าว ซึ่งเป็นสิ่งที่มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารข้อมูลแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว ตลอดจนสะท้อนถึงความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและอัตลักษณ์ของชุมชน

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาป้ายสาธารณะบริเวณถนนเส้นริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม เพื่อให้เห็นสภาพการใช้ภาษาในพื้นที่ โดยจำแนกให้เห็นลักษณะของการใช้ภาษาและรูปแบบข้อความหลายภาษาที่ปรากฏในป้ายสาธารณะของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่จะสะท้อนให้เห็นบทบาทของภาษาในการสร้างและสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่บริเวณถนนเส้นริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการใช้ภาษาและรูปแบบข้อความหลายภาษาที่ปรากฏในป้ายสาธารณะของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน บริเวณถนนเส้นริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม

ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดภูมิทัศน์ภาษา (Linguistic Landscape) และการวิเคราะห์ด้านรูปแบบการใช้ภาษาและรูปแบบข้อความหลายภาษามาใช้ ดังนี้

1. ความหมายภูมิทัศน์ภาษา

ภูมิทัศน์ภาษา (Linguistic Landscape) เป็นแนวคิดในการศึกษาการใช้ภาษาบนป้ายในพื้นที่สาธารณะ โดยเฉพาะป้ายที่ปรากฏในบริบทเชิงพาณิชย์ วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว ป้ายเหล่านี้สะท้อนถึงการใช้ภาษาในชีวิตประจำวัน การใช้ภาษาไม่เพียงแต่แสดงถึงการสื่อสารระหว่างผู้คน แต่ยังบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ทางภาษาและวัฒนธรรมของพื้นที่นั้น ๆ

2. แนวคิดภูมิทัศน์ภาษา (Linguistic Landscape)

แนวคิดเรื่องภูมิทัศน์ภาษา (Linguistic Landscape) ได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความสนใจในบทบาทของภาษาในพื้นที่สาธารณะและพื้นที่ทางการพาณิชย์ โดยเฉพาะในด้านที่ภาษาไม่เพียงแต่ทำหน้าที่สื่อสาร แต่ยังสะท้อนถึงลักษณะเฉพาะของชุมชน วัฒนธรรม และโครงสร้างทางสังคมของพื้นที่นั้น ๆ การศึกษาภูมิทัศน์ภาษาเริ่มต้นจากการสำรวจและวิเคราะห์ป้ายที่ปรากฏในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและสภาพแวดล้อมทางกายภาพในบริบททางสังคมและวัฒนธรรม โดยมีนักวิชาการได้นิยามความหมายของภูมิทัศน์ภาษาในหลากหลายมิติ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) การให้ความสำคัญกับการมองเห็นและความเด่นชัดของภาษา ในพื้นที่สาธารณะ (Landry & Bourhis, 1997, p.23) 2) การมองภูมิทัศน์ภาษาในฐานะ กลุ่มของป้ายและข้อความที่ปรากฏในพื้นที่เมือง (Gorter, 2006, 83) และ 3) การศึกษาข้อความที่ปรากฏในภาษาต่าง ๆ บนป้ายในพื้นที่สาธารณะ (Coulmas, 2009, p.14; Gorter, 2006, p.1; Spolsky, 2009, p.25) การนิยามเหล่านี้ช่วยให้เกิดกรอบการวิเคราะห์ที่หลากหลาย และสามารถปรับใช้ได้ตามลักษณะของการศึกษาในแต่ละบริบท

Boonmalert (2023) ได้สรุปแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับภูมิทัศน์ภาษาของนักวิชาการต่าง ๆ ไว้ดังนี้ Landry and Bourhis (1997, p.27) ได้พัฒนาภูมิทัศน์ภาษาให้ครอบคลุมการวิเคราะห์บทบาทของภาษาในสองมิติ ได้แก่ มิติข้อมูล (Informative Function) ซึ่งให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในชุมชนและแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของกลุ่มต่าง ๆ และ มิติเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Function) ซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์และสถานภาพของภาษาในพื้นที่สาธารณะ

Ben-Rafael (2006, p.27) กล่าวว่าภูมิทัศน์ภาษาช่วยแสดงให้เห็นถึงรูปแบบการจัดการสัญลักษณ์ในพื้นที่เมือง โดยสะท้อนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนและหน่วยงานต่าง ๆ ในการใช้ภาษาเพื่อแสดงความเป็นตัวแทนของชุมชนหรือองค์กรในสังคมเมือง ส่วน Huebner (2006) ชี้ว่าภาษาในภูมิทัศน์ภาษา เช่น ป้ายโฆษณาและชื่อสถานที่ นอกจากจะใช้ในการสื่อสาร ยังสะท้อนลักษณะทางวัฒนธรรมของชุมชนในพื้นที่นั้น ๆ ซึ่งทำหน้าที่สร้างความหมายให้แก่พื้นที่และแสดงเอกลักษณ์ของชุมชน ด้าน Shohana and Gorter

(2009) ขยายขอบเขตการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาไปยังพื้นที่สาธารณะในชุมชนเมือง ซึ่งเป็นแหล่งรวมของผู้คนจากหลากหลายเชื้อชาติและวัฒนธรรม ภาษาในพื้นที่ดังกล่าวจึงสะท้อนถึงสถานการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมที่หลากหลาย ส่วน Puzey (2016, pp.395-397) เน้นว่าภูมิทัศน์ภาษาต้องอาศัยการบูรณาการศาสตร์หลากหลาย เช่น ภาษาศาสตร์สังคม พหุภาษา และภูมิศาสตร์วัฒนธรรม เพื่อนำมาประยุกต์เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาภาษาที่ปรากฏในพื้นที่สาธารณะ เช่น ป้ายชื่อถนน ชื่อร้านค้า และศิลปะบนกำแพง โดยภาษาเหล่านี้สะท้อนความสัมพันธ์ทางสังคม อัตลักษณ์ และปัญหาเฉพาะที่เกิดขึ้นในพื้นที่นั้น ๆ

โดยสรุป แนวคิดภูมิทัศน์ภาษาเป็นการศึกษาที่เน้นการเชื่อมโยงภาษาเข้ากับพื้นที่และบริบททางสังคม โดยมีบทบาทในการสะท้อนอัตลักษณ์ ความหลากหลาย และพลวัตของสังคมผ่านตัวบทภาษาที่ปรากฏในพื้นที่สาธารณะ สำหรับวิธีการวิเคราะห์ภูมิทัศน์ภาษานั้นได้มีนักวิชาการต่าง ๆ นำเสนอวิธีการวิเคราะห์ไว้จำนวนมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดด้านรูปแบบการใช้ภาษาและแนวคิดด้านรูปแบบข้อความหลายภาษาที่ใช้ในป้ายสาธารณะของ Siwina (2020) มาใช้เป็นแนวทางในการวิจัย โดยสรุปดังนี้

2.1 แนวคิดด้านรูปแบบการใช้ภาษา

ผู้วิจัยใช้แนวคิดด้านรูปแบบการใช้ภาษาของ Siwina (2020) มาวิเคราะห์การใช้ภาษาในป้ายสาธารณะโดยพิจารณาตัวอักษรเป็นเกณฑ์ ว่าเขียนโดยใช้ตัวอักษรภาษาใด ในการวิเคราะห์การใช้ภาษามุ่งเน้นการวิเคราะห์เนื้อความที่อยู่บนป้าย ไม่ได้วิเคราะห์หมวดตัวอักษรที่อยู่ในรูปสินค้าที่ปรากฏบนป้าย ตราสัญลักษณ์ของสินค้า บริษัท หน่วยงาน และอักษรย่อที่แสดงหน่วยวัด โดยรูปแบบการใช้ภาษาแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) ป้ายแบบหนึ่งภาษา (Monolingual sign) คือ ป้ายที่เขียนด้วยตัวอักษรของภาษาเพียงหนึ่งภาษา และ 2) ป้ายหลายภาษา (Multilingual sign) คือ ป้ายที่ใช้ตัวอักษรมากกว่าหนึ่งภาษาเขียน

2.2 แนวคิดด้านรูปแบบข้อความหลายภาษาที่ใช้ในป้ายสาธารณะ

ผู้วิจัยใช้แนวคิดด้านรูปแบบข้อความหลายภาษาที่ใช้ในป้ายสาธารณะของ Siwina (2020) มาวิเคราะห์ป้ายสาธารณะที่มีรูปแบบข้อความมากกว่าหนึ่งภาษา โดยจะเรียกกรวมว่าป้ายหลายภาษา ซึ่งใช้เกณฑ์ด้านการแปล (Translation) ในการวิเคราะห์ โดยแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบคือ

1) ป้ายหลายภาษาแบบแปลตรงตัว (Direct translation) คือ แผ่นป้ายที่ข้อความของแต่ละภาษามีการแปลเป็นอีกภาษาหนึ่ง ทุกภาษามีความหมายตรงกัน เหมือนกัน หรือสื่อไปในทิศทางเดียวกัน หรือเป็นการเขียนข้อความแบบทับศัพท์

2) ป้ายหลายภาษาแบบแปลบางส่วน (Partial translation) เป็นการนำเสนอความที่ภาษาในป้ายมีการแปลเพียงบางส่วน หรือเขียนทับศัพท์เพียงบางส่วน และความหมายของข้อความทุกภาษาในป้ายมีความสัมพันธ์กัน คือต่อเนื่องกัน หรือเติมเต็มซึ่งกันและกัน

3) ป้ายหลายภาษาแบบอิสระ (Free writing) คือ ป้ายที่ข้อความของแต่ละภาษาในป้ายไม่ได้มีความหมายตรงกัน ไม่ได้แปลจากภาษาหนึ่งไปเป็นภาษาหนึ่ง ความหมายของทุกภาษาในป้ายจึงไม่เท่าเทียมกันหรือสื่อความไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้อาจเป็นการใช้ภาษาแบบปนหรือแบบสลับภาษาที่แสดงให้เห็นผ่านตัวเขียนของภาษาที่ต่างกัน

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภูมิทัศน์ภาษา

การศึกษาภูมิทัศน์ภาษาเป็นแนวทางการวิเคราะห์ที่ได้รับความสนใจอย่างแพร่หลาย โดยมีการศึกษาภาษาในพื้นที่สาธารณะผ่านป้ายและชื่อสถานที่เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ทางภาษาและวัฒนธรรมของพื้นที่นั้น ๆ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถจำแนกออกเป็นงานศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในพื้นที่ธุรกิจและ

การค้า พื้นที่ชายแดน พื้นที่เมืองที่มีลักษณะพหุภาษา และการศึกษาเปรียบเทียบป้ายสาธารณะทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ดังนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภูมิทัศน์ภาษาในพื้นที่ธุรกิจและการค้าสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของภาษาอังกฤษและภาษาอื่น ๆ ในพื้นที่ที่ได้รับอิทธิพลจากโลกาภิวัตน์ Wangpusit (2012) พบว่าย่านสยามสแควร์ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักบนป้ายธุรกิจเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและเป็นสากล ขณะที่ Meemongkol (2021) ศึกษาชอปปิงออนไลน์และชอปปิงออฟไลน์ พบว่าภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักที่ใช้ในป้ายธุรกิจ และในชอปปิงออฟไลน์ 63 (เอกมัย) พบการใช้ภาษาญี่ปุ่นบนป้ายร้านอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด สะท้อนถึงความนิยมของชาวไทยที่มีต่อร้านอาหารญี่ปุ่นและบทบาทของชุมชนชาวญี่ปุ่นในพื้นที่ นอกจากนี้ Pramual & Jitbanjong (2023) ศึกษาพื้นที่ธุรกิจในเขตเทศบาลนครขอนแก่น พบว่าภาษาไทยและภาษาอังกฤษมีบทบาทสำคัญที่สุดในการสื่อสาร โดยเฉพาะในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการค้าขาย การศึกษา และการท่องเที่ยว ผลการศึกษาทั้งหมดชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างภาษา วัฒนธรรม และเศรษฐกิจในพื้นที่ธุรกิจที่มีลักษณะพหุภาษาและเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของแต่ละเมือง

งานวิจัยเกี่ยวกับภูมิทัศน์ภาษาในพื้นที่ชายแดนสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของภาษาในบริบทพหุวัฒนธรรมและเศรษฐกิจข้ามพรมแดน Siwina (2020) ศึกษาพื้นที่ชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน พบว่าป้ายหลายภาษามีจำนวนมาก โดยภาษาประจำชาติถูกใช้มากที่สุด รองลงมาคือภาษาอังกฤษและภาษาของประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งสะท้อนถึงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ขณะที่ Hayeesani และ Vongvivut (2022) ศึกษาป้ายธุรกิจในเขตอำเภอเมืองยะลา พบว่าภาษาอังกฤษถูกใช้ร่วมกับภาษาไทยและภาษามลายู แสดงให้เห็นถึงลักษณะพหุภาษาของพื้นที่ชายแดนได้และการปรับตัวทางเศรษฐกิจเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและลูกค้าจากประเทศเพื่อนบ้าน งานวิจัยเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่าการใช้ภาษาหลายภาษาบนป้ายในพื้นที่ชายแดนมีความสำคัญต่อการสื่อสาร การสร้างอัตลักษณ์ทางภาษา และการส่งเสริมเศรษฐกิจข้ามพรมแดน

งานวิจัยเกี่ยวกับภูมิทัศน์ภาษาในพื้นที่เมืองที่มีลักษณะพหุภาษาสะท้อนให้เห็นบทบาทของภาษาในพื้นที่เศรษฐกิจและการท่องเที่ยว Anantawan และ Buakaw (2022) ศึกษาตลาดท่าเสด็จ จังหวัดหนองคาย พบการใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะ 12 ภาษา โดยภาษาไทยเป็นภาษาหลัก รองลงมาคือภาษาอังกฤษ ซึ่งสะท้อนบทบาทของภาษาไทยในฐานะภาษาประจำชาติและภาษาอังกฤษในฐานะภาษาสากล Boonmalert (2023) ศึกษาภูมิทัศน์ภาษาของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวที่มีการใช้ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน โดยภาษาอังกฤษถูกใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ความเป็นสากลและความทันสมัย ขณะที่ Hayeesani (2022) ศึกษาป้ายร้านค้าในเขตเทศบาลนครยะลา พบว่าภาษาอังกฤษถูกใช้มากที่สุด รองลงมาคือภาษาไทย ซึ่งสะท้อนถึงอิทธิพลของภาษาอังกฤษในภาคธุรกิจและการสื่อสารเชิงพาณิชย์ งานวิจัยเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มของพื้นที่เมืองที่มีลักษณะพหุภาษา ซึ่งภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ มีบทบาทสำคัญในฐานะภาษาสากลที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวและสะท้อนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจในบริบทเมืองที่ได้รับอิทธิพลจากโลกาภิวัตน์

งานวิจัยภูมิทัศน์ภาษาที่ศึกษาป้ายสาธารณะทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เช่น Siwina (2020) ศึกษาภูมิทัศน์หลายภาษาบริเวณชายแดนประเทศไทย ซึ่งมุ่งเน้นการวิเคราะห์การใช้ภาษาหลายภาษาในพื้นที่ชายแดนของไทย ผลการวิจัยพบว่าป้ายที่ใช้ภาษาประจำชาติและภาษาอังกฤษมีบทบาทสำคัญในการสื่อสาร ขณะที่ภาษาประเทศเพื่อนบ้านถูกใช้ในบางพื้นที่ที่มีการปฏิสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน ผลการวิจัยยังสะท้อนถึงแนวโน้มที่พื้นที่ชายแดนมีความเป็นพหุวัฒนธรรมและมีลักษณะสากลมากขึ้น อีกกลุ่มหนึ่งเป็นการศึกษาพร้อมทั้งเปรียบเทียบความแตกต่างของผลการศึกษาป้ายระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน เช่น Siwina (2018) ศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในอำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ และ Boonmalert (2023) ศึกษาภูมิทัศน์ภาษาของป้ายในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยมักพบความแตกต่างในการใช้ภาษาระหว่างหน่วยงานรัฐที่มักใช้ภาษาไทยเป็นหลัก เพื่อแสดงอำนาจและควบคุม ส่วนหน่วยงานเอกชนมักใช้ภาษาหลายภาษา เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย นอกจากนี้ การเปรียบเทียบยังทำให้เห็นถึงความแตกต่างในการจัดวางป้ายและการใช้ภาษาในบริบทของพื้นที่ต่างๆ เช่น พื้นที่เมืองใหญ่ที่มีความเป็นสากลสูง

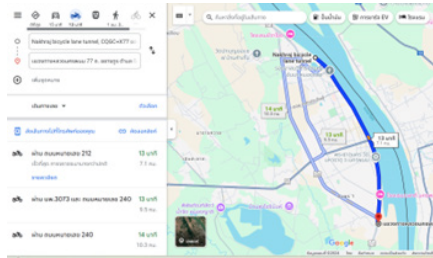
จากเอกสารที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ว่า การศึกษาภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ในพื้นที่ต่าง ๆ ให้ข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับบทบาทของภาษาในบริบทที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ธุรกิจที่สะท้อนอิทธิพลของโลกาภิวัตน์ พื้นที่ชายแดนที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน หรือพื้นที่เมืองที่มีลักษณะพหุวัฒนธรรม การศึกษานี้จะเป็นแนวทางสำคัญในการทำความเข้าใจบทบาทของภาษาในพื้นที่สาธารณะ และการใช้ภาษาเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่ในระดับต่าง ๆ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาการใช้ภาษาในป้ายสาธารณะของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน บริเวณถนนเส้นริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาดำเนินขั้นตอนต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ภาษา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาการใช้ภาษาและลักษณะรูปแบบข้อความหลายภาษาที่ปรากฏในป้ายสาธารณะของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน บริเวณถนนเส้นริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ศึกษา

2. การเลือกพื้นที่ศึกษา ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การกำหนดเขตพื้นที่ถนนเส้นริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม จุดเริ่มต้นจากแขวงทางหลวงนครพนม ใช้ถนนหมายเลข 212 ไปยังปลายทางอุโมงค์จักรยานคร (Nakhraj bicycle lane tunnel) ระยะทาง 7 กิโลเมตร ซึ่งเป็นเส้นทางสำคัญที่ผ่านจุดท่องเที่ยวสำคัญของเขตเทศบาลเมืองนครพนม ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จำนวน 6 แห่ง (จาก 8 แห่ง) ได้แก่ วัดนักบุญอันนาหนองแสง วัดโกลาส (ศรีบัวบาน) วัดโพธิ์ศรี วัดกลาง วัดมหาธาตุ วัดพระอินทร์แปลง และด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและสำหรับพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 9 แห่ง (จาก 12 แห่ง) ได้แก่ สวนเทิดพระเกียรติ หาดทรายทองศรีโคตรบูรณ ลานกนกเกราและลานพมวนาคาลานจันทร์ส่องหล้า ลานตะวันเบิกฟ้า อัฒจันทร์ริมแม่น้ำโขง จวนผู้ว่าราชการนครพนม (หลังเก่า) และตลาดอินโดจีน รวมถึงผ่านสถานที่ราชการที่สำคัญ ถนนคนเดินนครพนม ห้างร้านและสถานบันเทิงต่าง ๆ



ภาพที่ 1 แผนที่ถนนเส้นริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม
ที่มา: Google (2024)

3. เก็บรวบรวมข้อมูลจากป้ายสาธารณะ บริเวณถนนเส้นริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม ลงพื้นที่สำรวจถ่ายภาพป้ายโดยการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ในช่วงเดือนตุลาคม 2567 ได้ข้อมูลจำนวนทั้งสิ้น 611 ป้าย จากนั้นนำป้ายมาจำแนกตามหน่วยงานเจ้าของป้าย แบ่งเป็น ป้ายสาธารณะของหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 229 ป้าย และภาคเอกชน จำนวน 382 ป้าย

4. การวิเคราะห์การใช้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน บริเวณถนนเส้นริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดของ Siwina (2020) มาใช้ในการศึกษา เพราะมีการศึกษาภาษาบนป้ายสาธารณะที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การศึกษาการใช้ภาษาและลักษณะรูปแบบข้อความหลายภาษาที่ปรากฏในป้ายสาธารณะ ซึ่งมีการใช้กรอบแนวคิดที่น่าสนใจและมีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ศึกษาการใช้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะ โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลภาพถ่ายป้ายสาธารณะที่ได้มาวิเคราะห์โดยแบ่งตามหน่วยงานผู้จัดทำป้าย นับความถี่ของภาษาที่ปรากฏ และแบ่งรูปแบบป้ายตามการใช้ภาษา ได้แก่ ป้ายหนึ่งภาษา ป้ายหลายภาษา และวิเคราะห์ ในประเด็นรูปแบบข้อความหลายภาษา ได้แก่ ป้ายหลายภาษาแบบแปลตรงตัว ป้ายหลายภาษาแบบแปลบางส่วน และป้ายหลายภาษาแบบอิสระ จากนั้นนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบของการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการศึกษา

การศึกษาภาษาที่ปรากฏในป้ายสาธารณะบริเวณถนนเส้นริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม จากการเก็บรวบรวมป้ายสาธารณะจากบริเวณดังกล่าวจำนวนทั้งสิ้น 611 ป้าย ผู้วิจัยได้จำแนกผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การใช้ภาษาในป้ายสาธารณะบริเวณถนนเส้นริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม และรูปแบบข้อความหลายภาษาที่ปรากฏในป้ายสาธารณะบริเวณถนนเส้นริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม ดังนี้

1. การใช้ภาษาในป้ายสาธารณะบริเวณถนนเส้นริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม

ในการวิเคราะห์การใช้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ด้านตัวอักษรในแต่ละภาษาที่สื่อความหมายในแต่ละป้ายเพื่อจำแนกลักษณะการใช้ภาษา โดยไม่รวมตัวอักษรที่อยู่ในรูปสินค้า

ตราสัญลักษณ์ของสินค้า ชื่อบริษัท หน่วยงาน เนื่องจากไม่ไข่นื้อความของแผ่นป้าย โดยจำแนกลักษณะการใช้ภาษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ภาษาที่ปรากฏในป้ายสาธารณะ และรูปแบบการใช้ภาษาในป้ายสาธารณะ ดังนี้

1.1 ภาษาที่ปรากฏในป้ายสาธารณะ

การวิเคราะห์ภาษาที่ปรากฏในป้ายสาธารณะ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์โดยนับจำนวนความถี่ของรูปภาษาที่ปรากฏในป้ายสาธารณะ โดยในหนึ่งป้ายอาจมีมากกว่าหนึ่งภาษา โดยจำแนกการปรากฏเป็น 2 ส่วนคือภาครัฐและเอกชน เพื่อเปรียบเทียบให้เห็นการปรากฏของรูปภาษาของป้ายสาธารณะของภาครัฐและเอกชน ซึ่งป้ายสาธารณะบริเวณถนนเส้นริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม จำนวน 611 ป้าย เมื่อวิเคราะห์ตามภาษาที่ปรากฏในป้ายสาธารณะ สรุปข้อมูลได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปความถี่การปรากฏของภาษาบนป้ายสาธารณะ

ภาษา	รวม	ร้อยละ	ภาครัฐ		ภาคเอกชน	
			ป้ายหนึ่งภาษา	ป้ายหลายภาษา	ป้ายหนึ่งภาษา	ป้ายหลายภาษา
ไทย	562	63.86	116	110	199	137
อังกฤษ	287	32.61	2	108	38	139
ลาว	14	1.59	0	14	0	0
ญี่ปุ่น	10	1.14	0	0	5	5
จีน	5	0.57	1	0	0	4
เวียดนาม	2	0.23	0	2	0	0
รวม	880	100.00	119	234	242	285

จากข้อมูลในตารางที่ 1 แสดงจำนวนความถี่ของรูปภาษาที่ปรากฏในป้ายสาธารณะบริเวณถนนเส้นริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม จำนวน 6 ภาษา เรียงตามความถี่สูงสุดได้แก่ ภาษาไทย จำนวน 562 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 63.86 ภาษาอังกฤษ จำนวน 287 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 32.61 ภาษาลาว จำนวน 14 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 1.59 ภาษาญี่ปุ่น จำนวน 10 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 1.14 ภาษาจีน จำนวน 5 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.57 และภาษาเวียดนาม จำนวน 2 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.23

1.2 รูปแบบภาษาที่ปรากฏในป้ายสาธารณะ

รูปแบบการใช้ภาษาในป้ายสาธารณะ คือรูปแบบการใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลป้ายสาธารณะบริเวณถนนเส้นริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม จำนวน 611 ป้าย ผู้วิจัยได้แบ่งรูปแบบการใช้ภาษาในป้ายสาธารณะออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ การใช้ป้ายหนึ่งภาษา และการใช้ป้ายหลายภาษา ซึ่งในแต่ละกลุ่มภาษาผู้วิจัยจะจำแนกการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วนตามเกณฑ์จัดทำป้าย ได้แก่ ป้ายของภาครัฐและป้ายของภาคเอกชน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 สรุปจำนวนป้ายสาธารณะโดยแบ่งตามรูปแบบการใช้ภาษาและหน่วยงานผู้จัดทำป้าย

การใช้ภาษาในป้าย	จำนวน	ร้อยละ	ภาครัฐ	หน่วยงานผู้จัดทำป้าย		
				ร้อยละ	ภาคเอกชน	ร้อยละ
ป้ายหนึ่งภาษา	361	59.08	119	19.48	242	39.61
ป้ายหลายภาษา	250	40.92	110	18.00	140	22.91
รวมป้ายทั้งหมด	611	100.00	229	37.48	382	62.52

จากข้อมูลในตารางที่ 2 เมื่อจำแนกตามเกณฑ์ผู้จัดทำป้ายพบว่า รูปแบบการใช้ภาษาที่ปรากฏในป้ายสาธารณะทั้งป้ายของภาครัฐและป้ายของภาคเอกชน ใช้ป้ายหนึ่งภาษามากกว่าป้ายหลายภาษา เมื่อวิเคราะห์ภาษาที่ใช้ในป้าย สามารถจำแนกโดยละเอียด ดังนี้

1.2.1 การใช้ป้ายหนึ่งภาษา

จากการเก็บรวบรวมป้ายสาธารณะจากบริเวณถนนริมฝั่งแม่น้ำโขงในเขตเทศบาลเมืองนครพนม พบว่า รูปแบบการใช้ป้ายหนึ่งภาษา มีจำนวนทั้งสิ้น 361 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 59.08 โดยจำแนกตามรายละเอียดตามภาษาที่ปรากฏ หน่วยงานผู้จัดทำของป้าย และวัตถุประสงค์ของป้าย ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 รูปแบบการใช้ป้ายหนึ่งภาษา

ภาษา	จำนวน	ร้อยละ	ภาครัฐ	ภาคเอกชน
ไทย	315	87.26	116	199
อังกฤษ	40	11.08	2	38
ญี่ปุ่น	5	1.39	0	5
จีน	1	0.28	1	0
รวม	361	100.00	119	242

จากข้อมูลในตารางที่ 3 แสดงรูปแบบการใช้ป้ายหนึ่งภาษาบริเวณถนนริมฝั่งแม่น้ำโขงในเขตเทศบาลเมืองนครพนม พบว่าภาษาที่ใช้ในป้ายหนึ่งภาษา มีจำนวน 4 ภาษา เรียงตามลำดับความถี่ที่ปรากฏ ได้แก่ ภาษาไทย อังกฤษ ญี่ปุ่น และจีน เมื่อวิเคราะห์ตามเกณฑ์หน่วยงานผู้จัดทำป้ายพบว่า ป้ายหนึ่งภาษาที่ใช้ภาษาญี่ปุ่นพบในป้ายของภาคเอกชนเท่านั้น ส่วนป้ายหนึ่งภาษาที่ใช้ภาษาจีนพบในป้ายของภาครัฐเท่านั้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) การใช้ป้ายหนึ่งภาษาของภาครัฐ ภาครัฐมีการใช้ป้ายหนึ่งภาษาทั้งหมด 119 ป้าย ส่วนใหญ่เป็นป้ายภาษาไทย รองลงมาคือป้ายภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นป้ายชื่อสถานที่หน่วยงานราชการหรือหน่วยงานในสังกัดของรัฐ เช่น ป้ายชื่อวัด ป้ายชื่อบ้านพักประจำตำแหน่งข้าราชการ ป้ายชื่อศาล ป้ายชื่อโรงเรียน ป้ายสถานที่สาธารณะ เป็นต้น นอกจากนี้ป้ายภาษาเดียวของภาครัฐใช้ในป้ายสัญลักษณ์กฎจราจร ป้ายบอกเส้นทางหรือระยะทางไปหน่วยงานราชการต่าง ๆ ป้ายบอกเส้นทางไปยังถนนเส้นต่าง ๆ และใช้ในป้ายรณรงค์หรือเชิญชวนทำกิจกรรมต่าง ๆ ของภาครัฐหรือสาธารณะ ป้ายบอกข้อมูลกฎหรือระเบียบต่าง ๆ ในภาครัฐหรือสถานที่สาธารณะ ป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลหรือให้ความรู้เกี่ยวกับภาครัฐหรือสถานที่สาธารณะ เป็นต้น ด้านป้ายหนึ่งภาษาที่ใช้ภาษาอังกฤษ 2 ป้าย ใช้ในป้ายบอกหมายเลขโทรศัพท์ติดต่อสายด่วนนักท่องเที่ยวของหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และป้ายแจ้งห้ามบินโดรนบริเวณพื้นที่ของโบสถ์นักบุญอันนาหนองแสง ส่วนป้ายภาษาจีนพบหนึ่งป้าย คือป้ายชื่อศาลเจ้าของคนไทยเชื้อสายจีน

ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่วัดโอกาสและอยู่ในความดูแลของชาวชุมชนวัดโอกาสและหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดนครพนม

2) การใช้ป้ายหนึ่งของภาษาของภาคเอกชน ภาคเอกชนปรากฏป้ายหนึ่งภาษาทั้งหมด 242 ป้าย ส่วนใหญ่เป็นป้ายภาษาไทย รองลงมาคือป้ายภาษาอังกฤษ เช่น ป้ายชื่อบริษัท ป้ายชื่อห้างร้าน ป้ายชื่อโรงแรม ป้ายบอกรายละเอียดห้างร้าน/สินค้า/ช่องทางการติดต่อ ป้ายห้าม/เตือน/ชี้แจง เป็นต้น ส่วนป้ายภาษาญี่ปุ่นพบในภาคเอกชนเท่านั้น ซึ่งใช้ในป้ายชื่อร้านและรายละเอียดต่าง ๆ ในร้านอาหารญี่ปุ่นและร้านเครื่องดื่มสไตล์ญี่ปุ่นที่ตั้งอยู่เส้นริมฝั่งแม่น้ำโขง

1.2.2 การใช้ป้ายหลายภาษา

รูปแบบการใช้ป้ายหลายภาษาในป้ายสาธารณะจากบริเวณถนนริมฝั่งแม่น้ำโขงในเขตเทศบาลเมืองนครพนม มีจำนวน 250 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 40.92 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4 รูปแบบการใช้ป้ายหลายภาษา

ภาษา	จำนวน	ร้อยละ	ภาครัฐ	ภาคเอกชน
ไทย-อังกฤษ	225	90.00	94	131
ไทย-อังกฤษ-ลาว	13	5.20	13	0
ไทย-อังกฤษ-จีน	4	1.60	0	4
อังกฤษ-ญี่ปุ่น	3	1.20	0	3
ไทย-ญี่ปุ่น	1	0.40	0	1
ไทย-อังกฤษ-ญี่ปุ่น	1	0.40	0	1
ไทย-จีน	1	0.40	1	0
ไทย-เวียดนาม	1	0.40	1	0
ไทย-อังกฤษ-ลาว-เวียดนาม	1	0.40	1	0
รวม	250	100.00	110	140

จากตารางที่ 4 รูปแบบการใช้ป้ายหลายภาษาบริเวณถนนริมฝั่งแม่น้ำโขงในเขตเทศบาลเมืองนครพนม มีรายละเอียดการใช้ภาษาในป้ายของภาครัฐและภาคเอกชน ดังนี้

1) การใช้ป้ายหลายภาษาของภาครัฐ ภาครัฐมีป้ายหลายภาษารวมทั้งหมด 110 ป้าย จำนวน 5 รูปแบบเรียงตามความถี่สูงสุด ได้แก่ ป้ายภาษาไทย-อังกฤษ ใช้ในป้ายชื่อสถานที่/หน่วยงานในการควบคุมดูแลโดยรัฐ เช่น ป้ายชื่อบ้านพักข้าราชการ ด้านศุลกากร ด้านตรวจคนเข้าเมือง สถานีตำรวจ ป้ายบอกข้อมูล/ประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ของภาครัฐ เป็นต้น รองลงมาคือป้ายภาษาไทย-อังกฤษ-ลาว ใช้ในป้ายแนะนำเส้นทางไปสถานที่หน่วยงานราชการ ส่วนที่พบในภาครัฐเท่านั้นได้แก่ ป้ายภาษาไทย-จีน, ภาษาไทย-เวียดนาม ใช้ในป้ายชื่อศาลเจ้าคนไทยเชื้อสายจีนและป้ายชื่อหอนาฬิกา “ชาวเวียดนามอนุสรณ์คราวย้ายกลับปิตุภูมิ” และป้ายภาษาไทย-อังกฤษ-ลาว-เวียดนาม ใช้ในป้ายชื่อสถานีตำรวจภูธรจังหวัดนครพนม

2) การใช้ป้ายหลายภาษาของภาคเอกชน ภาคเอกชนมีป้ายหลายภาษารวมทั้งหมด 141 ป้าย จำนวน 5 รูปแบบเรียงตามความถี่สูงสุด ได้แก่ ป้ายภาษาไทย-อังกฤษ รูปแบบป้ายหลายภาษาที่พบในภาคเอกชนเท่านั้น ได้แก่ ภาษาไทย-อังกฤษ-จีน, ภาษาอังกฤษ-ญี่ปุ่น, ภาษาไทย-ญี่ปุ่น และภาษาไทย-อังกฤษ-ญี่ปุ่น ส่วนใหญ่ใช้ในป้ายชื่อบริษัท ป้ายชื่อห้างร้าน ป้ายชื่อโรงแรม และป้ายแสดงการต้อนรับ ป้ายแสดงข้อมูลหรือให้รายละเอียดเกี่ยวกับประเภทของร้าน/สินค้า/บริการและช่องทางการติดต่อ เป็นต้น

2. รูปแบบข้อความหลายภาษาที่ปรากฏในป้ายสาธารณะบริเวณถนนเส้นริมฝั่งแม่น้ำโขง
เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม

ในหัวข้อนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์รูปแบบข้อความหลายภาษาที่ใช้ในป้ายสาธารณะ
บริเวณถนนริมฝั่งแม่น้ำโขงในเขตเทศบาลเมืองนครพนม โดยแบ่งผลการวิเคราะห์หลักออกเป็น 2 ส่วน
ได้แก่ รูปแบบข้อความหลายภาษาในป้ายของภาครัฐ และรูปแบบข้อความหลายภาษาในป้ายของเอกชน
จากนั้นจะวิเคราะห์รูปแบบของข้อความหลายภาษาตามรูปแบบการแปล โดยแบ่งเป็น 3 รูปแบบ คือ
1) ป้ายหลายภาษาแบบแปลตรงตัว (Direct translation) 2) ป้ายหลายภาษาแบบแปลบางส่วน (Partial
translation) และ 3) ป้ายหลายภาษาแบบอิสระ (Free writing) โดยจะเรียงตามลำดับความถี่สูงสุด
ที่ปรากฏ ตามรายละเอียดดังนี้

2.1 รูปแบบข้อความหลายภาษาในป้ายของภาครัฐ

รูปแบบข้อความหลายภาษาในป้ายของภาครัฐ มีจำนวนทั้งสิ้น 110 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 44.00
ภาษาที่พบประกอบด้วย ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาลาว ภาษาจีน และภาษาเวียดนาม ดังนี้

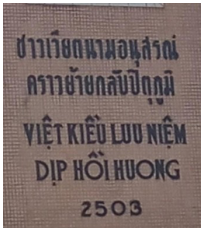
ตารางที่ 5 รูปแบบข้อความหลายภาษาในป้ายของภาครัฐ

ป้ายหลายภาษาของภาครัฐ	จำนวน	ร้อยละ	แปลตรงตัว	รูปแบบข้อความ แปลบางส่วน	แปลอิสระ
ไทย-อังกฤษ	94	85.45	63	25	6
ไทย-อังกฤษ-ลาว	13	11.82	13	0	0
ไทย-จีน	1	0.91	1	0	0
ไทย-เวียดนาม	1	0.91	1	0	0
ไทย-อังกฤษ-ลาว-เวียดนาม	1	0.91	0	1	0
รวม	110	100.00	78	26	6

จากตารางที่ 5 พบรูปแบบข้อความหลายภาษาแบบแปลตรงตัวมากที่สุด ทั้งในป้ายภาษา
ไทย-อังกฤษ, ภาษาไทย-อังกฤษ-ลาว, ภาษาไทย-จีน และป้ายภาษาไทย-เวียดนาม รองลงมาคือใช้แบบแปล
บางส่วน ซึ่งพบในป้ายภาษาไทย-อังกฤษ และป้ายภาษาไทย-อังกฤษ-ลาว-เวียดนาม ซึ่งเป็นป้ายสถานีตำรวจ
ส่วนแบบแปลอิสระพบน้อยที่สุด ซึ่งพบในป้ายภาษาไทย-อังกฤษเท่านั้น



ภาพที่ 2 ป้ายแบบแปลตรงตัว (ไทย-อังกฤษ-ลาว)
ที่มา: Aomthip Maleelai (2024)



ภาพที่ 3 ป้ายแบบแปลตรงตัว (ไทย-เวียดนาม)
ที่มา: Aomthip Maleelai (2024)



ภาพที่ 4 ป้ายแบบแปลตรงตัว (ไทย-จีน)
ที่มา: Aomthip Maleelai (2024)



ภาพที่ 5 ป้ายแบบแปลบางส่วน
(ไทย-อังกฤษ-เวียดนาม-ลาว)
ที่มา: Aomthip Maleelai (2024)

2.2 รูปแบบข้อความหลายภาษาในป้ายของภาคเอกชน

รูปแบบข้อความหลายภาษาในป้ายของภาคเอกชน มีจำนวนทั้งสิ้น 140 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 66.00 ภาษาที่พบประกอบด้วย ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาญี่ปุ่น โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 6 รูปแบบข้อความหลายภาษาในป้ายของภาคเอกชน

ป้ายหลายภาษาของภาคเอกชน	จำนวน	ร้อยละ	รูปแบบข้อความ		
			แปลตรงตัว	แปลบางส่วน	แปลอิสระ
ไทย-อังกฤษ	131	93.57	37	53	41
ไทย-อังกฤษ-จีน	4	2.857	2	0	2
อังกฤษ-ญี่ปุ่น	3	2.143	1	1	1
ไทย-ญี่ปุ่น	1	0.714	1	0	0
ไทย-อังกฤษ-ญี่ปุ่น	1	0.714	0	1	0
รวม	140	100	41	55	44

จากตารางที่ 6 พบรูปแบบข้อความหลายภาษาแบบแปลบางส่วนมากที่สุด ส่วนใหญ่การแปลบางส่วนใช้ในป้ายภาษาไทย-อังกฤษ และพบในป้ายภาษาอังกฤษ-ญี่ปุ่น และภาษาไทย-อังกฤษ-ญี่ปุ่น รูปแบบละ 1 ป้าย ซึ่งเป็นการแปลเฉพาะชื่อร้าน รองลงมาใช้แบบแปลอิสระ ใช้ในป้ายภาษาไทย-อังกฤษ, ภาษาไทย-อังกฤษ-จีน และภาษาอังกฤษ-ญี่ปุ่น เป็นการแปลรายละเอียดส่วนอื่น ๆ ของร้าน



ภาพที่ 6 ป้ายแบบแปลตรงตัว(ไทย-จีน-อังกฤษ)
ที่มา: Aomthip Maleelai (2024)



ภาพที่ 7 ป้ายแบบแปลตรงตัว (ไทย-ญี่ปุ่น)
ที่มา: Aomthip Maleelai (2024)



ภาพที่ 8 ป้ายแบบแปลบบางส่วน (ไทย-อังกฤษ-ญี่ปุ่น)
ที่มา: Aomthip Maleelai (2024)



ภาพที่ 9 ป้ายแบบแปลติสระ (ไทย-อังกฤษ)
ที่มา: Aomthip Maleelai (2024)



ภาพที่ 10 ป้ายแบบแปลติสระ (ไทย-อังกฤษ-จีน)
ที่มา: Aomthip Maleelai (2024)



ภาพที่ 11 ป้ายแบบแปลติสระ (อังกฤษ-ญี่ปุ่น)
ที่มา: Aomthip Maleelai (2024)

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษากาการใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะในเขตเทศบาลเมืองนครพนม สรุปและอภิปรายผล การวิเคราะห์ด้านการใช้ภาษาและด้านรูปแบบข้อความหลายภาษา ได้ดังนี้

1. การใช้ภาษาในป้ายสาธารณะบริเวณถนนเส้นริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม พบว่าด้านการใช้ภาษาปรากฏการใช้ป้ายภาษาไทยมากที่สุด รองลงมาคือ ภาษาลาว ภาษาญี่ปุ่น ภาษาจีน และภาษาเวียดนามตามลำดับ ด้านรูปแบบภาษาที่ปรากฏในป้ายสาธารณะ มีการใช้ป้ายหนึ่งภาษา ได้แก่ ป้ายภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาญี่ปุ่น โดยภาษาที่ใช้ในป้ายส่วนใหญ่คือภาษาไทย รองลงมาคือภาษาอังกฤษ ซึ่งจะเห็นว่าป้ายภาษาไทยเป็นภาษาหลักที่ใช้ในป้ายหนึ่งภาษาของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยในภาครัฐนั้นส่วนใหญ่ใช้สำหรับป้ายชื่อสถานที่ราชการต่าง ๆ และป้ายจราจร ส่วนภาคเอกชนใช้สำหรับป้ายชื่อร้านและป้ายให้ข้อมูลสินค้าและบริการในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน ด้านป้ายภาษาอังกฤษพบว่า ภาคเอกชนใช้ภาษาอังกฤษมากกว่าภาครัฐ ส่วนใหญ่ภาคเอกชนใช้ภาษาอังกฤษสำหรับป้ายชื่อร้านและป้ายประชาสัมพันธ์ ในขณะที่ภาครัฐใช้ภาษาอังกฤษเฉพาะในป้ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์เฉพาะทาง ด้านป้ายภาษาญี่ปุ่นพบในภาคเอกชนเท่านั้นซึ่งพบในร้านอาหารและธุรกิจที่มีการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมของญี่ปุ่น และป้ายภาษาจีนพบในภาครัฐซึ่งเป็นสถานที่ในความดูแลโดยภาครัฐและชุมชนท้องถิ่น

ด้านการใช้ป้ายหลายภาษา ปรากฏภาษาที่ใช้ในป้ายหลายภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาลาว ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น และภาษาเวียดนาม ป้ายหลายภาษาที่พบมากที่สุด ได้แก่ ป้ายภาษาไทย-อังกฤษ ซึ่งเป็นรูปแบบหลักที่ใช้ในป้ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยในภาครัฐนั้นส่วนใหญ่ใช้สำหรับป้ายจราจร/บอกเส้นทางมากที่สุด ส่วนภาคเอกชนใช้สำหรับป้ายชื่อร้านมากที่สุด รองลงมาคือป้ายให้ข้อมูลสินค้าและบริการ ด้านป้ายภาษาไทย-อังกฤษ-ลาว พบในภาครัฐเท่านั้น ซึ่งใช้สำหรับการบอกเส้นทางไปยังหน่วยงานราชการ เช่นเดียวกับป้ายภาษาไทย-จีน และภาษาไทย-เวียดนามที่พบในภาครัฐเท่านั้นซึ่งเป็นป้ายชื่อสถานที่สำคัญของคนไทยเชื้อสายจีนและเวียดนาม ส่วนป้ายหลายภาษาที่พบในภาคเอกชนเท่านั้นได้แก่ ป้ายภาษาไทย-อังกฤษ-จีน, อังกฤษ-ญี่ปุ่น และภาษาไทย-อังกฤษ-ญี่ปุ่น ซึ่งส่วนใหญ่ใช้เพื่อเป็นป้ายชื่อร้าน

การใช้ป้ายสาธารณะในเขตเทศบาลเมืองนครพนมมีลักษณะสอดคล้องกับงานวิจัยของ Landry & Bourhis (1997, pp. 27-28) ในด้านหน้าที่หลักของป้ายสาธารณะต่อการกำหนดรูปแบบของภูมิทัศน์ภาษาว่าเป็นตัวบ่งชี้อัตลักษณ์และความสัมพันธ์ทางภาษาของชุมชน ซึ่งภาษาที่ปรากฏในป้ายสาธารณะในเขตเทศบาลเมืองนครพนม ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น ภาษาจีน ภาษาลาว และภาษาเวียดนามแสดงถึง อัตลักษณ์ของชุมชนในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางด้านเชื้อชาติ ป้ายภาษาไทยเป็นภาษาหลักที่ใช้ในป้ายหนึ่งภาษาของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ภาครัฐได้เน้นการใช้ภาษาไทยเป็นหลักในการสื่อสารกับประชาชนในท้องถิ่น โดยมีการใช้ภาษาอังกฤษในบางกรณีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหรือกฎระเบียบที่ต้องแจ้งให้ชาวต่างชาติทราบ ด้านการใช้ภาษาลาวสัมพันธ์พื้นที่ของจังหวัดนครพนมที่อยู่ติดชายแดนประเทศลาวจึงมีการใช้ภาษาของเพื่อนบ้านในป้ายสาธารณะ ส่วนการใช้ภาษาจีนและภาษาเวียดนามสัมพันธ์กับความหลากหลายทางเชื้อชาติของคนในพื้นที่จังหวัดนครพนมที่มีชาวไทยเชื้อสายจีนและเวียดนามทำให้มีสถานที่สำคัญอันเป็นที่เคารพบูชาของชาวไทยเชื้อสายจีนและสัญลักษณ์เชื่อมความสัมพันธ์อันดีของชาวไทยเชื้อสายเวียดนาม ส่วนภาคเอกชน เน้นการใช้ภาษาไทยในการสื่อสารเชิงพาณิชย์ภายในท้องถิ่น แต่มี การใช้ภาษาอังกฤษและภาษาญี่ปุ่นสำหรับป้ายในร้านอาหาร โรงแรม และธุรกิจบริการ

ข้อค้นพบด้านความถี่ของการใช้ภาษาไทยที่พบมากที่สุด รองลงมาคือภาษาอังกฤษ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Anantawan & Buakaw (2022) และ Boonmalert (2023) ซึ่งมีปัจจัยจากการที่ภาษาไทยเป็นภาษาประจำชาติ ภาษาราชการและภาษากลางในการติดต่อสื่อสารของคนในพื้นที่ ส่วนภาษาอังกฤษแสดงถึงความเป็นสากล สะท้อนถึงความทันสมัย เพื่อสร้างความดึงดูดแก่ผู้พบเห็นในพื้นที่ดังกล่าว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Siwina (2020) ซึ่งศึกษาป้ายสาธารณะในพื้นที่ชายแดน พบว่าพื้นที่ชายแดนทุกแห่งใช้ป้ายหนึ่งภาษาที่เป็นภาษาประจำชาติมากที่สุด รองลงมาคือภาษาอังกฤษ ซึ่งการใช้ภาษาประจำชาติที่เด่นชัดเป็นเพราะทุกประเทศต้องการนำเสนออัตลักษณ์ของชาติผ่านป้ายสาธารณะ การใช้ภาษาอังกฤษในปริมาณมากเพราะพื้นที่ชายแดนมีความเป็นโลกาภิวัตน์และนานาชาติ ส่วนการใช้ป้ายภาษาจีนเพียงภาษาเดียวสอดคล้องกับ Boonmalert (2023) ในประเด็นของการใช้ภาษาจีนเพื่อแสดงความเป็นชาติเดียวกันในต่างพื้นที่ ซึ่งในพื้นที่ในเขตเทศบาลเมืองนครพนมพบเฉพาะในภาครัฐที่แสดงถึงชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตเทศบาลเมืองนครพนม แตกต่างจากป้ายภาษาจีนภาษาเดียวในงานวิจัยของ Boonmalert (2023) ซึ่งปรากฏในภาคเอกชนประเภทป้ายอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งแสดงถึงการลงทุนในธุรกิจข้ามชาติของชาวจีน ส่วนการใช้ป้ายภาษาญี่ปุ่นในพื้นที่ในเขตเทศบาลเมืองนครพนมที่พบเฉพาะในภาคเอกชนนั้นเป็นไปเพื่อการสร้างบรรยากาศจำลองของร้านค้าให้มีลักษณะเป็นร้านต้นตำรับในประเทศญี่ปุ่นซึ่งมุ่งสื่อสาร

แก่กลุ่มลูกค้าในพื้นที่และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่นิยมรับประทานอาหารญี่ปุ่นหรือชินชอปในอัตลักษณ์ญี่ปุ่น สะท้อนให้เห็นถึงการเกิดพลวัตกระบวนการกลายเป็นญี่ปุ่น (Japanization) ในสังคมไทย ดังที่ปรากฏในงานวิจัยของ Meemongkol (2021) ถึงความนิยมของชาวไทยที่มีต่อร้านอาหารญี่ปุ่นในบริเวณพื้นที่สุขุมวิท 63 (เอกมัย)

การใช้ป้ายหลายภาษา พบว่ามีการใช้ภาษาไทย-อังกฤษมากที่สุดในภาครัฐและเอกชน สอดคล้องกับผลการศึกษาด้านการใช้ป้ายหลายภาษาหลายเรื่อง เช่น งานวิจัยของ Siwina (2020), Meemongkol (2021), Hayeesani (2022) และ Anantawan & Buakaw (2022) เป็นต้น ซึ่งสรุปได้ว่าการใช้ภาษาอังกฤษในป้ายหลายภาษารูปแบบภาษาไทย-อังกฤษสะท้อนถึงการปรับตัวของสังคมให้ทันกับยุคโลกาภิวัตน์ที่ภาษาอังกฤษถูกใช้เป็นภาษากลางของโลก ด้วยการใช้ภาษาอังกฤษในป้ายสาธารณะทำให้เกิดความเป็นสากลและเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สถานที่และธุรกิจในท้องถิ่น โดยภาษาอังกฤษยังทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ของความเป็นนานาชาติและความทันสมัย ซึ่งช่วยยกระดับภาพลักษณ์และฐานะทางสังคมของผู้ใช้ ทั้งนี้ ค่านิยมที่สอดแทรกผ่านการใช้ภาษาอังกฤษในป้ายยังแสดงถึงความสำเร็จ ความสูงส่ง และการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมโลกที่มีความเชื่อมโยงในระดับสากล ทั้งนี้ สามารถพิจารณาได้ว่าอิทธิพลของภาษาอังกฤษที่เริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญในภูมิทัศน์ภาษาของไทย นับเป็นหลักฐานการคุมคามของภาษาอังกฤษต่อภาษาประจำชาติประการหนึ่ง

2. รูปแบบข้อความหลายภาษาที่ปรากฏในป้ายสาธารณะบริเวณถนนริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม ด้านรูปแบบข้อความหลายภาษาในป้ายหลายภาษาของภาครัฐ พบรูปแบบข้อความหลายภาษาแบบแปลตรงตัวมากที่สุด ทั้งในป้ายภาษาไทย-อังกฤษ, ภาษาไทย-อังกฤษ-ลาว, ภาษาไทย-จีน และป้ายภาษาไทย-เวียดนาม รองลงมาคือใช้แบบแปลบางส่วน ซึ่งพบในป้ายภาษาไทย-อังกฤษ และป้ายภาษาไทย-อังกฤษ-ลาว-เวียดนาม ซึ่งเป็นป้ายสถานีตำรวจ ส่วนแบบแปลอิสระพบน้อยที่สุด ซึ่งพบในป้ายภาษาไทย-อังกฤษเท่านั้น ส่วนด้านรูปแบบข้อความหลายภาษาในป้ายหลายภาษาในป้ายของภาคเอกชน พบรูปแบบข้อความหลายภาษาแบบแปลบางส่วนมากที่สุด ส่วนใหญ่การแปลบางส่วนใช้ในป้ายภาษาไทย-อังกฤษ และพบในป้ายภาษาอังกฤษ-ญี่ปุ่น และภาษาไทย-อังกฤษ-ญี่ปุ่น รูปแบบละ 1 ป้าย ซึ่งเป็นการแปลเฉพาะชื่อร้าน รองลงมาใช้แบบแปลอิสระ ใช้ในป้ายภาษาไทย-อังกฤษ, ภาษาไทย-อังกฤษ-จีน และภาษาอังกฤษ-ญี่ปุ่น เป็นการแปลรายละเอียดส่วนอื่น ๆ ของร้าน

จากการศึกษารูปแบบข้อความหลายภาษาบนป้ายสาธารณะบริเวณถนนริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม สัมพันธ์กับแนวคิดด้านหน้าที่หลักของป้ายสาธารณะ (Landry & Bourhis, 1997, pp. 25-29) คือ หน้าที่ให้ข้อมูลและหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ กล่าวคือ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษมักใช้เพื่อทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลด้านรายละเอียด การประชาสัมพันธ์ ข้อเสนอแนะ แนวปฏิบัติ หรือช่องทางการติดต่อ ส่วนภาษาลาว จีน ญี่ปุ่น และเวียดนามมีหน้าที่เชิงสัญลักษณ์เพื่อแสดงสัญลักษณ์ด้านอัตลักษณ์ของชุมชนในพื้นที่นั้น ๆ เช่น การใช้ภาษาลาวในป้ายบอกเส้นทางและป้ายสถานีตำรวจของหน่วยภาครัฐโดยใช้รูปแบบข้อความแบบแปลตรงตัวหรือแปลบางส่วนไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อการแปลความหมาย เนื่องจากชาวลาวสามารถอ่านและเข้าใจความหมายภาษาไทยได้ เช่นเดียวกับการแปลแบบตรงตัวในรูปแบบป้ายหลายภาษาที่ใช้ภาษาจีน และเวียดนามในป้ายของภาครัฐต่างทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์เพื่อแสดงถึงการให้ความสำคัญและความสำคัญต่อกลุ่มเชื้อชาติดังกล่าวในพื้นที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Siwina (2018) ซึ่งพบการแปลตรงตัวในป้ายส่วนใหญ่ของภาคเอกชนในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ งานวิจัยนี้ได้ชี้ให้เห็นถึงความหลากหลาย

ทางภาษา เช่น การใช้ภาษาไทย-อังกฤษ-ลาว และภาษาไทย-อังกฤษ-จีน โดยสะท้อนถึงการมีปฏิสัมพันธ์ข้ามพรมแดนและกลุ่มชาวไทยเชื้อสายจีนในพื้นที่ นอกจากนี้ การแปลข้อความที่ไม่ตรงกับต้นฉบับอย่างอิสระยังสะท้อนถึงการปรับใช้ภาษาตามความเหมาะสมในบริบทท้องถิ่น และความต้องการสื่อสารที่ตรงจุดกับกลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจ ส่วนการใช้ภาษาอังกฤษในภาครัฐและเอกชน และการใช้ภาษาญี่ปุ่นภาษาจีนในป้ายสาธารณะของภาคเอกชน ซึ่งพบการแปลหลายรูปแบบนั้น สะท้อนถึงการปรับตัวให้เข้ากับกระแสโลกาภิวัตน์และการเน้นความสากล เช่นเดียวกับงานวิจัยที่ศึกษาในพื้นที่อื่น ๆ เช่น งานของ Wangpusit (2012) ที่ศึกษาในสยามสแควร์ซึ่งพบการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อเสริมภาพลักษณ์ความเป็นนานาชาติ

ภูมิทัศน์ภาษาจากป้ายสาธารณะบริเวณถนนเส้นริมฝั่งแม่น้ำโขง เขตเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม จึงแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญของภาครัฐต่อความหลากหลายทางเชื้อชาติที่อยู่ในพื้นที่เทศบาลเมืองนครพนม ซึ่งสะท้อนถึงการมีปฏิสัมพันธ์และความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับประเทศลาว กลุ่มชาวไทยเชื้อสายจีนและเวียดนาม รวมถึงทั้งภาครัฐและเอกชนต่างปรับตัวให้เข้ากับกระแสโลกาภิวัตน์ ความทันสมัยและการเชื่อมโยงกับสังคมโลกและความต้องการสื่อสารที่ตรงจุดกับกลุ่มเป้าหมาย

References

- Anantawan, & Buakaw, S. (2022). A Linguistic Landscape Study of Tha Sadet Market, Nong Khai Province. *Humanities and Social Sciences Ubonratchathani University*, 13(1), 101-134. (In Thai)
- Ben-Rafael, E., Shohamy, E., Hasan Amara, M., & Trumper-Hecht, N. (2006). Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel. *International Journal of Multilingualism*, 3 (1), 7-30.
- Boonmalert, P. (2023). *The Linguistic Landscape of Signs with Names of Places in Chiang Mai Province* (Doctoral Dissertation). Mahasarakham University.
- Coulmas, F. (2009). Linguistic landscaping and the seed of the public sphere. In E. Shohamy, & Gorter, *Linguistic landscape: expounding the scenery* (pp. 13-24), New York: Routledge.
- Google. (2004). *Google Maps directions for driving from Nakhraj bicycle lane tunnel to Nakhon Phanom Highway District*. Retrieved from <https://shorturl.asia/YKkbf>
- Gorter, D. (2006). Further Possibilities for Linguistic Landscape Research. In G. Durk (Ed.), *Linguistic Landscape* (pp. 81-88). Bristol, Blue Ridge Summit: Multilingual Matters.

- Hayeesani, M. (2022). Linguistic Landscape on Coffee Shop Signboards of Multilingual Communities. **Journal of Social Sciences and Humanities Research in Asia**, 22(2), 67-81.
- Hayeesani, M. & Vongvivut, S. (2022). Multilingualism in Southern Border City: a Case Study of Linguistic Landscape of Commercial Shop Signs in Yala City, Yala Province, Thailand. **Parichart Journal**, 35(2), 184-201. (In Thai)
- Huebner, T. (2006). Bangkok's linguistic landscapes: Environmental print, codemixing and language change. **International Journal of Multilingualism**, 3(1), 31-51.
- Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality : An empirical study. **Journal of Language and Social Psychology**, 16(1), 23-49.
- Meemongkol, G. (2021). Linguistic Landscape of Soi Nananua and Soi Ekamai. **Humanities and Social Sciences Ubonratchathani University**, 12(1), 66-88. (In Thai)
- Prachachatturakit (Producer). (2024, 1 September 2024). **Ministry of Tourism pushes “Nakhon Phanom” as the main tourist city**. Promote the path of faith. (In Thai)
- Pramual, T. & Jitbanjong, D. (2023). Language Used in Business and Service Signs in the Business Areas, at Municipality of Khon Kaen: A Linguistic Landscape Study. **Humanities and Social Sciences Ubon Ratchathani University**, 19(2), 135-161. (In Thai)
- Puzey, G. (2016). **Linguistic Landscape**. The Oxford handbook of names and naming. Oxford: Oxford University Press.
- Siwina, P. (2018). **Linguistic Landscape in the Surin province**. Paper presented at the 7th CASNIC Academic Conference 2018.
- Siwina, P. (2020). **Multilinguistic Landscape in Thailand's border areas**. (Doctoral Dissertation). Chulalongkorn University. (In Thai)
- Shohana, E. and Gorter, D. (2009). **Linguistic Landscape: Expanding Scenery**. New York: Routledge.

- Spolsky, B. (2009X). Prolegomene to a sociolinguistic theory on public signage. In E. Shohamy, & D. Gorter, **Linguistic landscape: Expounding the scenery (pp. 25-39)**. New York: Routledge.Postgraduate.
- Strategy and Budget Division. (2021). **Local Development Plan (2023-2127): of Nakhon Phanom Municipality Mueang Nakhon Phanom District Nakhon Phanom Province**. Nakhon Phanom: Strategy and Budget Division. (In Thai)
- Wangpusit, K. (2012). **Busiess names in the area of Siam Square: A Linguistic Landscape study** (Master's thesis). Chulalongkorn University. (In Thai)

