



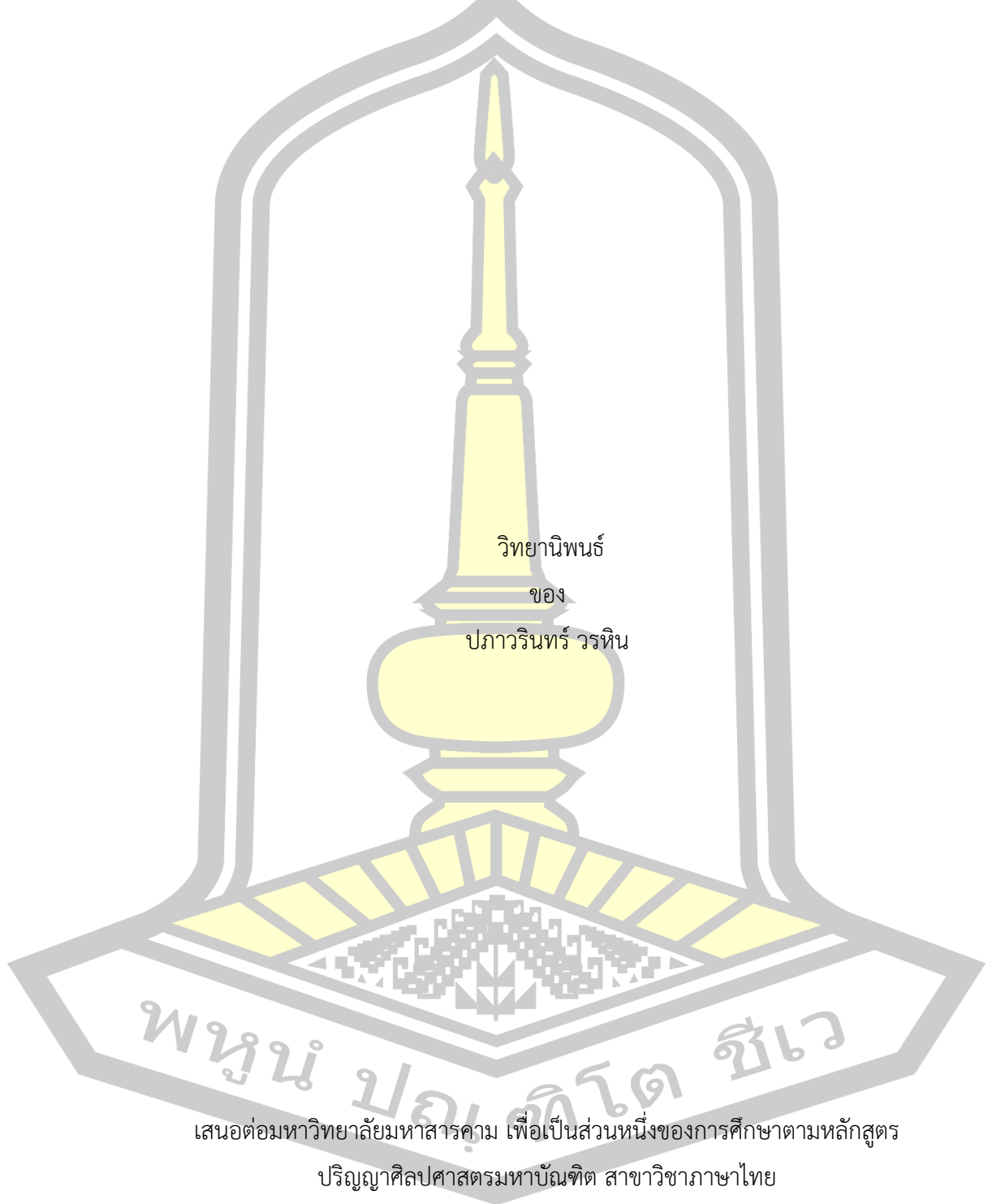
ป้ายสาธิตในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว: การศึกษาตาม
แนวภูมิทัศน์ภาษา

วิทยานิพนธ์
ของ
ปภาวรินทร์ วรหิณ

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย
พฤษภาคม 2568

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว: การศึกษาตาม
แนวภูมิทัศน์ภาษา

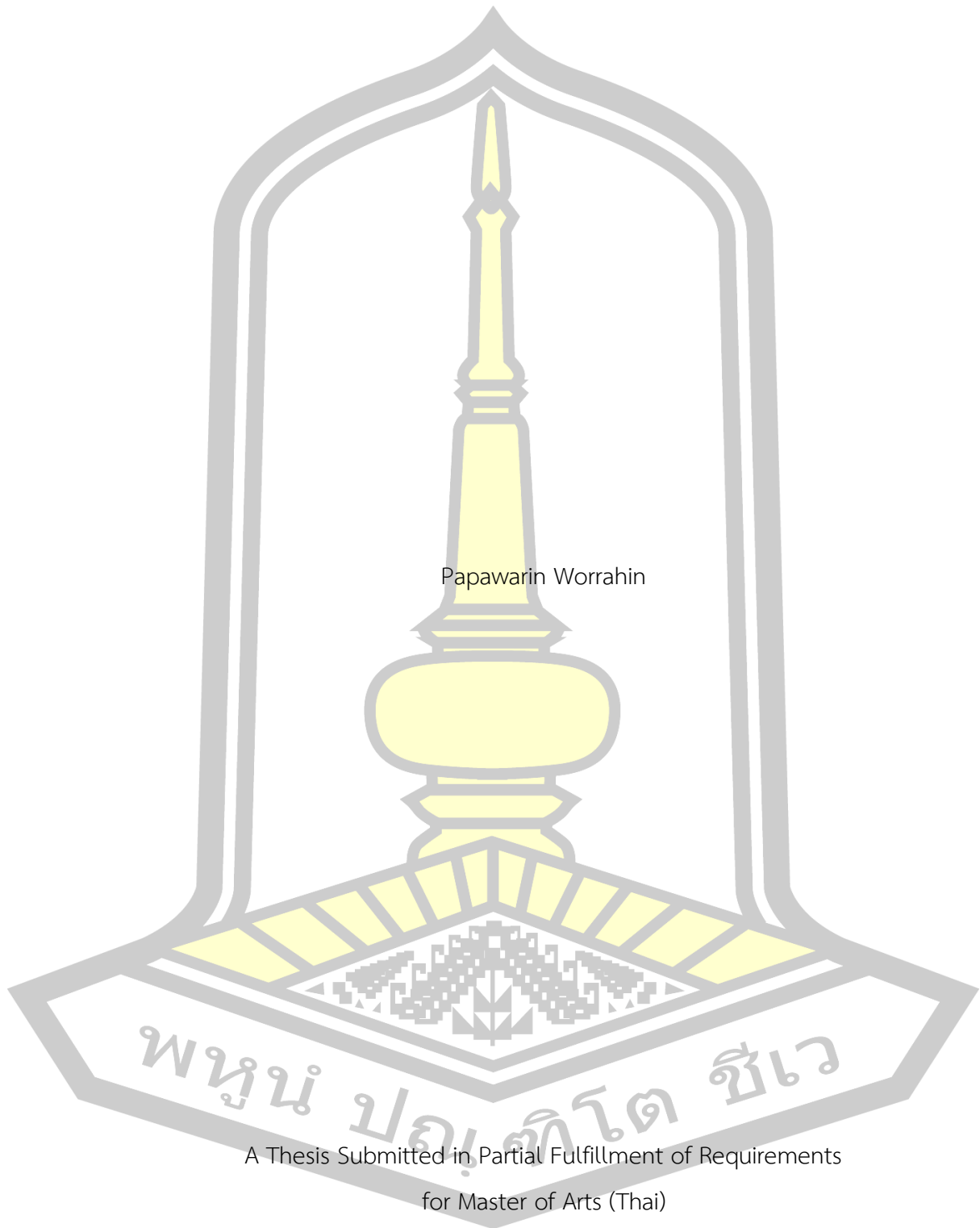


เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย

พฤษภาคม 2568

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Public signs in Pakse City Champasak Province, Laos: A study of Linguistic landscapes



Papawarin Worrahin

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements
for Master of Arts (Thai)

May 2025

Copyright of Mahasarakham University



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนางสาวภาวรินทร์ วรหิน
แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
ภาษาไทย ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ประธานกรรมการ

(ผศ. ดร. ศุภกิต บัวขาว)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผศ. ดร. ดุจฉัตร จิตบรรจง)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(ผศ. ดร. สมัย วรรณอุตร)

กรรมการ

(ผศ. ดร. ราชนัย นิลวรรณภา)

กรรมการ

(ผศ. ดร. กัลยา กุลสุวรรณ)

มหาวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

(รศ. ดร. นิตยา วรรณกิติร์)

(ผศ. ดร. พลเดช เขาวรัตน์)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	ป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว: การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ภาษา		
ผู้วิจัย	ปภาวรินทร์ วรหิน		
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดุจฉัตร จิตบรรจง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมัย วรรณอนุตร		
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต	สาขาวิชา	ภาษาไทย
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	ปีที่พิมพ์	2568

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภาษาและรูปแบบการเขียนบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ตามแนวคิดภูมิทัศน์ภาษาของ Landry & Bourhis (1997) โดยวิเคราะห์จากป้ายสาธารณะทั้งที่เป็นป้ายถาวรและชั่วคราวที่ภาครัฐและเอกชนทำขึ้น จำนวน 858 ป้าย ผลการศึกษาด้านการใช้ภาษา จำนวน 8 ภาษา โดยพบภาษาลาวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.17 การปรากฏของภาษา พบจำนวน 4 รูปแบบ โดยพบป้ายที่ใช้สองภาษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.23 ด้านรูปแบบการเขียน พบจำนวน 3 รูปแบบ โดยพบรูปแบบการถอดข้อความภาษาด้วยการแปลหรือทับศัพท์ข้อความบางข้อความมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.34 และด้านหน้าที่ของภาษา พบว่าภาษาบนป้ายสาธารณะทำหน้าที่ให้ข้อมูลความรู้และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงบทบาทของภาษาลาวในฐานะภาษาประจำชาติที่มีความสำคัญต่อการสื่อสารในพื้นที่ ขณะที่ภาษาอื่น ๆ มีบทบาทในด้านการท่องเที่ยวและการค้า อีกทั้งยังสะท้อนถึงการดำเนินนโยบายภาษาในพื้นที่ ซึ่งมีการส่งเสริมการใช้ภาษาลาวควบคู่กับการใช้ภาษาต่างประเทศในบริบทที่เหมาะสม ภูมิทัศน์ภาษาในนครปากเซจึงสะท้อนถึงการอยู่ร่วมกันของภาษาและวัฒนธรรมที่หลากหลาย และยังเป็นแสดงให้เห็นถึงการใช้อย่างสอดคล้องกับนโยบายภาษาและแนวทางการจัดการความหลากหลายทางภาษาและวัฒนธรรมในพื้นที่

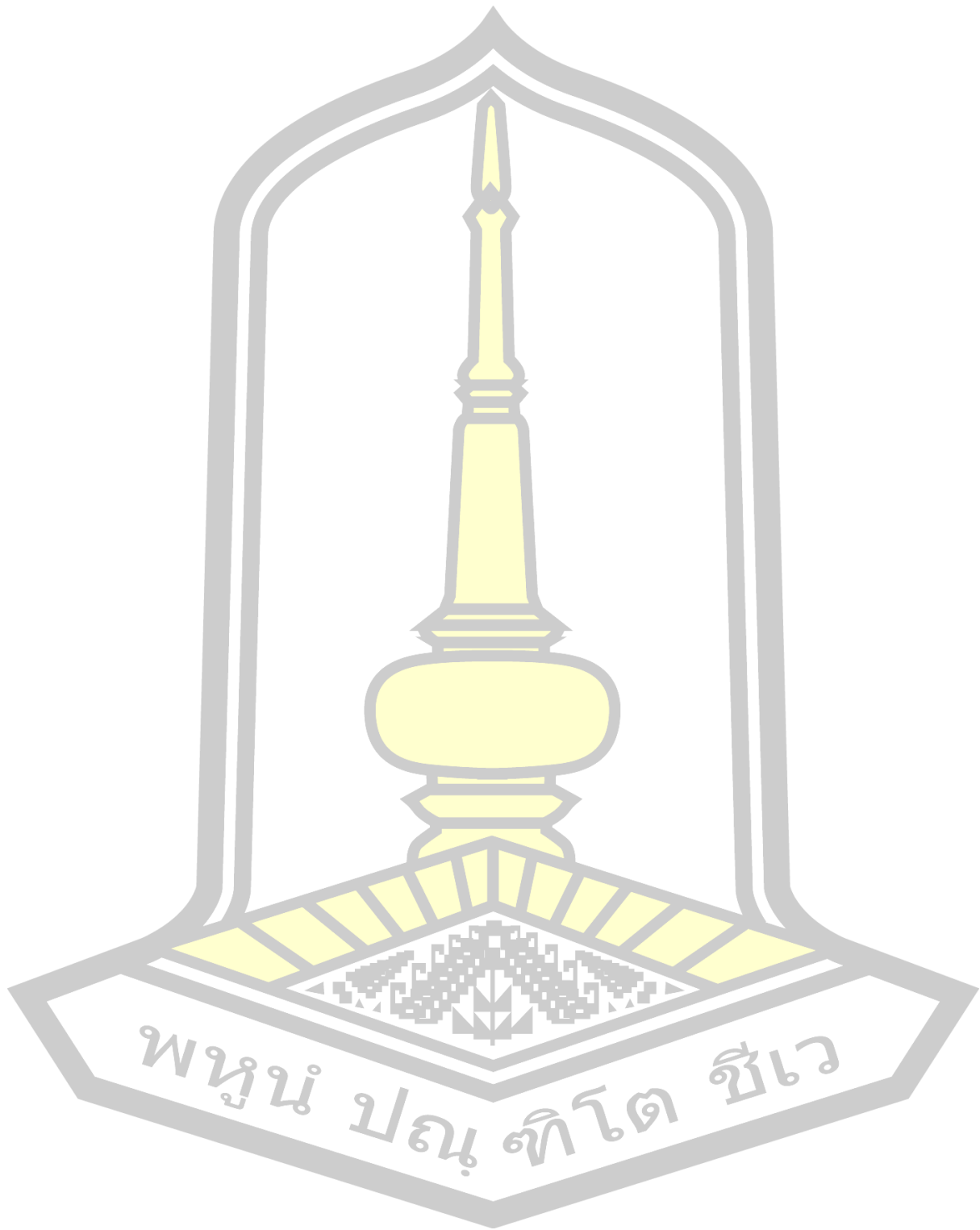
คำสำคัญ : ภูมิทัศน์ภาษา, ป้ายสาธารณะ, นครปากเซ, แขวงจำปาสัก

TITLE	Public signs in Pakse City Champasak Province, Laos: A study of Linguistic landscapes		
AUTHOR	Papawarin Worrahin		
ADVISORS	Assistant Professor Dutchat Jitbanjong , Ph.D. Assistant Professor Smai Wannaudorn , Ph.D.		
DEGREE	Master of Arts	MAJOR	Thai
UNIVERSITY	Maharakham University	YEAR	2025

ABSTRACT

This article aims to study language use and writing styles on public signs in Pakse City, Champasak Province, Lao People's Democratic Republic, based on the concept of linguistic landscape by Landry and Bourhis (1997). The study analyzes 858 public signs, including both permanent and temporary signs created by governmental and private sectors. The findings reveal the use of eight languages, with Lao being the most frequently used, accounting for 56.17%. Regarding language occurrence patterns, four types were identified, with bilingual signs being the most common at 57.23%. In terms of writing styles, three styles were found, with the most prevalent being partial translation or transliteration of certain texts, accounting for 47.34%. As for the functions of language, it was found that the languages on public signs serve both informational and symbolic functions. The study highlights the significant role of the Lao language as the national language essential for communication within the area, while other languages play roles in tourism and commerce. Additionally, the results reflect the implementation of language policies that promote the use of the Lao language alongside foreign languages in appropriate contexts. The linguistic landscape of Pakse City thus reflects the coexistence of diverse languages and cultures and demonstrates language use that aligns with language policy and approaches to managing linguistic and cultural diversity in the area.

Keyword : Linguistic landscape, Public signage, Pakse, Champasak Province



กิตติกรรมประกาศ

ข้าพเจ้านางสาวปภาวรินทร์ วรหิน นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย ขอแสดงความขอบคุณต่อผู้ที่มีส่วนร่วมในการทำวิจัยเรื่อง “ป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว: การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ภาษา” โดยงานวิจัยนี้เป็นผลมาจากความร่วมมือและการสนับสนุนจากหลายท่านซึ่งข้าพเจ้ารู้สึกซาบซึ้งใจอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดุจฉัตร จิตรบรรจง อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ที่ได้ให้ความรู้และความเข้าใจในทฤษฎีภูมิทัศน์ภาษา รวมถึงการลงพื้นที่เก็บและวิเคราะห์ข้อมูล พร้อมทั้งให้คำแนะนำงานวิจัยนี้ดำเนินไปได้ด้วยดี และขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมัย วรรณอุตร อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่ได้ให้คำปรึกษาในด้านภาษา สังคม และวัฒนธรรมลาว ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ข้อมูล ทำให้งานวิจัยนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาต่าง ๆ รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระ รุ่งธีระ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ราชันย์ นิลวรรณภา, อาจารย์ ดร.หนึ่งฤทัย จันทรคามิ, อาจารย์วันทนี นาศัยเงิน, อาจารย์เฉลิมศักดิ์ บุตรพวง, อาจารย์บุษบา ภูแก้วแก้ว และอาจารย์รัฐปกร พิภอ่อน ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและตรวจสอบการแปลภาษาของข้าพเจ้าอย่างละเอียด จนทำให้งานวิจัยครั้งนี้มีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ที่ได้ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยนี้ ซึ่งนับเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการศึกษาและพัฒนาการวิจัยครั้งนี้ นอกจากนี้ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่บัณฑิตศึกษา ที่ได้ให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ อย่างดี รวมถึงเพื่อนร่วมรุ่นที่ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นช่วยเหลือ และให้กำลังใจกันเสมอมา ซึ่งเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้งานวิจัยนี้ดำเนินไปได้ด้วยความราบรื่น

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณครอบครัวเป็นอย่างยิ่งที่มอบความรัก ความเข้าใจ และกำลังใจ ซึ่งเป็นแรงสนับสนุนสำคัญที่ทำให้ข้าพเจ้ามีความมุ่งมั่นและสามารถทำวิจัยนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

พูนุ ปณู ทิโต ชีเว

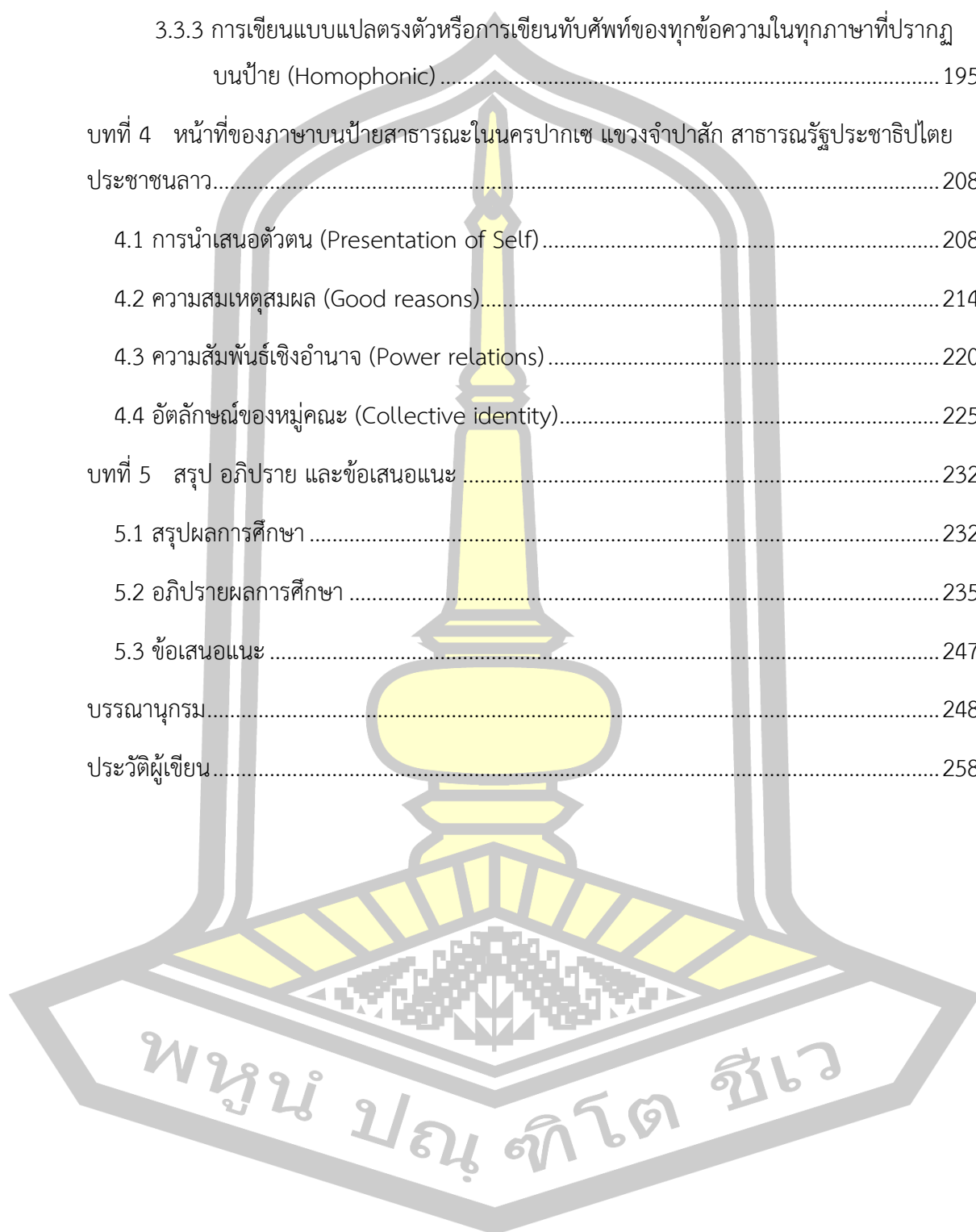
ปภาวรินทร์ วรหิน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ภูมิหลัง.....	1
1.2 คำถามของการวิจัย.....	6
1.3 ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	6
1.4 ความสำคัญของการวิจัย.....	6
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	7
1.6 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	8
1.7 กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	9
1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	11
1.9 ข้อตกลงเบื้องต้น.....	12
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	18
2.1 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับภูมิทัศน์ภาษา.....	18
2.1.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับภูมิทัศน์ภาษา.....	18
2.1.2 งานวิจัยที่เกี่ยวกับภูมิทัศน์ภาษา.....	29
2.2 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับภาษาและความหลากหลายของภาษา.....	39

2.3 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.....	46
2.3.1 สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.....	46
2.3.2 แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.....	54
2.3.3 นครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	56
บทที่ 3 การใช้ภาษา การปรากฏของภาษา และรูปแบบการเขียน บนป้ายสาธารณะ ในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	59
3.1 การใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว.....	59
3.1.1 ภาษาลาว	61
3.1.2 ภาษาอังกฤษ	67
3.1.3 ภาษาจีน.....	74
3.1.4 ภาษาเวียดนาม	80
3.1.5 ภาษาฝรั่งเศส.....	86
3.1.6 ภาษาไทย	90
3.1.7 ภาษาเกาหลี	92
3.1.8 ภาษาญี่ปุ่น	95
3.2 การปรากฏของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว.....	97
3.2.1 ป้ายที่ใช้สองภาษา	100
3.2.2 ป้ายที่ใช้หนึ่งภาษา.....	124
3.2.3 ป้ายที่ใช้สามภาษา.....	149
3.2.4 ป้ายที่ใช้สี่ภาษา	167
3.3 รูปแบบการเขียนบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว.....	174
3.3.1 การเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน (Mixed).....	175

3.3.2 การเขียนข้อความที่แต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน (Polyphonic).....	187
3.3.3 การเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏ บนป้าย (Homophonic)	195
บทที่ 4 หน้าที่ของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว.....	208
4.1 การนำเสนอตัวตน (Presentation of Self).....	208
4.2 ความสมเหตุสมผล (Good reasons).....	214
4.3 ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (Power relations).....	220
4.4 อัตลักษณ์ของหมู่คณะ (Collective identity).....	225
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	232
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	232
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	235
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	247
บรรณานุกรม.....	248
ประวัติผู้เขียน.....	258



สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 ขอบเขตของงานวิจัยด้านข้อมูล	7
ตาราง 2 ขอบเขตของการวิจัยด้านพื้นที่.....	7
ตาราง 3 ตัวอย่างการจัดเรียงข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล	9
ตาราง 4 สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติดำเนินทางมาสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.....	51
ตาราง 5 การใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.....	59
ตาราง 6 การใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะแต่ละประเภทในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.....	60
ตาราง 7 การปรากฏของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.....	97
ตาราง 8 การปรากฏของภาษาบนป้ายสาธารณะแต่ละประเภทในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	97
ตาราง 9 รูปแบบการเขียนบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.....	174
ตาราง 10 รูปแบบการเขียนบนป้ายสาธารณะแต่ละประเภทในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.....	175

พหุ ประถมศึกษา

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 ตัวอย่างป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในนครปากเซ	5
ภาพประกอบ 2 แผนที่แสดงขอบเขตของการวิจัยด้านพื้นที่	8
ภาพประกอบ 3 กรอบแนวคิดการวิจัย	11
ภาพประกอบ 4 แผนที่สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	47
ภาพประกอบ 5 แผนที่แขวงจำปาสัก	54
ภาพประกอบ 6 แผนที่นครปากเซ.....	57
ภาพประกอบ 7 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาลาว	61
ภาพประกอบ 8 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาลาว	61
ภาพประกอบ 9 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาลาว	62
ภาพประกอบ 10 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาลาว	62
ภาพประกอบ 11 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาลาว	63
ภาพประกอบ 12 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาลาว	63
ภาพประกอบ 13 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาลาว	64
ภาพประกอบ 14 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาลาว.....	64
ภาพประกอบ 15 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาลาว.....	65
ภาพประกอบ 16 ป้ายบอกทางที่ใช้ภาษาลาว	65
ภาพประกอบ 17 ป้ายบอกทางที่ใช้ภาษาลาว	66
ภาพประกอบ 18 ป้ายบอกทางที่ใช้ภาษาลาว	66
ภาพประกอบ 19 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาอังกฤษ	67
ภาพประกอบ 20 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาอังกฤษ	68
ภาพประกอบ 21 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาอังกฤษ	68

ภาพประกอบ 22	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาอังกฤษ	68
ภาพประกอบ 23	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาอังกฤษ	69
ภาพประกอบ 24	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาอังกฤษ	70
ภาพประกอบ 25	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาอังกฤษ.....	70
ภาพประกอบ 26	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาอังกฤษ.....	71
ภาพประกอบ 27	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาอังกฤษ.....	71
ภาพประกอบ 28	ป้ายบอกทางที่ใช้ภาษาอังกฤษ	72
ภาพประกอบ 29	ป้ายบอกทางที่ใช้ภาษาอังกฤษ	72
ภาพประกอบ 30	ป้ายบอกทางที่ใช้ภาษาอังกฤษ	73
ภาพประกอบ 31	ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาจีน.....	74
ภาพประกอบ 32	ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาจีน.....	75
ภาพประกอบ 33	ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาจีน.....	75
ภาพประกอบ 34	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาจีน	76
ภาพประกอบ 35	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาจีน	76
ภาพประกอบ 36	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาจีน	77
ภาพประกอบ 37	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาจีน	77
ภาพประกอบ 38	ป้ายบอกทางที่ใช้ภาษาจีน	78
ภาพประกอบ 39	ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาเวียดนาม.....	80
ภาพประกอบ 40	ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาเวียดนาม.....	81
ภาพประกอบ 41	ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาเวียดนาม.....	82
ภาพประกอบ 42	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาเวียดนาม	82
ภาพประกอบ 43	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาเวียดนาม	83
ภาพประกอบ 44	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาเวียดนาม	83
ภาพประกอบ 45	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาเวียดนาม	84

ภาพประกอบ 46	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาเวียดนาม	84
ภาพประกอบ 47	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาเวียดนาม	85
ภาพประกอบ 48	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาฝรั่งเศส	86
ภาพประกอบ 49	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาฝรั่งเศส	87
ภาพประกอบ 50	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาฝรั่งเศส	87
ภาพประกอบ 51	ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาฝรั่งเศส.....	88
ภาพประกอบ 52	ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาฝรั่งเศส.....	88
ภาพประกอบ 53	ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาฝรั่งเศส.....	89
ภาพประกอบ 54	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาไทย	90
ภาพประกอบ 55	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาไทย	91
ภาพประกอบ 56	ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาไทย	91
ภาพประกอบ 57	ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาเกาหลี	93
ภาพประกอบ 58	ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาเกาหลี	93
ภาพประกอบ 59	ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาเกาหลี	94
ภาพประกอบ 60	ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาญี่ปุ่น	95
ภาพประกอบ 61	แผนภูมิแสดงความถี่การใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	96
ภาพประกอบ 62	ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา	100
ภาพประกอบ 63	ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา	100
ภาพประกอบ 64	ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา	101
ภาพประกอบ 65	ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา	101
ภาพประกอบ 66	ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา	102
ภาพประกอบ 67	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สองภาษา	102
ภาพประกอบ 68	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สองภาษา	103

ภาพประกอบ 69	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สองภาษา	104
ภาพประกอบ 70	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา.....	104
ภาพประกอบ 71	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา.....	105
ภาพประกอบ 72	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา.....	105
ภาพประกอบ 73	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา.....	106
ภาพประกอบ 74	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา.....	106
ภาพประกอบ 75	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา.....	107
ภาพประกอบ 76	ป้ายบอกทางที่ใช้สองภาษา	107
ภาพประกอบ 77	ป้ายบอกทางที่ใช้สองภาษา.....	108
ภาพประกอบ 78	ป้ายบอกทางที่ใช้สองภาษา	108
ภาพประกอบ 79	ป้ายบอกทางที่ใช้สองภาษา	109
ภาพประกอบ 80	ป้ายบอกทางที่ใช้สองภาษา	109
ภาพประกอบ 81	ป้ายบอกทางที่ใช้สองภาษา.....	110
ภาพประกอบ 82	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา.....	111
ภาพประกอบ 83	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา.....	111
ภาพประกอบ 84	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา.....	112
ภาพประกอบ 85	ป้ายร้านอาหารที่ใช้สองภาษา.....	112
ภาพประกอบ 86	ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา.....	113
ภาพประกอบ 87	ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา.....	114
ภาพประกอบ 88	ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา.....	115
ภาพประกอบ 89	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา.....	115
ภาพประกอบ 90	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา.....	116
ภาพประกอบ 91	ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา	117
ภาพประกอบ 92	ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา	117

ภาพประกอบ 141	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้หนึ่งภาษา.....	147
ภาพประกอบ 142	ป้ายร้านค้าที่ใช้หนึ่งภาษา.....	147
ภาพประกอบ 143	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้หนึ่งภาษา.....	148
ภาพประกอบ 144	ป้ายร้านค้าที่ใช้สามภาษา.....	149
ภาพประกอบ 145	ป้ายร้านค้าที่ใช้สามภาษา.....	149
ภาพประกอบ 146	ป้ายร้านค้าที่ใช้สามภาษา.....	150
ภาพประกอบ 147	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สามภาษา.....	151
ภาพประกอบ 148	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สามภาษา.....	151
ภาพประกอบ 149	ป้ายร้านค้าที่ใช้สามภาษา.....	153
ภาพประกอบ 150	ป้ายร้านค้าที่ใช้สามภาษา.....	153
ภาพประกอบ 151	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สามภาษา.....	154
ภาพประกอบ 152	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สามภาษา.....	155
ภาพประกอบ 153	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สามภาษา.....	156
ภาพประกอบ 154	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สามภาษา.....	157
ภาพประกอบ 155	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สามภาษา.....	158
ภาพประกอบ 156	ป้ายบอกทางที่ใช้สามภาษา.....	158
ภาพประกอบ 157	ป้ายร้านค้าที่ใช้สามภาษา.....	160
ภาพประกอบ 158	ป้ายร้านค้าที่ใช้สามภาษา.....	160
ภาพประกอบ 159	ป้ายร้านค้าที่ใช้สามภาษา.....	161
ภาพประกอบ 160	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สามภาษา.....	162
ภาพประกอบ 161	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สามภาษา.....	163
ภาพประกอบ 162	ป้ายร้านค้าที่ใช้สามภาษา.....	163
ภาพประกอบ 163	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สามภาษา.....	164
ภาพประกอบ 164	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สามภาษา.....	165

ภาพประกอบ 165	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สามภาษา.....	166
ภาพประกอบ 166	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สี่ภาษา.....	167
ภาพประกอบ 167	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สี่ภาษา.....	168
ภาพประกอบ 168	ป้ายร้านค้าที่ใช้สี่ภาษา.....	168
ภาพประกอบ 169	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สี่ภาษา.....	170
ภาพประกอบ 170	แผนภูมิแสดงการปรากฏของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.....	171
ภาพประกอบ 171	แผนภูมิแสดงการใช้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายที่ใช้สองภาษาบนป้ายสาธารณะ ในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.....	172
ภาพประกอบ 172	แผนภูมิแสดงการใช้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายที่ใช้หนึ่งภาษาบนป้ายสาธารณะ ในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.....	173
ภาพประกอบ 173	แผนภูมิแสดงการใช้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายที่ใช้สามภาษาบนป้ายสาธารณะ ในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.....	173
ภาพประกอบ 174	แผนภูมิแสดงการใช้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายที่ใช้สี่ภาษาบนป้ายสาธารณะ ในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.....	174
ภาพประกอบ 175	ป้ายร้านค้าที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน.....	176
ภาพประกอบ 176	ป้ายร้านค้าที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน.....	177
ภาพประกอบ 177	ป้ายร้านค้าที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน.....	178
ภาพประกอบ 178	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน.....	179
ภาพประกอบ 179	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน.....	179
ภาพประกอบ 180	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน.....	180
ภาพประกอบ 181	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน.....	181

ภาพประกอบ 182	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ ข้อความบางส่วน.....	182
ภาพประกอบ 183	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ ข้อความบางส่วน.....	183
ภาพประกอบ 184	ป้ายบอกทางที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน..	184
ภาพประกอบ 185	ป้ายบอกทางที่เขียนรูปแบบการถอดข้อความด้วยการแปลหรือการทับศัพท์ ข้อความบางข้อความ.....	185
ภาพประกอบ 186	ป้ายร้านค้าที่เขียนข้อความแต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน	187
ภาพประกอบ 187	ป้ายร้านค้าที่เขียนข้อความแต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน	188
ภาพประกอบ 188	ป้ายร้านค้าที่เขียนข้อความแต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน	189
ภาพประกอบ 189	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เขียนข้อความแต่ละภาษา มีความหมายแตกต่าง กัน.....	189
ภาพประกอบ 190	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เขียนข้อความแต่ละภาษา มีความหมายแตกต่าง กัน.....	190
ภาพประกอบ 191	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เขียนข้อความแต่ละภาษา มีความหมายแตกต่าง กัน.....	191
ภาพประกอบ 192	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่เขียนข้อความแต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน	192
ภาพประกอบ 193	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่เขียนข้อความแต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน	193
ภาพประกอบ 194	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่เขียนข้อความแต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน	194
ภาพประกอบ 195	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ ของทุก ข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย	195
ภาพประกอบ 196	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ ของทุก ข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย	196

ภาพประกอบ 197 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย	197
ภาพประกอบ 198 ป้ายร้านค้าที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย.....	197
ภาพประกอบ 199 ป้ายร้านค้าที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย.....	198
ภาพประกอบ 200 ป้ายร้านค้าที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย.....	199
ภาพประกอบ 201 ป้ายบอกทางที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย.....	199
ภาพประกอบ 202 ป้ายบอกทางที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย.....	200
ภาพประกอบ 203 ป้ายบอกทางที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย.....	201
ภาพประกอบ 204 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย	201
ภาพประกอบ 205 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย	202
ภาพประกอบ 206 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย	203
ภาพประกอบ 207 แผนภูมิแสดงรูปแบบการเขียนบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	205
ภาพประกอบ 208 แผนภูมิแสดงป้ายที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน (Mixed)	206
ภาพประกอบ 209 แผนภูมิแสดงป้ายที่เขียนข้อความแต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน (Polyphonic).....	206

ภาพประกอบ 210	แผนภูมิแสดงป้ายที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความ ในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย (Homophonic).....	207
ภาพประกอบ 211	ป้ายร้านค้าที่สะท้อนการนำเสนอตัวตน.....	209
ภาพประกอบ 212	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่สะท้อนการนำเสนอตัวตน	210
ภาพประกอบ 213	ป้ายร้านค้าที่สะท้อนการนำเสนอตัวตน.....	211
ภาพประกอบ 214	ป้ายร้านค้าที่สะท้อนการนำเสนอตัวตน.....	212
ภาพประกอบ 215	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่สะท้อนการนำเสนอตัวตน	213
ภาพประกอบ 216	ป้ายร้านค้าที่สะท้อนการนำเสนอตัวตน.....	213
ภาพประกอบ 217	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่สะท้อนความสมเหตุสมผล.....	215
ภาพประกอบ 218	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่สะท้อนความสมเหตุสมผล.....	216
ภาพประกอบ 219	ป้ายร้านค้าที่สะท้อนความสมเหตุสมผล	217
ภาพประกอบ 220	ป้ายร้านค้าที่สะท้อนความสมเหตุสมผล	218
ภาพประกอบ 221	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่สะท้อนความสมเหตุสมผล.....	219
ภาพประกอบ 222	ป้ายร้านค้าที่สะท้อนความสมเหตุสมผล	219
ภาพประกอบ 223	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ	221
ภาพประกอบ 224	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ.....	222
ภาพประกอบ 225	ป้ายร้านค้าที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ	222
ภาพประกอบ 226	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ.....	223
ภาพประกอบ 227	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ.....	224
ภาพประกอบ 228	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ.....	224
ภาพประกอบ 229	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของหมู่คณะ	226
ภาพประกอบ 230	ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่สะท้อนอัตลักษณ์ของหมู่คณะ	226
ภาพประกอบ 231	ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของหมู่คณะ	227
ภาพประกอบ 232	ป้ายร้านค้าที่สะท้อนอัตลักษณ์ของหมู่คณะ.....	228

ภาพประกอบ 233 ป้ายร้านค้าที่สะท้อนอัตลักษณ์ของหมู่คณะ..... 229

ภาพประกอบ 234 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของหมู่คณะ 229

ภาพประกอบ 235 นโยบายว่าด้วยป้ายของรัฐบาลลาว 235

ภาพประกอบ 236 นโยบายของประธานประเทศเกี่ยวกับกฎหมายว่าด้วยป้าย 241



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ภูมิหลัง

สังคมในปัจจุบันนี้ได้มีการเปิดรับทั้งภาษาและวัฒนธรรมเข้ามาอย่างไม่จำกัด โดยที่คนในสังคมอาจจะรับส่งภาษาและวัฒนธรรมต่าง ๆ เข้ามาด้วยความตั้งใจและไม่ตั้งใจ ภายใต้บริบทที่เรียกว่า “กระแสโลกาภิวัตน์” ที่เป็นเสมือนสื่อกลางที่เชื่อมโยงผู้คนให้เข้าถึงภาษา วัฒนธรรม และเทคโนโลยีต่าง ๆ ซึ่งเป็นเสมือนเครื่องมือในการสร้างสรรค์โอกาสให้กับคนในสังคมที่ต้องการจะติดต่อสื่อสารกัน นอกจากนี้ กระแสโลกาภิวัตน์ยังได้เชื่อมโยงภาษา วัฒนธรรม และเศรษฐกิจการค้าเข้าไว้ด้วยกันอย่างแนบแน่น ทำให้การดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศไม่ได้นำมาเพียงสินค้าและบริการเท่านั้น แต่ยังนำภาษาและวัฒนธรรมต่าง ๆ เข้ามาพร้อมกันด้วย (Mufwene, 2010) จากสถานการณ์ดังกล่าว ก่อให้เกิดสังคมพหุภาษาและพหุวัฒนธรรมในหลายพื้นที่ ส่งผลให้นักวิชาการมีความสนใจศึกษาภาษาในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางภาษาและวัฒนธรรม จนเกิดแนวคิดทฤษฎีที่เรียกว่า “ภูมิทัศน์ภาษา” (Linguistic landscape)

ภูมิทัศน์ภาษา เป็นสาขาวิชาภาษาศาสตร์สังคมสาขาหนึ่ง เป็นกระบวนการทัศน์หรือแนวทางการศึกษาภาษาบนแผ่นป้ายในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาสังคมพหุภาษา พหุวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี เพราะการใช้แผ่นป้ายภาษานานาภาษานั้นเกี่ยวข้องกับสัมพันธภาพกับความหลากหลายทางภาษา (Cenoz & Gorter, 2006) โดยความหลากหลายทางภาษา (linguistic diversity) ที่ปรากฏให้เห็นบนแผ่นป้ายในพื้นที่สาธารณะนั้น เป็นหลักฐานที่แสดงปรากฏการณ์และความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในสังคมของแต่ละพื้นที่นั้น ๆ และอธิบายภาวะพหุภาษา พหุวัฒนธรรม ซึ่งเป็นลักษณะของสังคมโลกปัจจุบันที่เพิ่มมากขึ้น และภูมิทัศน์ภาษาผ่านตัวอักษรบนแผ่นป้ายนี้เอง ที่แสดงให้เห็นปรากฏการณ์บางอย่างอันเนื่องมาจากการสัมผัสภาษา (language contact) โดยเฉพาะการปนภาษา (language mixing) นอกจากนี้ ภูมิทัศน์ภาษายังทำให้เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งที่มีคุณค่าต่อสถานการณ์ภาษาในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง นโยบายภาษา ทัศนคติด้านภาษา และความสัมพันธเชิงอำนาจระหว่างกลุ่มภาษาต่าง ๆ ชีวิตสังคมจึงได้เกิดขึ้นท่ามกลางแผ่นป้ายหลากหลายภาษาที่มีผู้สร้างสรรค์สร้างออกมาเป็นภาพทิวทัศน์ประกอบอยู่ตามสองข้างถนน สวนสาธารณะ และอาคารต่าง ๆ ทัศนียภาพที่เกิดจากแผ่นป้ายทั้งหลายนี้ยังบรรจุไว้ซึ่งนัยสำคัญเชิงสัญลักษณ์ทางสังคม ภูมิทัศน์ภาษาจึงทำหน้าที่เป็นตัวแทนการตกแต่งชีวิตสังคม และด้วยนัยความหมายเช่นนี้

Ben-Rafael et al. (2006) จึงกล่าวว่าองค์ประกอบของภูมิภาคภาษาอาจเกี่ยวข้องกับการสร้างพื้นที่สาธารณะในเชิงสัญลักษณ์ก็เป็นได้ (ภัทรนิษฐ์ ศรีจอมทอง, 2559)

นิยามของภูมิภาคภาษาที่ได้รับการยอมรับและนำไปใช้อ้างอิงอย่างกว้างขวางคือนิยามที่บัญญัติโดย Landry and Bourhis ในปี 1997 ที่กล่าวว่า “ภาษาของแผ่นป้ายตามท้องถนน สาธารณะ ป้ายโฆษณา ป้ายชื่อถนน ป้ายชื่อสถานที่ ป้ายชื่อร้านค้า และป้ายตามสถานที่ราชการ ในที่สาธารณะต่าง ๆ ทั้งหมดประกอบกันเป็นภูมิภาคภาษาของท้องที่ ภูมิภาค หรือตัวเมือง อย่างใดอย่างหนึ่ง” (ภัทรนิษฐ์ ศรีจอมทอง, 2559) นอกจากนี้ Landry and Bourhis (1997) ยังกล่าวไว้ว่า การศึกษาภูมิภาคภาษาเป็นการศึกษาภาษาที่ใช้ในการสื่อสารและเป็นการศึกษาภาษา ซึ่งเป็นตัวแทนที่แสดงถึงภูมิหลังที่เกี่ยวกับโลกาภิวัตน์ เอกลักษณ์ และวัฒนธรรม รวมไปถึงการเจริญเติบโต การปรากฏตัวของภาษาอังกฤษ และการฟื้นฟูของภาษาของกลุ่มชนต่าง ๆ ที่ใช้ติดต่อสื่อสารของ กลุ่มคนในสังคมในพื้นที่หนึ่ง ๆ อีกด้วย

ด้าน Cenoz and Gorter (2006, อ้างถึงใน ภัทรนิษฐ์ ศรีจอมทอง, 2559) ได้สนับสนุนการอธิบายเรื่องบทบาทหน้าที่ของภูมิภาคภาษาที่เสนอไว้โดย Landry and Bourhis ในปี 1997 ไว้ว่า ภูมิภาคภาษา มีบทบาทหน้าที่ 2 ประการ ได้แก่ หน้าที่ในการให้ข้อมูลความรู้ (informational function) และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic function) กล่าวคือ ภูมิภาคภาษา ให้ความรู้ว่ามีภาษาใดบ้างที่ใช้ในการสื่อสารตามพื้นที่ในชุมชน อาทิ ตามย่านการค้าและสถานที่ด้านธุรกิจต่าง ๆ ภาษาเหล่านั้นมีจำนวนเท่าไร ให้ความรู้เกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของแผ่นป้ายทวิภาษา (bilingual signs) และแผ่นป้ายพหุภาษา (multilingual signs) ตลอดจนสะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (power relations) ของกลุ่มคนที่เป็นคนกลุ่มใหญ่กว่ากับกลุ่มคนกลุ่มด้อยกว่า โดยสังเกตได้จากการใช้ภาษาต่าง ๆ บนแผ่นป้ายในเชิงเปรียบเทียบ และภูมิภาคภาษา แสดงสัญลักษณ์บางประการ เนื่องจากภาษาที่ใช้บนแผ่นป้ายแสดงมิติหรือลักษณะที่โดดเด่นของกลุ่มคนที่ใช้ภาษานั้น ๆ นับได้ว่าพื้นที่สาธารณะเป็นพื้นที่ที่มีการสร้างสัญลักษณ์บางอย่างขึ้นมาแสดงให้สาธารณชนได้ประจักษ์แก่สายตาอย่างชัดเจน

แนวคิดทฤษฎีภูมิภาคภาษาจึงเป็นการศึกษาภาษาที่สัมพันธ์กับสังคม ช่วยแสดงให้เห็นถึงการใช้ภาษาในการสื่อสารของคนในสังคมที่ปรากฏในพื้นที่หนึ่ง ๆ ภาษาที่ใช้สื่อสารในสังคม แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของกลุ่มคนไม่ว่าจะเป็นความแตกต่างทางฐานะ บทบาท หรือสถานภาพของกลุ่มคนในพื้นที่นั้น อีกทั้งแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจต่อสถานการณ์ทางภาษาที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่ที่เป็นขอบเขตของการศึกษา Cenoz and Durk (2009, อ้างถึงใน พุทธชาติ ลิ้มศิริเรืองโร, 2565)

การศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในต่างประเทศและในประเทศไทยเน้นการศึกษาในแหล่งชุมชน แหล่งท่องเที่ยว แหล่งธุรกิจการค้า และเขตชายแดน ซึ่งล้วนเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางภาษามีนักวิชาการไทยหลายท่านสนใจศึกษาภูมิทัศน์ภาษา เช่น สิริฉัตร พิภูลทอง (2554) ศึกษาป้ายพาณิชย์ของสถานประกอบการในย่านถนนพระอาทิตย์ กรุงเทพมหานคร, กฤตพล วังภูสิต (2555) ศึกษาป้ายธุรกิจการค้าในย่านสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร, จริญญา เสียงเย็น (2558) ศึกษาป้ายโฆษณาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี, ภัทรธนิษฐ์ ศรีจอมทอง (2559) ศึกษาป้ายสาธารณะในเขตเมืองและปริมณฑล ใน 8 จังหวัด ทั้งล้านนา ได้แก่ เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน เชียงราย ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ และน่าน, ภาชกร วิรุณพันธ์ (2651) ศึกษาป้ายร้านอาหารริมทางในย่านเยาวราช และจตุจักร กรุงเทพมหานคร, ถนอมจิตต์ สารอด และสรารุณี ไกรเสม (2562) ศึกษาป้ายชื่อร้านค้าและบริการในย่านนาผิงเหนือ กรุงเทพมหานคร, ศุภกิต บัวขาว และหนึ่งฤทัย ปานแก้ว (2562) ศึกษาป้ายพาณิชย์ในเมืองหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว, พิชัย แก้วบุตร และนพวรรณ เมืองแก้ว (2563) ศึกษาป้ายและชื่อธุรกิจการค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ, กรกฤษ มิ้มมงคล (2563) ศึกษาป้ายที่ถ่ายจากวิทยุเขตในเมืองและเขตนอกเมืองของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในประเทศไทย, ภัทรธนิษฐ์ ศรีจอมทอง (2565) ศึกษาป้ายสาธารณะโดยเฉพาะริมถนนบริเวณเขตเมือง รอบเมือง และพื้นที่รอบนอกเมืองของ 6 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง พะเยา และแพร่, มุฮำหมัดสุกรี หะยีสะนิ (2565) ศึกษาป้ายร้านค้ากาแฟในเขตเทศบาลนครยะลา เป็นต้น ซึ่งการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาดังที่ยกตัวอย่างข้างต้น ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ภาษา เช่น การเลือกภาษา การแปลภาษา ตัวอักษร ที่มาและความหมาย เป็นต้น โดยผลการศึกษาที่ปรากฏ สะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายทางภาษาตามพื้นที่ต่าง ๆ อิทธิพลจากการรับภาษาและวัฒนธรรมต่างประเทศ และการสร้างอัตลักษณ์ที่เป็นลักษณะเด่นของพื้นที่นั้น ๆ

Siwina and Prasithrathsint (2020) ศึกษาป้ายสาธารณะในเขตชายแดน ได้แก่ จังหวัดท่าขี้เหล็ก สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา และแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว นอกจากการศึกษาภาษายังได้ศึกษารูปแบบการเขียนร่วมด้วย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถด้านภาษาของผู้เขียนป้าย และการจัดวางของภาษา สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของภาษาบนป้ายและกิตติฉินนุช เรขาลิลิต (2563) ได้ศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในแวดวงการศึกษาแวดวงกฎหมาย แวดวงสื่อ แวดวงการเมือง และแวดวงวรรณกรรมในนครเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งสะท้อนให้เห็นบทบาทของภาษาประจำชาติและภาพสะท้อน จากสถานการณ์ภาษาในปัจจุบันจากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น จึงอาจสรุปได้ว่า ภูมิทัศน์ภาษาเป็นการศึกษาภาษาจากป้ายที่ปรากฏบนพื้นที่สาธารณะในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางภาษา โดยเฉพาะในเขตเมืองและปริมณฑลที่สามารถสะท้อนให้เห็นสถานภาพภาษา สภาพสังคมและของสังคมนั้น ๆ

จากการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาที่กล่าวมาข้างต้น นักวิจัยส่วนใหญ่มุ่งวิเคราะห์การใช้ภาษาบนป้ายในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางภาษา โดยเฉพาะพื้นที่ในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน เช่น การศึกษาป้ายในพื้นที่ชายแดนไทย-ลาว หรือในเขตเมืองที่มีการผสมผสานของวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภูมิทัศน์ภาษาในสปป.ลาว ยังมีอยู่อย่างจำกัด แม้ว่าสปป.ลาว จะเป็นสังคมพหุภาษาที่มีความหลากหลายและได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย เช่น อดีตการเป็นอาณานิคมของฝรั่งเศส และนโยบายเปิดประเทศในปี ค.ศ. 1986 ซึ่งนำไปสู่บทบาทที่เพิ่มขึ้นของภาษาอังกฤษและภาษาไทย ในขณะเดียวกัน รัฐบาลลาวสนับสนุนการใช้ภาษาลาว เพื่อเน้นบทบาทสำคัญในฐานะภาษาประจำชาติ ทำให้เกิดสถานการณ์ที่ภาษาต่าง ๆ มีบทบาทแตกต่างกันในพื้นที่ต่าง ๆ

งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในนครปากเซ ซึ่งมีความน่าสนใจ เพราะเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก ตั้งอยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีพรมแดนติดกับหลายประเทศที่มีอิทธิพลทางประวัติศาสตร์และสังคม กล่าวคือ ทิศตะวันตกเฉียงเหนือติดกับสาธารณรัฐประชาชนจีนและสหภาพเมียนมาร์ ทิศตะวันออกติดกับสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ทิศตะวันตกติดกับประเทศไทย และ ทิศใต้ติดกับราชอาณาจักรกัมพูชา จากการมีพรมแดนติดกับหลายประเทศนี้ ทำให้ลาวเป็นสังคมพหุภาษาที่มีการผสมผสานทางวัฒนธรรมอย่างหลากหลาย อีกทั้งยังเคยเป็นอาณานิคมของฝรั่งเศสช่วงปี ค.ศ. 1893-1953 เป็นเวลากว่า 60 ปี ส่งผลให้ภาษาลาวซึ่งเป็นภาษาประจำชาติได้รับผลกระทบทำให้บทบาทของภาษาลาวลดลง อย่างไรก็ตาม หลังจากที่ลาวได้นำนโยบายเปิดประเทศในปี ค.ศ. 1986 รัฐบาลลาวได้ให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ ส่งผลให้ภาษาอังกฤษเริ่มเข้ามามีบทบาทในสังคมลาวมากขึ้น ทำให้บทบาทของภาษาฝรั่งเศสลดลงอย่างเห็นได้ชัด (รัตน จันทร์เทาว์, 2560) นอกจากนี้ การเปิดประเทศเพื่อรับความช่วยเหลือและการลงทุนจากภายนอกยังส่งผลให้ลาวเข้าสู่บริบทสากลมากขึ้น (กิตตินาถ เรขาลิลา และคณะ, 2563) เมื่อประเทศลาวเริ่มมีความเชื่อมโยงกับนานาชาติทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ทำให้เกิดความหลากหลายและการผสมผสานทางภาษาและวัฒนธรรมในสังคมลาวอย่างน่าสนใจ

แขวงจำปาสักเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่น่าสนใจของสปป.ลาว ตั้งอยู่ทางตอนใต้สุดของ สปป.ลาว ถือเป็นหนึ่งในแขวงที่มีศักยภาพสูงด้านการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม โดยมีการตั้งเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษที่รัฐบาลให้ความสำคัญเพื่อรองรับการลงทุนจากทั้งภายในและต่างประเทศ โดยเฉพาะนครปากเซ เมืองศูนย์กลางของแขวงจำปาสัก เป็นเมืองสำคัญทางเศรษฐกิจ การค้า และการท่องเที่ยวของลาวได้ ด้วยทำเลที่ตั้งที่ติดกับด่านชายแดนของประเทศไทยและกัมพูชา นครปากเซจึงเป็นจุดพักของนักท่องเที่ยวก่อนจะเดินทางต่อไปยังจุดหมายอื่น ๆ นอกจากนี้ยังเป็นเส้นทางยุทธศาสตร์ ที่เชื่อมต่อระหว่างฝั่งตะวันตกและฝั่งตะวันออกของประเทศ ทำให้นครปากเซ

มีความสำคัญในด้านการเมืองการปกครอง อุตสาหกรรม เศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวของสปป.ลาว
ตอนใต้

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลป้ายสาธารณะในนครปากเซ ผู้ศึกษาเล็งเห็นว่าป้ายสาธารณะ
ในพื้นที่ที่มีความหลากหลายด้านภาษา ทำให้ผู้ศึกษาที่มีความสนใจที่จะศึกษาการใช้ภาษาบนป้าย
สาธารณะตามแนวภูมิทัศน์ภาษา ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพประกอบ 1 ตัวอย่างป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในนครปากเซ

จากตัวอย่างป้ายข้างต้น พบการใช้ภาษา 1) ภาษาลาว คำว่า “ຮ້ານໃຫ້ເຂົ້າ” 2) ภาษา
เวียดนาม คำว่า “Có quán cho thuê” 3) ภาษาจีน คำว่า “店出租” และ 4) ภาษาอังกฤษ คำว่า
“Tel” ด้านการปรากฏของภาษาจัดอยู่ในกลุ่มป้ายที่ใช้สี่ภาษา ด้านรูปแบบการเขียนพบการเขียน
แบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน โดยภาษาลาว ข้อความว่า “ຮ້ານໃຫ້ເຂົ້າ”
ภาษาเวียดนาม ข้อความว่า “Có quán cho thuê” ภาษาจีน ข้อความว่า “店出租” มีความหมาย
เหมือนกันคือ “ร้านให้เช่า” ส่วนภาษาอังกฤษ คำว่า “Tel” ถูกจัดวางไว้ที่ด้านล่างสุด โดยม
ีความหมายแตกต่างจากภาษาลาว เวียดนาม และจีน เพราะในภาษาอังกฤษ คำนี้ใช้ระบุช่องทางการ
ติดต่อ และเป็นคำที่เข้าใจได้ทั่วไป เนื่องจากเป็นภาษาสากล ทั้งนี้ ภาษาลาวมีขนาดตัวอักษรใหญ่ที่สุด
และถูกจัดวางอยู่ด้านบนสุดของป้าย แสดงให้เห็นว่าภาษาลาวมีความสำคัญที่สุด เมื่อวิเคราะห์
ตัวอย่างป้ายดังกล่าวจะเห็นได้ว่าเป็นป้ายที่ใช้ภาษาประจำชาติและภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร
แสดงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายหลักในการค้าขายคือผู้ที่รู้ภาษาลาว ภาษาเวียดนาม ภาษาจีน และ
ภาษาอังกฤษ ด้านหน้าที่ของภาษาพบว่าผู้จัดทำป้ายใช้ภาษาเพื่อวัตถุประสงค์ด้านการสื่อสารข้อมูล
ในการแจ้งบริการร้านให้เช่าอย่างตรงไปตรงมาแก่กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ทั้งยังสะท้อนถึงการ
ตอบสนองต่อบริบททางเศรษฐกิจและสังคมที่มีความหลากหลายทางภาษาในนครปากเซ

จากข้อมูลที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แสดงให้เห็นถึงความน่าสนใจของ
การศึกษาเกี่ยวกับป้ายสาธารณะในฐานะสื่อที่สะท้อนลักษณะพหุภาษาและวัฒนธรรมของพื้นที่

โดยการศึกษาเรื่องนี้มุ่งเน้นไปที่การใช้ภาษา การปรากฏของภาษา รูปแบบการเขียน และหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจสถานการณ์ภาษา บทบาทภาษา และนโยบายภาษาของรัฐบาลในพื้นที่ดังกล่าว การใช้ภาษา จะทำให้เห็นว่าภาษาแต่ละภาษาที่ถูกเลือกใช้ซึ่งจะสะท้อนสถานการณ์ภาษาในพื้นที่ ความถี่ของการใช้ภาษา จะบ่งบอกถึงบทบาทและอิทธิพลของแต่ละภาษา รวมถึงนโยบายภาษาและอำนาจที่กำกับกับการเลือกใช้ภาษาของรัฐบาล การปรากฏของภาษา จะแสดงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายหลักของการสื่อสารคือกลุ่มใด และภาษาใดที่ใช้เป็นภาษาหลักในการสื่อสาร ส่วนหน้าที่ของภาษา จะสะท้อนถึงอำนาจของกลุ่มคนในพื้นที่ อีกทั้งยังทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงลักษณะเด่นของกลุ่มคนที่ใช้ภาษานั้น ๆ ในพื้นที่สาธารณะ การศึกษาประเด็นดังกล่าวจะช่วยให้เข้าใจถึงสถานะภาษา บทบาทภาษา และความสัมพันธ์ระหว่างสังคมและวัฒนธรรมในพื้นที่นครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวได้อย่างลึกซึ้ง

1.2 คำถามของการวิจัย

1.2.1 ภาษาใดบ้างที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และความถี่การปรากฏของภาษา มีลักษณะอย่างไร

1.2.2 ภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีหน้าที่อย่างไรบ้าง

1.3 ความมุ่งหมายของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาการใช้ภาษา การปรากฏของภาษา และรูปแบบการเขียนบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

1.3.2 เพื่อศึกษาหน้าที่ของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

1.4 ความสำคัญของการวิจัย

1.4.1 ทำให้ทราบถึงการใช้ภาษาการปรากฏของภาษา และรูปแบบการเขียนบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

1.4.2 ทำให้ทราบถึงหน้าที่ของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านข้อมูล ศึกษาป้ายสาธารณะที่ภาครัฐและเอกชนทำขึ้นทั้งที่เป็นป้ายถาวร และชั่วคราว จำนวน 858 ป้าย จำแนกเป็น 4 หมวดหมู่ ได้แก่ ป้ายบอกทาง ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ป้ายสถานที่และหน่วยงาน และป้ายร้านค้า เนื่องจากแต่ละหมวดหมู่มีหน้าที่และบทบาทแตกต่างกันในการให้ข้อมูล การนำทาง การประชาสัมพันธ์ และการสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยให้การวิเคราะห์ป้ายเป็นระบบ และรองรับนโยบายภาครัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 ขอบเขตของงานวิจัยด้านข้อมูล

ประเภทป้าย	จำนวน (ป้าย)
ป้ายบอกทาง	41
ป้ายโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์	309
ป้ายสถานที่และหน่วยงาน	179
ป้ายร้านค้า	329
รวม	858

1.5.2 ขอบเขตด้านเวลา ลงพื้นที่เก็บข้อมูลป้ายสาธารณะในนครปากเซ ช่วงเดือนมิถุนายน 2565 ซึ่งเป็นช่วงที่สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเริ่มเปิดประเทศหลังจากสถานการณ์โควิด-19

1.5.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว บนถนนหลักหมายเลข 13 และซอยใกล้เคียง ดังตารางและภาพต่อไปนี้

ตาราง 2 ขอบเขตของการวิจัยด้านพื้นที่

ถนน	จุดเริ่มต้น - จุดสิ้นสุด
ถนนหมายเลข 1	วัดพระบาท-ริมโขง
ถนนหมายเลข 8	ริมโขง-ตลาดดาวเรือง
ถนนหมายเลข 10	วัดหลวง-ริมโขง
ถนนหมายเลข 11	วัดหลวง-ริมโขง
ถนนหมายเลข 13	เริ่มจากหลักกิโลที่ 8 เหนือ - วัดหลวง
ถนนหมายเลข 16	ตลาดดาวเรือง-สนามกีฬาปากเซ
ถนนหมายเลข 38	เส้นศาลาเขียว-ตลาดดาวเรือง
ถนนหมายเลข 42	โรงแรมไผ่ถาวร- ริมโขง
ถนนหมายเลข 46	โรงแรมจำปาสักพาเลส-ท่ารถปากเซ



ภาพประกอบ 2 แผนที่แสดงขอบเขตของการวิจัยด้านพื้นที่

1.5.4 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาการใช้ภาษา การปรากฏของภาษา รูปแบบการเขียน และหน้าที่ของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

1.6 วิธีการดำเนินการวิจัย

16.1 การรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเรื่อง ภูมิทัศน์ภาษา (Linguistic Landscape) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล นอกจากนี้ยังมีการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยการสำรวจและถ่ายภาพป้ายสาธารณะในพื้นที่เป้าหมาย เพื่อให้ได้ข้อมูลการใช้ภาษาจริงในบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของพื้นที่

1.6.2 การเลือกพื้นที่ ผู้ศึกษาเลือกพื้นที่นครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เนื่องจากเป็นเมืองศูนย์กลางของแขวงจำปาสัก และเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ การค้า และการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ตอนใต้ โดยตั้งอยู่ในพื้นที่ชายแดนที่เชื่อมต่อกับประเทศไทยและกัมพูชา ทำให้มีบทบาทสำคัญในฐานะจุดผ่านสำคัญของการขนส่งสินค้าและนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ นอกจากนี้ นครปากเซ ยังเป็นพื้นที่พหุภาษาและพหุวัฒนธรรม ซึ่งเกิดจากการหลอมรวมของกลุ่มชาติพันธุ์หลากหลาย ทั้งชาวลาว ชาวเวียดนาม ชาวจีน และชาวต่างชาติที่เข้ามาประกอบธุรกิจและท่องเที่ยวในพื้นที่ ปรากฏการณ์ดังกล่าวส่งผลให้เกิดการใช้ภาษาอย่างหลากหลายบนป้ายสาธารณะ เพื่อรองรับการสื่อสารกับกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางภาษาและวัฒนธรรม

1.6.3 การวิเคราะห์ข้อมูล นำภาพถ่ายทั้งหมดมาจำแนกตามหมวดหมู่ป้ายแบบสุ่มตาม สะดวก และนำมากำหนดตัวเลขเรียงตามลำดับในโปรแกรม Microsoft Word แล้วนำเนื้อหาบนป้าย มาถอดเป็นข้อความ จากนั้นใส่รหัสเพื่อจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์การใช้ ภาษาและการปรากฏของภาษาตามแนวคิดของ Landry and Bourhis (1997) วิเคราะห์รูปแบบ การเขียนตามกรอบแนวคิดของ Backhaus (2007) และวิเคราะห์หน้าที่ของภาษาตามกรอบแนวคิด ของ Ben-Rafael et al. (2006) ดังตัวอย่างตารางต่อไปนี้

ตาราง 3 ตัวอย่างการจัดเรียงข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

ที่	ข้อความที่ปรากฏ บนป้าย	การใช้ภาษา	การปรากฏของภาษา	รูปแบบการเขียน
1	กม 0 ปากเซ PAKSE KM 0	ภาษาลาว + ภาษาอังกฤษ	สองภาษา	การเขียนแบบแปลตรง ตัวหรือการเขียนทับศัพท์ ของทุกข้อความในทุก ภาษาที่ปรากฏบนป้าย

1.6.4 การนำเสนอผลการศึกษา โดยวิธีวิเคราะห์สถิติ และวิธีพรรณนาวิเคราะห์

1.7 กรอบแนวคิดของการวิจัย

Landry and Bourhis (1997) อธิบายไว้ว่า ภูมิภาคที่ศึกษาเป็นการศึกษาการใช้ภาษาบน ป้ายต่าง ๆ ในพื้นที่สาธารณะ เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายโฆษณา และป้ายอื่น ๆ ซึ่งสะท้อนถึงสถานภาพ ทางภาษา อัตลักษณ์ของกลุ่มชน และความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างภาษาต่าง ๆ ในพื้นที่นั้น ๆ โดยภูมิภาคที่ศึกษาไม่ได้ทำหน้าที่เพียงให้ข้อมูลเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์เกี่ยวกับ ความสัมพันธ์และสถานะของชุมชนทางภาษา การศึกษาของ Backhaus (2007) ในโตเกียว ประเทศ ญี่ปุ่น เป็นตัวอย่างหนึ่งที่ศึกษาภูมิภาคที่ศึกษาโดยพิจารณาทั้งการใช้ภาษาและรูปแบบการเขียนของ ป้าย พบว่าภูมิภาคที่ศึกษามีความหลากหลาย แม้จะมีชาวต่างชาติเพียงเล็กน้อย สะท้อนให้เห็นถึง การผสมผสานของภาษาจากบริบททางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ อีกทั้งแสดงให้เห็นว่าการใช้ภาษา ในที่สาธารณะขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น นโยบายภาษา จุดประสงค์ของผู้จัดทำป้าย ขณะเดียวกัน Ben-Rafael et al. (2006, อ้างถึงใน พรพิมล ศิวินา, 2563) กล่าวว่า ภูมิภาคที่ศึกษาประกอบกัน ขึ้นมาเพื่อแสดงออกถึงภาพการใช้ชีวิตของคนในพื้นที่นั้น ซึ่งภาพเหล่านั้นก็คืออัตลักษณ์ต่าง ๆ ของ ผู้คนบริเวณนั้น โดยภาพภูมิภาคที่ศึกษาเหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นมาเอง แต่เกิดขึ้นเนื่องจากผู้เกี่ยวข้องกับ ป้ายมีส่วนร่วมในประกอบสร้างขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจะศึกษาการใช้ภาษาและการปรากฏของภาษาโดยใช้แนวคิดของ Landry and Bourhis (1997) ศึกษารูปแบบการเขียน โดยใช้แนวคิดของ Backhaus (2007) และศึกษาหน้าที่ของภาษาโดยใช้แนวคิดของ Ben-Rafael et al. (2006; 2009) ดังนี้

1.7.1 การใช้ภาษา หมายถึง ภาษา การปรากฏของภาษา และรูปแบบการเขียนบนป้ายสาธารณะ แบ่งเป็น 3 ลักษณะ

1.7.1.1 การใช้ภาษา คือ ตัวอักษรที่เป็นตัวเขียนของภาษาต่าง ๆ ที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะ โดยนับการปรากฏตัวอักษรเป็นแห่ง ซึ่งในหนึ่งป้ายสามารถพบได้มากกว่าหนึ่งภาษา

1.7.1.2 การปรากฏของภาษา คือ การจัดกลุ่มประเภทของป้ายตามรูปแบบภาษาที่ปรากฏ เช่น ป้ายที่ใช้หนึ่ง ภาษาป้ายที่ใช้สองภาษา ป้ายที่ใช้สามภาษา และป้ายที่ใช้สี่ภาษา เป็นต้น

1.7.1.3 รูปแบบการเขียน หมายถึง วิธีการเขียนข้อความที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะ ออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1.7.1.3.1 การเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน (Mixed)

1.7.1.3.2 การเขียนข้อความที่แต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน (Polyphonic)

1.7.1.3.3 การเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย (Homophonic)

1.7.2 การศึกษาหน้าที่ของภาษา หมายถึง หน้าที่ในการให้ข้อมูลความรู้และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์บนป้ายสาธารณะ แบ่งเป็น 4 หน้าที่ ดังนี้

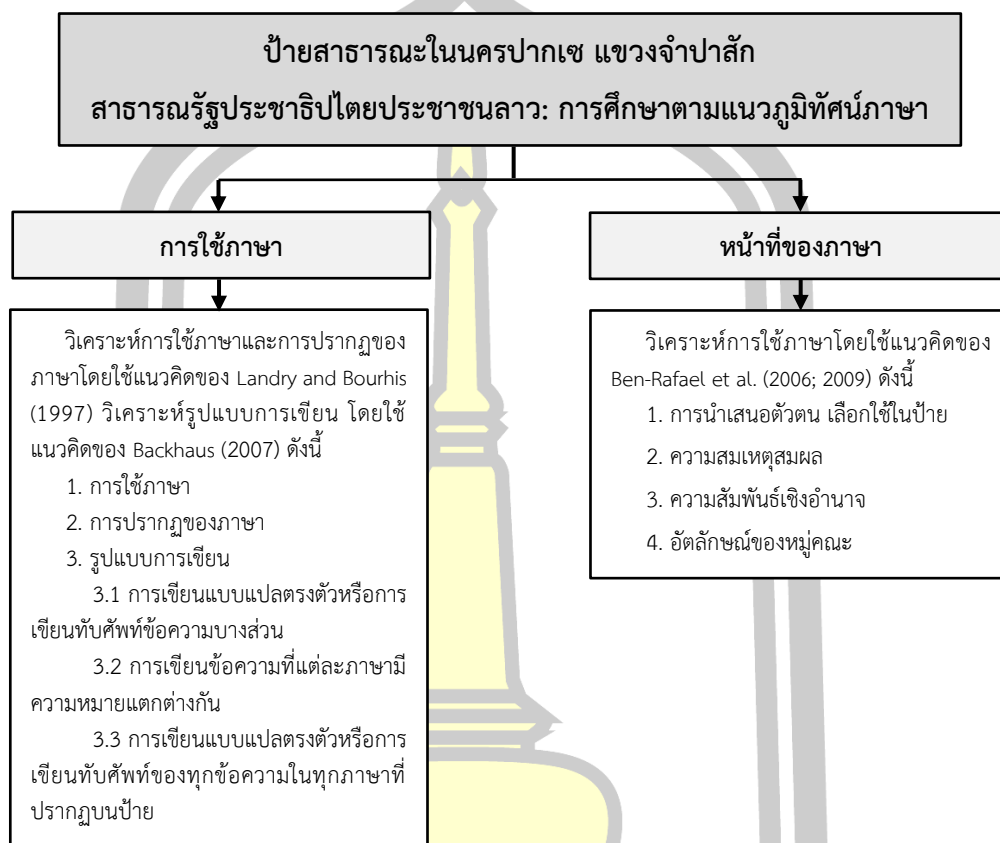
1.7.2.1 การนำเสนอตัวตน (Presentation of self) หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับป้าย ในที่นี้หมายถึงผู้ออกแบบป้ายหรือผู้เป็นเจ้าของป้าย แสดงอัตลักษณ์ของตนเองผ่านการเลือกใช้ภาษาบนป้าย ซึ่งภาษาที่ได้รับการยอมรับว่ามีความสำคัญหรือมีศักดิ์ศรีมากกว่า มักถูกเลือกใช้เขียนบนป้าย

1.7.2.2 ความสมเหตุสมผล (Good reasons) หมายถึง ภาษาที่มีอิทธิพลมีแรงดึงดูดผู้อ่านมากกว่ามีภาพลักษณ์ในทางบวกจะถูกเลือกใช้ป้ายเพื่อดึงดูดผู้อ่าน

1.7.2.3 ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (Power relations) หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับป้ายถูกกำหนดให้ใช้ภาษาใดภาษาหนึ่งบนป้าย เช่น มีการกำหนดให้ใช้ภาษาราชการเท่านั้นในป้ายของทางการ

1.7.2.4 อัตลักษณ์ของหมู่คณะ (Collective identity) หมายถึง การแสดงถึงความชื่นชอบให้ส่วนรวมรับรู้ ต่างจากการนำเสนอตัวตน เพราะการนำเสนอตัวตนคือการแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ ตัวอย่างการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของหมู่คณะ เช่น การแสดงสัญลักษณ์หรือคำว่า ฮาลาล บนป้าย

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา สามารถนำเสนอเป็นแผนภูมิได้ดังนี้



ภาพประกอบ 3 กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาตามกรอบแนวคิดข้างต้นจะสะท้อนสถานภาพภาษา ความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างกลุ่มภาษาต่าง ๆ และอัตลักษณ์ของชุมชนในพื้นที่นครปากเซ โดยการใช้ภาษา รูปแบบการเขียน และหน้าที่ของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซไม่เพียงแต่บ่งบอกข้อมูลเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงบทบาทของภาษาหลักในพื้นที่นครปากเซ ซึ่งจะชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และนโยบายภาษาในนครปากเซ

1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ

ป้ายสาธารณะ หมายถึง ป้ายถาวรและป้ายชั่วคราวทั้งที่ภาครัฐและเอกชนทำขึ้น ได้แก่ ป้ายบอกทาง ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ป้ายสถานที่และหน่วยงาน และป้ายร้านค้า ที่ปรากฏบนพื้นที่สาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

นครปากเซ หมายถึง เมืองทางตอนใต้ของ สปป.ลาว เป็นเมืองเอกของแขวงจำปาสัก โดยเขตพื้นที่นครปากเซในงานวิจัยนี้ได้แก่ ถนนหมายเลข 1 วัดพระบาท-ริมโขง, ถนนหมายเลข 8

ริมโขง-ตลาดดาวเรือง, ถนนหมายเลข 10 วัดหลวง-ริมโขง, ถนนหมายเลข 11 วัดหลวง-ริมโขง, ถนนหมายเลข 13 เริ่มจากหลักกิโลที่ 8 เนื้อ-วัดหลวง, ถนนหมายเลข 16 ตลาดดาวเรือง-สนามกีฬาปากเซ, ถนนหมายเลข 38 เส้นศาลาเขียว-ตลาดดาวเรือง, ถนนหมายเลข 42 โรงแรมไฟ่ถาวร-ริมโขง และถนนหมายเลข 46 โรงแรมจำปาสักพลาเลส-ท่ารถปากเซ

ภูมิทัศน์ภาษา หมายถึง การศึกษาการใช้ภาษา การปรากฏของภาษา รูปแบบการเขียน และหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

การใช้ภาษา หมายถึง ตัวอักษรหรือตัวเขียนของภาษาที่ปรากฏบนป้าย โดยหนึ่งป้ายอาจมีมากกว่าหนึ่งภาษา โดยนับการปรากฏการใช้ภาษาเป็นแห่ง

การปรากฏของภาษา หมายถึง การจัดกลุ่มป้ายตามจำนวนภาษา ได้แก่ ป้ายที่ใช้หนึ่งภาษา สองภาษา สามภาษา และสี่ภาษา โดยนับการปรากฏของภาษาเป็นป้าย

รูปแบบการเขียน หมายถึง วิธีการถ่ายทอดข้อความภาษาบนป้ายสาธารณะ โดยแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ การเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน การเขียนข้อความที่แต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน และการเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย โดยนับรูปแบบการเขียนเป็นป้าย

หน้าที่ของภาษา หมายถึง บทบาทของภาษาบนป้ายสาธารณะในการให้ข้อมูลและการสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งประกอบด้วย 4 หน้าที่ ได้แก่ การนำเสนอตัวตน ความสมเหตุสมผล ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ และอัตลักษณ์ของหมู่คณะ

1.9 ข้อตกลงเบื้องต้น

1.9.1 จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีการให้ความหมาย “Linguistic Landscape” หลายคำ ได้แก่ ภูมิทัศน์ทางภาษา ภูมิทัศน์ภาษา ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ และภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์ ทั้งนี้ ในงานวิจัยนี้ใช้คำว่า “ภูมิทัศน์ภาษา”

1.9.2 ผู้ศึกษาศึกษาป้ายสาธารณะในนครปากเซ เฉพาะป้ายที่สามารถเห็นภาษาและองค์ประกอบบนป้ายชัดเจน กล่าวคือ ผู้ศึกษาไม่ศึกษาป้ายที่ตัวอักษร สี หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ บนป้ายหลุดลอกจนไม่สามารถมองเห็นข้อมูลบนป้าย รวมถึงไม่ศึกษาป้ายที่มีสิ่งบดบังจนทำให้เห็นข้อมูลบนป้ายไม่ชัดเจนครบถ้วน

1.9.3 ป้ายถาวร หมายถึง ป้ายที่ภาครัฐและเอกชนจัดทำขึ้น เป็นป้ายที่ติดตั้งเพื่อการใช้งานระยะยาว มักติดตั้งไว้หน้าสถานที่และหน่วยงาน และไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้

1.9.4 ป้ายชั่วคราว หมายถึง ป้ายที่ภาครัฐและเอกชนจัดทำขึ้น เป็นป้ายที่ติดตั้งเพื่อการใช้งานระยะสั้น มักติดไว้ในบริเวณใดบริเวณหนึ่งแค่ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง และสามารถเคลื่อนย้ายได้ง่าย

1.9.5 ผู้ศึกษากำหนดลักษณะของป้ายแต่ละประเภท ดังนี้

1) ป้ายบอกทาง หมายถึง ป้ายจราจรและป้ายบอกข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางหรือการเดินทางไปสถานที่ต่าง ๆ ทั้งที่เป็นป้ายถาวรและชั่วคราวที่ภาครัฐและเอกชนทำขึ้น

2) ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ หมายถึง ป้ายที่มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวน บอกข้อมูล เตือน บอกข้อจำกัด และสั่งห้าม ทั้งที่เป็นป้ายถาวรและชั่วคราวที่ภาครัฐและเอกชนทำขึ้น

3) ป้ายสถานที่และหน่วยงาน หมายถึง ป้ายที่บอกสถานที่และหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน เช่น ป้ายห้อง ศูนย์ องค์กร สถานที่ หน่วยงาน ทั้งที่เป็นป้ายถาวรและชั่วคราวที่ภาครัฐและเอกชนทำขึ้น

4) ป้ายร้านค้า หมายถึง ป้ายร้านค้าเชิงพาณิชย์ เช่น ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ร้านเสื้อผ้า ร้านเสริมสวย ร้านอุปกรณ์ไฟฟ้า หรือร้านค้าอื่น ๆ ทั้งที่เป็นป้ายถาวรและชั่วคราวที่ภาครัฐและเอกชนทำขึ้น

1.9.6 ผู้ศึกษาจำแนกประเภทของป้ายตามวัตถุประสงค์หลักของการสื่อสาร โดยพิจารณาจากข้อความ เนื้อหา รูปแบบการจัดวาง ตำแหน่งที่ตั้ง และบริบทแวดล้อมของป้าย ทั้งนี้ จำแนกป้ายออกเป็น 4 หมวดหมู่ ได้แก่ ป้ายร้านค้า ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และป้ายบอกทาง โดยมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

1) หากป้ายมีเนื้อหาที่มุ่งเน้นการแสดงข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือชื่อร้านค้า และตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกับร้านค้าหรือสถานที่นั้น จะจัดอยู่ในประเภทป้ายร้านค้า

2) หากป้ายมีเนื้อหาที่มุ่งประชาสัมพันธ์การบริการ แม้จะมีลูกศรหรือระยะทาง แต่ยังคงมุ่งเน้นการโฆษณาเป็นหลัก จะจัดอยู่ในประเภทป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์

3) หากป้ายมีลักษณะบอกเส้นทาง ข้อมูลนำทางหรือระบุทิศทาง แต่ป้ายนั้นติดตั้งอยู่ห่างจากสถานที่ที่กล่าวถึงบนป้ายหรือไม่สามารถมองเห็นสถานที่นั้นจากตำแหน่งการติดตั้งป้ายได้ จะจัดอยู่ในประเภทป้ายบอกทาง



(ก)

จากป้ายที่ยกตัวอย่างข้างต้น คือ ป้าย (ก) จัดอยู่ในหมวดหมู่ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ แม้จะมีลูกศรและระยะทาง ซึ่งเป็นลักษณะของป้ายบอกทาง แต่วัตถุประสงค์หลักของป้ายคือการประชาสัมพันธ์บริการขนส่งสินค้า และรายละเอียดการส่งของ เช่น ค่าบริการ เบอร์โทรติดต่อ ช่องทางการกรอกข้อมูลต่าง ๆ ฯลฯ



(ข)

จากป้ายที่ยกตัวอย่างข้างต้น คือ ป้าย (ข) จัดอยู่ในหมวดหมู่ป้ายร้านค้า แม้จะมีลูกศรบอกทาง แต่วัตถุประสงค์หลักของคือข้อมูลของ ร้านตัดผมชาย เช่น ชื่อร้าน ช่องทางการติดต่อ เวลาทำการ



(ค)

จากป้ายที่ยกตัวอย่างข้างต้น คือ ป้าย (ค) จัดอยู่ในหมวดหมู่ป้ายบอกทาง แม้จะมีข้อมูลชื่อองค์กรและการติดต่อ แต่ป้ายถูกติดตั้งอยู่ในบริเวณที่ห่างจากสถานที่ที่กล่าวถึงบนป้าย และป้ายดังกล่าวมีลูกศรนำทาง จึงจัดอยู่ในประเภทป้ายบอกทาง

1.9.7 ผู้ศึกษาไม่นับภาษาที่ปรากฏเป็นส่วนหนึ่งของรูปภาพ ดังตัวอย่างต่อไปนี้



(ง)

จากป้ายที่ยกตัวอย่างข้างต้น คือ ป้าย (ง) นับภาษาเพียงคำว่า “ร้านอาซามต้มไผ่ ธาราโอเอ๊ะ” “TonPho Karaoke” และ “Tel: 020 5601 8523, 020 5563 2525” โดยไม่นับภาษาที่ปรากฏเป็นส่วนหนึ่งของรูปภาพประกอบ

1.9.8 ผู้ศึกษาแปลข้อความโดยการแปลเชิงบริบท (Contextual Translation) คือ การแปลที่ไม่ได้มุ่งเน้นการถอดเสียงหรือตัวอักษรตรงตัว แต่พิจารณาบริบทหรือความหมายทางวัฒนธรรมที่ผู้ใช้ภาษาต้องการสื่อสาร ดังตัวอย่างต่อไปนี้



(จ)

จากป้ายที่ยกตัวอย่างข้างต้น คือ ป้าย (จ) ปรากฏภาษาลาวคำว่า “ปังจิม” ซึ่งหากแปลโดยการถอดเสียงหรือตัวอักษรตรงตัว อ่านว่า ปังจิม แต่ในงานวิจัยนี้แปลเชิงบริบท แปลว่า “หม่าล่า” ซึ่งการแปลข้อความทั้งหมดได้ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องทางภาษาจากผู้เชี่ยวชาญในแต่ละภาษา

1.9.9 ผู้ศึกษากำหนดให้ป้ายที่อยู่ในโครงสร้างฐานเดียวกันหรือมีเสารองรับร่วมกัน แม้จะมีหลายข้อความอยู่บนป้ายเดียวกัน แต่หากข้อมูลเหล่านั้นเกี่ยวข้องกัน และอยู่ในโครงสร้างฐานเดียวกันหรือมีเสารองรับร่วมกัน นับเป็น 1 ป้ายดังตัวอย่างต่อไปนี้



(ฉ)

จากป้ายที่ยกตัวอย่างข้างต้น คือ ป้าย (ฉ) ซึ่งข้อความบนป้ายทั้งหมดล้วนเป็นข้อมูลเกี่ยวกับบริการของธนาคารเดียวกัน และอยู่ในโครงสร้างฐานเดียวกัน ผู้ศึกษานับเป็น 1 ป้าย

1.9.10 ผู้ศึกษากำหนดป้ายที่มีการเขียนข้อความเหมือนกันทั้งด้านภาษา ลำดับภาษา เนื้อหา รูปแบบ และองค์ประกอบบนป้ายเหมือนกัน เป็น 1 ป้าย โดยไม่นับซ้ำ ดังตัวอย่างต่อไปนี้



(ช)



(ซ)

จากป้ายที่ยกตัวอย่างข้างต้น คือ ป้าย (ช) และ (ซ) มีลักษณะการใช้ภาษา ลำดับภาษา เนื้อหา รูปแบบ และองค์ประกอบบนป้ายเหมือนกันทั้งหมด ผู้ศึกษานับเป็น 1 ป้าย



บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวตามแนวภูมิทัศน์ภาษา ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ดังนี้

- 2.1 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวกับภูมิทัศน์ภาษา
 - 2.1.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับภูมิทัศน์ภาษา
 - 2.1.2 งานวิจัยเกี่ยวกับภูมิทัศน์ภาษา
- 2.2 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับภาษาและความหลากหลายของภาษา
- 2.3 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
 - 2.3.1 สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
 - 2.3.2 แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
 - 2.3.3 นครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

2.1 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวกับภูมิทัศน์ภาษา

2.1.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับภูมิทัศน์ภาษา

ภัทรธนิษฐ์ ศรีจอมทอง (2559) กล่าวว่า ภูมิทัศน์ภาษา (Linguistic landscape) เป็นสาขาวิชาภาษาศาสตร์สังคมสาขาหนึ่ง ซึ่งเป็นกระบวนการทัศน์ (approach) หรือแนวทางการศึกษาภาษาบนแผ่นป้ายในพื้นที่สาธารณะ (language on signs in public spaces) ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาสังคมพหุภาษาพหุวัฒนธรรม (multilingual-cultural society) ได้เป็นอย่างดี เพราะการใช้แผ่นป้ายภาษานานาภาษานั้น เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความหลากหลายทางภาษา (Gorter, 2006) ซึ่งความหลากหลายทางภาษา (linguistic diversity) ที่ปรากฏให้เห็นบนแผ่นป้ายในพื้นที่สาธารณะ (signs in public spaces) นั้น เป็นหลักฐานที่แสดงปรากฏการณ์และความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในสังคมของ แต่ละพื้นที่นั้น ๆ และอธิบายภาวะพหุภาษา-พหุวัฒนธรรม ซึ่งเป็นลักษณะของสังคมโลกปัจจุบันที่เพิ่มมากขึ้น และภูมิทัศน์ภาษาผ่านตัวอักษรบนแผ่นป้ายนี้เอง ที่แสดงให้เห็นปรากฏการณ์บางอย่างอันเนื่องมาจากการสัมผัสภาษา (language contact) โดยเฉพาะการปนภาษา (language mixing) นอกจากนี้ ภูมิทัศน์ภาษายังทำให้เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งที่มีคุณค่าต่อสถานการณ์ภาษาในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง นโยบายภาษา ทักษะคิดด้านภาษา และความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างกลุ่มภาษาต่าง ๆ ชีวิตสังคมจึงได้เกิดขึ้นท่ามกลางแผ่นป้ายหลากหลายภาษาที่มีผู้สรรค์สร้าง

ออกมาเป็นภาพทิวทัศน์ประกอบอยู่ตามสองข้างถนน สวนสาธารณะ และอาคารต่าง ๆ ทิวทัศน์ภาพที่เกิดจากแผ่นป้ายทั้งหลายนี้ ยังบรรจุไว้ซึ่งนัยสำคัญเชิงสัญลักษณ์ทางสังคมภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์จึงทำหน้าที่เป็นตัวแทนการตกแต่งชีวิตสังคม (“decor” ในภาษาฝรั่งเศส) และด้วยนัยความหมายเช่นนี้ Ben-Rafael et al. (2006) จึงกล่าวว่า องค์ประกอบของภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์อาจเกี่ยวข้องกับการสร้างพื้นที่สาธารณะในเชิงสัญลักษณ์ก็เป็นได้

จันทิมา อังคพณิชกิจ (2562) กล่าวว่า ภูมิทัศน์ภาษา (Linguistic Landscape) ได้รับการพัฒนาขึ้นมาจากงานเขียนของ Landry and Bourhis (1997) และพัฒนาขึ้นจากงานวิจัยของ Shohamy and Gorter (2009) โดยเบื้องต้นนั้นมุ่งไปที่บทบาทของภาษากับประเด็นทางสังคมและการเมือง ภาษาจึงไม่ใช่เพียงตัวบทการเขียนหรือการพูดเชิงสถาบันเท่านั้น แต่ยังเป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ภาษาปรากฏอยู่ แม้ภายหลังCoulmas (2009) จะใช้คำว่า linguistic cityscape หรือภาษาที่อยู่รอบตัวเรา แต่ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ก็ยังคงเป็นคำที่นิยมมากกว่า โดยมุ่งไปที่การศึกษาภาษาในแง่ของพื้นที่และสถานที่ที่ปรากฏ ในขณะที่สกอลลอนและสกอลลอน ใช้คำศัพท์ว่า ภูมิทัศน์สัญศาสตร์ (Geosemiotics) เนื่องจากเน้นที่ภาษาไร้ถ้อยคำร่วมด้วย ไม่ใช่ศึกษาเพียงภาษาที่มีรูปถ้อยคำเท่านั้น แต่สนใจว่า วาทกรรมในพื้นที่กำหนดพฤติกรรมและการกระทำของคนได้อย่างไร ต่อมา Jaworski and Thurlow (2013) เรียกว่า ภูมิทัศน์สัญศาสตร์ (Semiotic landscape) เพื่อใช้เรียกแทนการศึกษาที่เน้นภาษาและสื่อสัญลักษณ์ที่สัมพันธ์กับสถานที่ แต่จุดเน้นที่ต่างกันก็คือสกอลลอนและสกอลลอนสนใจกิจกรรมและวิถีปฏิบัติของผู้ใช้ภาษามากกว่าเน้นแนวทางภาษาศาสตร์ชาติพันธุ์วรรณาและเป็นการวิเคราะห์ข้อความเชิงวิพากษ์ ในขณะที่ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์และภูมิทัศน์สัญศาสตร์จะเน้นไปที่ภาษาในแง่ที่เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาด้านภาษาศาสตร์สังคม

การศึกษาภาษากับสังคมและการวิเคราะห์ข้อความในปัจจุบัน มักมุ่งเน้นไปที่ประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับบุคคลหรือกลุ่มบุคคล เน้นการแก้ปัญหาและพัฒนาด้านการเรียนรู้ให้กับคนในสังคม ในปัจจุบันพบว่ามีการศึกษาด้านการเรียนรู้ภาษา การพัฒนาการเรียนการสอน และการวางแผนภาษานิยมใช้ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์มากขึ้น เพราะเชื่อว่าภาษาที่ปรากฏในสถานที่มีส่วนช่วยพัฒนาการอ่านของผู้เรียน ช่วยวางกรอบความคิด และช่วยพัฒนานิสัยการเรียนรู้ของผู้เรียนได้โดยอาศัยการจัดพื้นที่และสิ่งแวดล้อมส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับผู้เรียน ขณะเดียวกันภาษาที่สื่อออกมาในสถานที่นั้นสามารถบ่งบอกอัตลักษณ์ หรือบ่งบอกตัวตนของกลุ่มคนที่ภาษาปรากฏอยู่ได้ เป็นเครื่องมือที่ทำให้คนนอกชุมชนสามารถ “อ่าน” และ “เข้าใจ” คนในชุมชนได้ด้วย

ภัทรณิษฐ์ ศรีจอมทอง (2559) อธิบายไว้ว่า นิยามของภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ที่ได้รับการยอมรับและนำไปใช้อ้างอิงอย่างกว้างขวาง ได้แก่ นิยามที่บัญญัติโดย Landry and Bourhis (1997, อ้างถึงใน Backhaus, 2007 Gorter, 2006, Marten et al., 2012 and Gorter et al., 2012) ที่กล่าวว่า “ภาษาของแผ่นป้ายตามท้องถนนสาธารณะ ป้ายโฆษณา ป้ายชื่อถนน ป้ายชื่อสถานที่ป้าย

ชื่อร้านค้า และป้ายตามสถานที่ราชการในที่สาธารณะต่าง ๆ ทั้งหมดประกอบกันเป็น ภูมิทัศน์ภาษาของท้องที่ ภูมิภาค หรือตัวเมือง อย่างใดอย่างหนึ่ง”

คำว่า “ภูมิทัศน์” (landscape) เป็นคำที่สามารถอธิบายความหมายได้สองแบบ ตามคำอธิบายที่ Gorter (2006) ให้ไว้ ดังนี้

แบบที่ 1 เป็นความหมายตามตัวอักษรของภาษาต่าง ๆ ที่ใช้อยู่บนแผ่นป้าย ภูมิทัศน์จึงเป็น ผืนภาพภูมิประเทศที่โล่งกว้างที่สามารถมองเห็นได้ ณ ขณะเวลาหนึ่งจากสถานที่แห่งหนึ่ง

แบบที่ 2 ได้แก่ ภาพแสดงทิวทัศน์ภายในภูมิประเทศตามที่เป็นอยู่ ซึ่งต่างจากภาพท้อง ทะเลหรือภาพวาด เป็นภาพที่แสดงออกมาให้เห็นในรูปภาษาต่าง ๆ

ความหมายทั้งสองแบบถูกนำมาใช้ในการศึกษาภูมิทัศน์ภาษา ซึ่งตามความหมายแรกนั้น เป็นการศึกษาภาษาตามที่ใช้บนแผ่นป้าย ส่วนอีกความหมายหนึ่งเป็นการแสดงออกของภาษา ในฐานะการเป็นตัวแทน ซึ่งมีความสำคัญเป็นพิเศษ เนื่องจากภาษาบนแผ่นป้ายนั้น เป็นตัวแทน ที่เชื่อมโยงให้เห็นอัตลักษณ์และโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรม รวมทั้งการแพร่กระจายของภาษาอังกฤษ และการรื้อฟื้นภาษาชนกลุ่มน้อยทั้งหลาย

มโนทัศน์เกี่ยวกับศาสตร์ที่ศึกษาทิวทัศน์ภาษาบนแผ่นป้ายในพื้นที่สาธารณะนี้ ถูกนำไปใช้ในวิธีที่แตกต่างกันหลายวิธี ซึ่งในการนำไปใช้ในความหมายที่ค่อนข้างกว้างนั้น ได้ใช้เป็นมโนทัศน์ สำหรับการบรรยายและวิเคราะห์สถานการณ์ภาษาในประเทศบางประเทศ หรือ สำหรับการปรากฏ ตัวหรือการใช้ภาษาจำนวนมากในอาณาบริเวณขนาดกว้าง ภาพรวมของภาษาทั้งหลายที่ใช้พูด จึงหมายถึงภูมิทัศน์ภาษานั้นเอง ด้วยความหมายที่ค่อนข้างหลวมๆ นี้ ภูมิทัศน์ภาษา อาจมีความหมายเดียวกันหรือเกี่ยวข้องกับมโนทัศน์อื่น ๆ อาทิ ตลาดทางภาษา (linguistic market) โมเสคทางภาษา (linguistic mosaic) โดยเปรียบเทียบภาษาหลากหลายภาษารวมกันราวกับโมเสค ซึ่งเป็นภาพลวดลายหลากหลายที่แต่งด้วยกระจกสี นั่นเอง นิเวศวิทยาของภาษา (ecology of languages) ความหลากหลายของภาษาหลายภาษา (diversity of languages) หรือสถานการณ์ ทางภาษา (linguistic situation) จากการอธิบายและความสัมพันธ์กับศาสตร์ทางภาษาแขนงอื่น ๆ ดังกล่าวมานี้ ภูมิทัศน์ภาษา จึงหมายถึงบริบททางสังคมที่มีภาษามากกว่าหนึ่งภาษาปรากฏขึ้น และแสดงนัยให้รู้ว่ามีการใช้ภาษาพูดหรือภาษาเขียนมากกว่าหนึ่งภาษา ซึ่งก็ได้แก่ ภาวะพหุภาษา (multilingualism) นั่นเอง

การศึกษาภูมิทัศน์ภาษาจึงจัดเป็นการศึกษามรดกทางวัฒนธรรมด้วยเช่นกัน (Cenoz & Gorter, 2006) เนื่องจากภาษาเป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรม และการพัฒนาความ หลากหลายทางภาษาอย่างยั่งยืนนั้น เป็นแง่มุมสำคัญอย่างหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรมของมนุษย์เรา ดังจะเห็นได้จากการประกาศเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Universal Declaration on Cultural Diversity) ขององค์การยูเนสโก ที่ประกาศว่า “มนุษย์ทุกคนมีสิทธิ อันชอบธรรมที่จะแสดง

ตัวตนและสร้างและเผยแพร่ผลงานของตนออกมาเป็นภาษาใด ๆ ก็ได้ตามที่ตนเลือก” all persons have therefore the right to express themselves and to create and disseminate their work in the languages of their choice (UNESCO, 2002) และเป็นประเด็นการพัฒนานโยบายที่สำคัญประเด็นหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาสภาวะความหลากหลายทางภาษา (linguistic diversity) ในสังคม ภาษานี้เองที่เป็นเครื่องหมาย บ่งชี้วัฒนธรรม (cultural marker) ที่โดดเด่น ภาษาใด ๆ ของมนุษย์ที่ใช้อยู่ในชุมชนต่าง ๆ ย่อมแสดงลักษณะของสังคมของผู้ใช้ภาษา ซึ่งชุมชนภาษาในปัจจุบัน ตามพื้นที่ทั้งหลายในโลก มีแนวโน้มเป็นชุมชนที่มีการใช้ภาษาหลากหลายภาษาภายในชุมชนเดียวกัน ภูมิภาคหนึ่งภาษาจึงเป็นพื้นที่ที่ภาษาที่ปรากฏให้เห็นเป็นผืนภาพในบริเวณพื้นที่สาธารณะทั่วไปตามเมืองต่าง ๆ โดยเฉพาะในเขตเมืองและปริมณฑล (urban and sub-urban areas) ที่เป็นประจักษ์พยาน สะท้อนอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคม-วัฒนธรรม และตัวตนของสังคมนั้น ๆ ภาพภาษาในรูปแบบป้าย (signs) ที่ปรากฏสู่สายตาสาธารณะชนทั้งหลาย

เขตเมือง (urban) เป็นพื้นที่สังคมที่มีการปฏิบัติการสื่อสารอย่างเปิดเผยชัดเจน โดยจะเห็นได้จากการใช้แผ่นป้ายภาษาเพื่อสื่อสารตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ทั่วไป โดยเฉพาะในย่านชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับทัศนะของ (Backhaus, 2007) ที่เสนอไว้ว่า พื้นที่เขตเมือง เป็นพื้นที่แห่งการสัมผัสภาษา (language contact) และแผ่นป้ายทั้งหลายในพื้นที่สาธารณะเป็นสิ่งที่สะกิดเตือนให้เห็นเรื่องนี้อย่างชัดเจนที่สุด เนื่องจากแผ่นป้ายภาษาเป็นสื่อกลางที่ฉายภาพปรากฏการณ์ดังกล่าว ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดการใช้ภาษาจำนวนสองภาษา หรือ หลากหลายภาษาในสถานที่หรือสถานการณ์เดียวกันในสังคม ภูมิภาคหนึ่งภาษาศาสตร์ ไม่เพียงแต่บอกให้เรารู้ว่า เราอยู่ที่ใด และเราควรต้องรู้ภาษาใดบ้าง แต่ยังให้ความรู้ที่นอกเหนือไปจากข้อมูลเหล่านี้ โดยให้มุมมองที่เป็นเอกลักษณ์เกี่ยวกับการเกิดภาษาร่วมกัน การแข่งขันกันของภาษา และการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างภาษาในสถานที่ใดที่หนึ่ง เนื่องจากมีการปฏิสัมพันธ์สื่อสารกันระหว่างผู้คนที่อยู่อาศัย หรือ ใช้ชีวิต หรือ ผู้ที่ผ่านไปมาในเขตเมือง ซึ่งคนเหล่านี้ มักเป็นคนชั้นกลาง คนมีการศึกษา ชาวต่างชาติ และนักท่องเที่ยว

แผ่นป้ายภาษาในพื้นที่เมือง เผยให้เห็นปรากฏการณ์และกระบวนการการเปลี่ยนแปลงทางสังคม-วัฒนธรรมหลากหลายรูปแบบที่มีการเคลื่อนไหวอย่างเป็นพลวัตตลอดเวลา สังคมเมืองจึงเป็นแหล่งรวมสิ่งบ่งชี้ปรากฏการณ์ดังกล่าว โดยแผ่นป้ายเป็นสื่อกลางที่สาธารณชนสามารถมองเห็นได้อย่างง่ายดายในที่โล่งแจ้งทั่วไป และข้อความในภาษาต่าง ๆ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษที่เราเห็นบนแผ่นป้ายในเขตพื้นที่เมืองนี้เอง ได้ให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับปรากฏการณ์ต่าง ๆ ในสังคม อาทิ ปรากฏการณ์หรือกระบวนการ “โลกาภิวัตน์” (globalization) ที่นำการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ แพร่กระจายไปทั่วโลกอย่างกว้างขวางและรวดเร็วในปัจจุบัน

บทบาทหน้าที่ของภูมิภาคภาษา

ภัทรนินชัฐ ศรีจอมทอง (2559) กล่าวว่า ภูมิภาคภาษา มีบทบาทหน้าที่ 2 ประการ ได้แก่ หน้าที่ในการให้ข้อมูลความรู้ (informational function) และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic function) ซึ่ง Cenoz and Gorter (2006) ได้สนับสนุนการอธิบายเรื่องบทบาทหน้าที่ของภูมิภาคภาษาที่เสนอไว้โดย Landry and Bourhis (1997) รวมทั้ง Ben-Rafael et al. (2001) ได้แก่ 1) หน้าที่ในการให้ข้อมูลความรู้ คือ ภูมิภาคภาษาให้ความรู้ว่ามีภาษาใดบ้างที่ใช้ในการสื่อสารตามพื้นที่ในชุมชน อาทิ ตามย่านการค้าและสถานที่ ด้านธุรกิจต่าง ๆ ภาษาเหล่านั้นมีจำนวนเท่าไร ให้ความรู้เกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของแผ่นป้ายทวิภาษา (bilingual signs) และแผ่นป้ายพหุภาษา (multilingual signs) ตลอดจนสะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (power relations) ของกลุ่มคนที่เป็นคนกลุ่มใหญ่กว่ากับกลุ่มคนกลุ่มด้อยกว่า โดยสังเกตได้จากการใช้ภาษาต่าง ๆ บนแผ่นป้ายในเชิงเปรียบเทียบและ 2) หน้าที่เชิงสัญลักษณ์ คือ ภูมิภาคภาษา แสดงสัญลักษณ์บางประการ เนื่องจากภาษาที่ใช้บนแผ่นป้ายนั้นแสดงมิติ/ลักษณะที่โดดเด่นของกลุ่มคนที่ใช้ภาษานั้น ๆ นับได้ว่าพื้นที่สาธารณะเป็นพื้นที่ที่มีการสร้างสัญลักษณ์บางอย่างขึ้นมาแสดงให้สาธารณชนได้ประจักษ์แก่สายตาอย่างชัดเจน

หน้าที่ในการให้ข้อมูลความรู้

หน้าที่ให้ข้อมูลพื้นฐานที่สุดของภูมิภาคภาษา คือ ทำหน้าที่เป็นเครื่องหมายที่โดดเด่นของพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่ชุมชนภาษานั้น ๆ อาศัยอยู่ (Bourhis, 1992) ภูมิภาคภาษายังทำหน้าที่กำหนดขอบเขตพื้นที่ของกลุ่มภาษาที่อาศัยอยู่ เมื่อเทียบกับชุมชนทางภาษาอื่น ๆ ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่อยู่ติดกัน การใช้ภาษาเดียวอย่างสม่ำเสมอภายในภูมิภาคภาษาของพื้นที่หนึ่ง ๆ สามารถนำไปสู่ขอบเขตทางภาษาที่ชัดเจนระหว่างกลุ่มภาษาที่อยู่ติดกันในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ขอบเขตที่กำหนดไว้อย่างดีสามารถทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มภาษาคู่แข่งมีเสถียรภาพ ซึ่งการกำหนดเขตการปกครองที่ชัดเจนโดยสมาชิกของกลุ่มภาษาสามารถคาดว่าจะใช้และรับบริการจากภาครัฐและเอกชนในภาษาของตนเอง ดังนั้น ภูมิภาคภาษาจึงทำหน้าที่แจ้งให้สมาชิกในกลุ่มและนอกกลุ่มทราบถึงลักษณะทางภาษา ขอบเขตของพื้นที่และขอบเขตทางภาษาของภูมิภาคที่พวกเขาเข้ามา

ความแพร่หลายของภาษาโดยเฉพาะบนป้ายสาธารณะยังทำหน้าที่ให้ข้อมูล เนื่องจากบ่งชี้ว่าภาษาที่เป็นปัญหาสามารถใช้ในการสื่อสารและขอรับบริการภายในสถานประกอบการของรัฐและเอกชนที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นป้ายสาธารณะที่เขียนด้วยภาษาของตนเองทั้งภายนอกและภายในอาคารพาณิชย์และหน่วยงานราชการจึงสื่อถึงความคาดหวังว่าจะได้รับบริการในภาษาของกลุ่มภายในสถานประกอบการดังกล่าว (Maurais & Plamondon, 1986) ความไม่พอใจส่วนบุคคลและความรู้สึกที่ภาษาของตนเองไม่ได้รับความเคารพสามารถเกิดขึ้นได้ องค์กรก็ตาม เมื่อภาษาของป้าย

สาธารณชนไม่ตรงกับบริการในภาษาที่สอดคล้องกัน ภายในสถานประกอบการที่มีปัญหาความคลาดเคลื่อนดังกล่าวมักจะเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมสองภาษาหรือหลายภาษา ซึ่งสถานะสัมพัทธ์และหน้าที่ของภาษาที่แข่งขันกันนั้นไม่เสถียรและยังคงถูกต้องตามกฎหมายโดยความเห็นพ้องต้องกัน

ภูมิภาคนี้ภาษายังสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบทางภาษาด้านสังคมศาสตร์ของกลุ่มภาษาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ดังกล่าว ป้ายสาธารณะสามารถเป็นภาษาเดียว สองภาษา หรือหลายภาษา ซึ่งสะท้อนถึงความหลากหลายของกลุ่มภาษาที่มีอยู่ในพื้นที่ที่กำหนด ความโดดเด่นของหนึ่งภาษาบนป้ายสาธารณะเมื่อเทียบกับภาษาอื่นสามารถสะท้อนถึงอำนาจและสถานะของกลุ่มภาษาที่แข่งขันกัน (Bourhis, 1992) ในสถานการณ์เช่นนี้ เราอาจพบว่าป้ายสาธารณะส่วนใหญ่เขียนด้วยภาษาของกลุ่มภาษาหลัก ในขณะที่ป้ายสาธารณะเพียงไม่กี่ป้ายเท่านั้นที่พบภาษาของกลุ่มภาษาที่อ่อนแอกว่าในบางกรณี อาจพบเฉพาะภาษาของกลุ่มหลักบนป้ายสาธารณะภายนอก ในขณะที่ภาษาที่อ่อนแอกว่าอาจอยู่ร่วมกับภาษาหลักบนป้ายภายในอาคารของรัฐและเอกชน อีกทางหนึ่งเราอาจพบว่า ป้ายสาธารณะเขียนเป็นสองภาษาโดยภาษาของกลุ่มที่มีอำนาจเหนือกว่าจะแสดงอย่างเด่นชัดบนป้ายแต่ละป้ายมากกว่าภาษาของกลุ่มที่อ่อนแอกว่า กรณีที่ภาษาหลักในป้ายสาธารณะมักเป็นภาษาของกลุ่มคนส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่หรือเขตการปกครองที่มีปัญหา (Maurais & Monnier, 1996) อย่างไรก็ตาม ภาษาที่ใช้ทั่วไปในป้ายสาธารณะบางครั้งอาจเป็นภาษาของชนกลุ่มน้อยที่มีอำนาจเหนือกว่า ซึ่งสามารถใช้ภาษาของตนเองกับกลุ่มภาษาอื่นได้ แม้ว่ากลุ่มหลังนี้จะประชากรส่วนใหญ่ก็ตาม

ในสถานการณ์การอยู่ร่วมกันของความหลากหลายทางภาษา ภาษาที่มีสถานะสูงซึ่งใช้สำหรับหน้าที่ที่เป็นทางการมักจะพบได้บนป้ายสาธารณะมากกว่าภาษาที่ใช้สำหรับงานที่มีสถานะต่ำกว่า เช่น ในบ้านและในชุมชนท้องถิ่น (Bourhis, 1979; 1992) นี่อาจเป็นกรณี แม้ว่าภาษาที่มีสถานะสูงจะถูกพูดโดยประชากรส่วนน้อยภายในเขตการปกครองที่มีปัญหาเท่านั้น การกำหนดค่าของภาษาที่มีอยู่ในภูมิภาคนี้จึงสามารถให้ข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับการอยู่ร่วมกันของความหลากหลายทางภาษาของสภาพแวดล้อมสองภาษาหรือหลายภาษาโดยเฉพาะ ดังนั้น ก่อนที่จะสื่อสารระหว่างบุคคลกับผู้อยู่อาศัย เราสามารถใช้ภูมิภาคนี้เป็นตัวบ่งชี้ความสัมพันธ์เชิงอำนาจและสถานะที่มีอยู่ระหว่างกลุ่มภาษาต่าง ๆ ที่มีอยู่ในเขตการปกครองหรือพื้นที่ทางภูมิศาสตร์นั้น ๆ

การแยกแยะระหว่างป้ายเอกชนและป้ายราชการ (Leclerc, 1989) ป้ายส่วนบุคคลรวมถึงป้ายโฆษณาที่หน้าร้านและองค์กรธุรกิจ เช่น ร้านค้าปลีกและธนาคาร โฆษณาเชิงพาณิชย์บนบิลบอร์ด และป้ายโฆษณาที่แสดงในการขนส่งสาธารณะและบนยานพาหนะส่วนบุคคล ป้ายบอกทางราชการหมายถึง ป้ายสาธารณะที่ใช้โดยรัฐบาลระดับชาติ ระดับภูมิภาค หรือเทศบาลในขอบเขตต่อไปนี้ ป้ายถนน ชื่อสถานที่ ชื่อถนน และการจารึกบนสถานที่ราชการ รวมทั้งกระทรวง โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย ศาลากลาง โรงเรียน สถานีรถไฟใต้ดิน และ สวนสาธารณะ ผ่านนโยบายภาษาสำหรับ

ป้ายของรัฐบาลว่า รัฐบาลสามารถส่งผลกระทบต่อภูมิภาคที่ศรัทธาของพื้นที่ภายใต้เขตอำนาจของตน ในทางตรงข้ามรัฐอาจควบคุมภาษาของป้ายเอกชนน้อยลง ในกรณีนี้ เนื่องจากทั้งเนื้อหาและภาษาของป้ายส่วนบุคคลมักถูกมองว่าเป็นส่วนหนึ่งของเสรีภาพในการพูดของแต่ละบุคคล ในขณะที่ป้ายของรัฐบาลมักไม่ค่อยถูกพิจารณาว่าเป็นส่วนหนึ่งของเสรีภาพในการแสดงออกของบุคคล (Bourhis, 1992; 1994; Bourhis & Landry, n.d.; Woehrling, 1993)

ป้ายของรัฐบาลและป้ายเอกชนมีส่วนทำให้เกิดภูมิภาคที่ศรัทธาของภูมิภาคหรือดินแดน (Leclerc, 1989) ในบางกรณี โครงร่างภาษาของป้ายเอกชนและป้ายราชการอาจค่อนข้าง คล้ายกัน และทำให้ภูมิภาคที่ศรัทธาที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกัน อย่างไรก็ตาม มีบางกรณีที่ภาษาของป้ายเอกชนค่อนข้างขัดแย้งกับภาษาของป้ายราชการ บ่อยครั้งที่มีความหลากหลายทางภาษาในป้ายส่วนบุคคลมากกว่าป้ายของรัฐบาล (Leclerc, 1989) ยิ่งความแตกต่างระหว่างภาษาของป้ายราชการและภาษาของป้ายเอกชนมีมากเท่าใด ลักษณะของภูมิภาคที่ศรัทธาก็จะมีความสอดคล้องกันน้อยลงเท่านั้น ความหลากหลายทางสังคมวิทยา ความหลากหลายของภาษาในป้ายส่วนบุคคลอาจสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะที่หลากหลายของดินแดนใดดินแดนหนึ่งได้สมจริงที่สุด ด้วยเหตุนี้ ความหลากหลายของภาษาที่มีอยู่ในภูมิภาคที่ศรัทธาจึงถูกมองว่าเป็นการแสดงตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมของความหลากหลายทางภาษาและวัฒนธรรมของกลุ่มภาษาชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ในเขตการปกครองหรือภูมิภาคหนึ่ง ๆ

หน้าที่เชิงสัญลักษณ์

การไม่มีหรือมีภาษาของตนเองบนป้ายสาธารณะนั้น ส่งผลต่อความรู้สึกในฐานะสมาชิกของกลุ่มภาษาภายในสภาพแวดล้อมแบบสองภาษาหรือหลายภาษา (Bourhis, 1992) การมีภาษาของตนเองปรากฏบนป้ายส่วนบุคคลและป้ายราชการส่วนใหญ่ควรมีส่วนทำให้เกิดความรู้สึกว่าภาษาในกลุ่มนั้นมีคุณค่าและมีสภาพเมื่อเทียบกับภาษาอื่นภายในบริบทของภาษาสังคม ดังนั้นการรวมภาษาในกลุ่มบนป้ายสาธารณะจึงสามารถทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ที่แสดงออกทางอารมณ์และเสริมการทำงานด้านข้อมูลของภูมิภาคที่ศรัทธา (Québec, 1996) หน้าที่เชิงสัญลักษณ์ของภูมิภาคที่ศรัทธามีแนวโน้มที่จะเด่นชัดที่สุดในสภาพแวดล้อมที่ภาษากลายเป็นมิติที่สำคัญที่สุดของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (Sachdev & Bourhis, 1990) มันอยู่ในสภาพแวดล้อมดังกล่าวที่มีการปรากฏตัวของภาษาในกลุ่ม ภูมิภาคที่ศรัทธาจึงมีส่วนร่วมโดยตรงกับอัตลักษณ์ทางสังคมในเชิงบวกของกลุ่มชาติพันธุ์วิทยา

แนวคิดเกี่ยวกับภูมิภาคที่ศรัทธาสามารถเชื่อมโยงกับแนวคิดเรื่องความมีชีวิตชีวาทางชาติพันธุ์และอัตวิสัย (Landry & Bourhis, 1997) ความแพร่หลายของภาษาในกลุ่มป้ายสาธารณะสามารถเป็นสัญลักษณ์ของความแข็งแกร่งหรือความมีชีวิตชีวาของกลุ่มภาษาของตนเองในด้านประชากรศาสตร์และการควบคุมเชิงสถาบันเมื่อเทียบกับชุมชนภาษาอื่นภายในสภาพแวดล้อม

ระหว่างกลุ่ม ดังนั้นภาษาบนป้ายสาธารณะจึงบ่งบอกเป็นนัยสำคัญว่าน้ำหนักทางประชากรของกลุ่มนั้นมากพอที่จะรับประกันป้ายดังกล่าวในภูมิภาคทางภาษา ภาษาบนป้ายสาธารณะบ่งบอกเป็นนัยสำคัญว่ากลุ่มของตนเองได้รับการควบคุมระดับองค์กรภายในภาคส่วนสำคัญของเศรษฐกิจ สื่อมวลชน และหน่วยงานของรัฐ เช่น การศึกษา สุขภาพ การป้องกันประเทศ และการบริหารพลเรือน ภาษาในป้ายสาธารณะยังสามารถเป็นสัญลักษณ์ของชีวิตชีวาของกลุ่มภาษาชาติพันธุ์ในขอบเขตสนับสนุนองค์กรอื่น ๆ เช่น ผลผลิตทางวัฒนธรรม กิจกรรมเชิงพาณิชย์และศาสนา ดังนั้นการมีหรือไม่มีภาษาคู่แข่งในขอบเขตเฉพาะของภูมิภาคภาษาสามารถเป็นสัญลักษณ์แสดงจุดแข็งหรือจุดอ่อนของกลุ่มภาษาชาติพันธุ์ที่แข่งขันกันในสภาพแวดล้อมระหว่างกลุ่ม

การจำกัดภาษาบนป้ายสาธารณะสามารถสื่อถึงผลที่ภาษาของตนเองไม่มีค่าและมีสถานภาพเพียงเล็กน้อยในสังคม นอกจากนี้การจำกัดดังกล่าวยังสื่อถึงแนวคิดที่ว่าภาษาในกลุ่มนั้นมีประโยชน์เพียงเล็กน้อยสำหรับการดำเนินกิจกรรมสาธารณะ ดังนั้นจึงเป็นการตอกย้ำสถานการณ์ความหลากหลายทางภาษา เพื่อให้ประโยชน์ของภาษาที่โดดเด่น การไม่มีภาษาในกลุ่มบนป้ายสาธารณะอาจรวมเอาบรรทัดฐานภาษาสังคมที่ชักนำให้สมาชิกกลุ่มใช้ภาษากลุ่มของตนเองในขอบเขตภาษาที่ลดลงเรื่อย ๆ เมื่อรวมกับมาตรการกีดกันอื่น ๆ (เช่น การห้ามสอนภาษาชนกลุ่มน้อยในโรงเรียน) การไม่มีภาษาในกลุ่มในภูมิภาคภาษาอาจทำให้สมาชิกในกลุ่มลดคุณค่าความเข้มแข็งของชุมชนภาษาของตนเอง ทำให้ความตั้งใจของพวกเขาลดความตั้งใจที่จะถ่ายทอดภาษาในกลุ่มไปยังคนรุ่นต่อไป และบั่นทอนเจตจำนงของพวกเขาที่จะอยู่รอดในฐานะกลุ่มภาษาชาติพันธุ์ที่โดดเด่นในเชิงบวก (Bourhis, 1984; 1992)

การไม่มีภาษาของชนกลุ่มน้อยบนป้ายสาธารณะอาจทำให้นักเคลื่อนไหวพยายามชักจูงผู้มีอำนาจหน่วยงานท้องถิ่นหรือระดับชาติให้รวมภาษาของชนกลุ่มน้อยไว้ในป้ายของรัฐบาล ความมุ่งหมายดังกล่าวอาจได้รับการรณรงค์เพื่อเพิ่มภาษาย่อยบนป้ายชื่อถนน ชื่อสถานที่ และอาคารของรัฐที่มีอยู่ภายในเขตภาษาดั้งเดิมหรือเขตภาษาของชนกลุ่มน้อย การรณรงค์ที่ต่างไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิงอาจปิดกั้นหรือทำลายป้ายที่มีภาษาหลักและแทนที่ด้วยสคริปต์ในภาษาของชนกลุ่มน้อย เจ้าหน้าที่กลุ่มที่มีอำนาจเหนือกว่ามักจะควบคุมตำรวจและเครื่องมือตุลาการที่จำเป็นในการปราบปรามการรณรงค์ดังกล่าว แม้ว่าต้นทุนทางการเงินในการเปลี่ยนป้ายสาธารณะที่ชำรุดอาจทำให้เจ้าหน้าที่ประนีประนอมเกี่ยวกับภาษาบนป้ายสาธารณะได้ แต่ในที่สุด การรณรงค์สำหรับการรวมภาษาของชนกลุ่มน้อยบนป้ายสาธารณะก็ได้เกิดขึ้นในภูมิภาคต่าง ๆ เช่น เมืองบาสก์ ในฝรั่งเศสและสเปน คาตาโลเนีย คิวเบก และเวลส์ ดังนั้น แม้จะมีลักษณะที่ดูเหมือนจะคงที่ของป้ายสาธารณะ แต่การรณรงค์สามารถให้ภาพพลวัตของความขัดแย้งทั้งในปัจจุบันและในอดีตผ่านภาษาบนป้ายสาธารณะภายในภูมิภาคที่กำหนดหรือเขตการปกครองได้

การแพร่หลายของภาษาของตนเองบนป้ายสาธารณะสามารถเติมเต็ม หน้าที่ข้อมูลและสัญลักษณ์ที่สามารถกระตุ้นให้สมาชิกในกลุ่มเห็นคุณค่าและใช้ภาษาของตนเองในสภาพแวดล้อมระหว่างบุคคล และองค์กรที่หลากหลายอาจเสนอได้ว่าการใช้ภาษาในกลุ่มอย่างเป็นทางการเป็นระบบบนป้ายสาธารณะอาจส่งผลต่อเนื่องซึ่งอาจนำไปสู่การเกิดขึ้นหรือการรักษาบรรทัดฐานภาษาสังคมที่นิยมใช้ภาษาในกลุ่มมากขึ้น ในขอบเขตที่เพิ่มขึ้นหน้าที่ของภาษาขยายจากส่วนบุคคลไปสู่ขอบเขตสาธารณะมากขึ้น (Bourhis, 1992) ความแพร่หลายของภาษาในกลุ่มบนป้ายสาธารณะมีส่วนช่วยในเรื่องสถานภาพของภาษาในกลุ่ม ซึ่งจะส่งผลต่อวิธีที่สมาชิกในกลุ่มรับรู้ถึงความแข็งแกร่งและความมีความมีชีวิตชีวาของกลุ่มภาษาของตนเอง อย่างไรก็ตาม บทบาทของภูมิภาคที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ภาษายังคงได้รับการบันทึกไว้ในเชิงประจักษ์ เนื่องจากเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางภาษาทางสังคมศาสตร์อื่น ๆ ที่เอื้อต่อการรักษาภาษาและการเปลี่ยนแปลงของภาษา (Fishman, 1991)

จากมุมมองระหว่างกลุ่มภาษาหลักและกลุ่มภาษารองหรือกลุ่มภาษาชนกลุ่มน้อย (Bourhis, 1979; Bourhis & Gagnon, 1994) มีแนวโน้มว่ากลุ่มภาษาคู่แข่งจะแข่งขันกันเพื่อยืนยัน “การมองเห็น” ของภาษาของตนเองภายในภูมิภาค ดังที่ได้เห็นก่อนหน้านี้ การแข่งขันเพื่อ “การมองเห็น” บนป้ายสาธารณะทำหน้าที่ทั้งสัญลักษณ์และข้อมูลจากมุมมองของทั้งกลุ่มภาษาหลักและภาษารองภายในเขตเมือง ภูมิภาค หรือระดับชาติ โดยเฉพาะส่วนแบ่งของการมองเห็นที่จัดสรรให้กับภาษาคู่แข่งบนป้ายส่วนบุคคลและป้ายของรัฐบาลสามารถถูกมองว่าเป็นผลมาจากการแข่งขันที่กระทำโดยกลุ่มภาษาหลักและภาษารองที่อาศัยอยู่ในดินแดนที่กำหนด บ่อยครั้งกลุ่มภาษาหลักสามารถกำหนดภาษาของตนเองอย่างเป็นทางการที่สุดในภูมิภาคของดินแดนที่กำหนด (Bourhis, 1979) เนื่องจากเป็นกลุ่มภาษาหลักที่สามารถควบคุมเครื่องมือของรัฐที่ควบคุมภาษาบนป้ายสาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด เราสามารถพิจารณาตำแหน่งสัมพัทธ์ของภาษาที่แข่งขันกันในภูมิภาคเป็นตัวชี้วัดว่า กลุ่มที่มีอำนาจเหนือกว่าปฏิบัติต่อชนกลุ่มน้อยที่อาศัยอยู่ในดินแดนที่กำหนด (Bourhis, 1984; 1994)

บทบาทหน้าที่ของภูมิภาคภาษาศาสตร์ 2 ประการข้างต้น จากการศึกษาภาษาที่ใช้บนแผ่นป้ายในพื้นที่สาธารณะ อาจอธิบายออกเป็นประเด็น ประเภทและจำนวนภาษาบนแผ่นป้าย และลักษณะเฉพาะของแผ่นป้ายวิภาษาและพหุภาษา

ประเภทของแผ่นป้ายในพื้นที่สาธารณะ (Types of signs in public spaces)

แผ่นป้ายเป็นส่วนประกอบสำคัญของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ โดยเฉพาะในพื้นที่สาธารณะ เนื่องจากแผ่นป้ายจะดึงดูดความสนใจของผู้อ่านแผ่นป้ายที่สัญจรไปมา ทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจข้อมูลที่ปรากฏบนแผ่นป้ายต่าง ๆ ดังนั้นการเลือกประเภทของแผ่นป้าย

ในพื้นที่สาธารณะจึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ผู้จัดทำป้ายต้องคำนึงถึงเพื่อความเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด

โครงสร้างของภูมิทัศน์ภาษา 4 ประการ

Ben-Rafael et al. (2006, อ้างถึงใน พรพิมล ศิวินา, 2563) กล่าวว่า ภูมิทัศน์ภาษาประกอบกันขึ้นมาเพื่อแสดงออกถึงภาพการใช้ชีวิตของคนในพื้นที่นั้น ซึ่งภาพเหล่านั้นก็คืออัตลักษณ์ต่าง ๆ ของผู้คนบริเวณนั้นนั่นเอง เช่น ภาพของปารีส คือเมืองที่มีแต่ภาษาฝรั่งเศส เมื่อมองจากป้ายต่าง ๆ เช่นเดียวกับภาพของในเมืองใหญ่ ๆ เช่น ลอนดอนหรือนิวยอร์ก ก็จะมีภาพภาษาอังกฤษให้เป็นที่จดจำ แต่ภาพภูมิทัศน์ภาษาเหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นมาเอง เกิดขึ้นเนื่องจากผู้เกี่ยวข้องกับป้ายมีส่วนร่วมในประกอบสร้างขึ้นมา โดยมี การขับเคลื่อนจากโครงสร้างของภูมิทัศน์ภาษาที่แต่เดิม (Ben-Rafael et al., 2006) เสนอไว้ 3 ข้อ ในงานวิจัย 'Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: the case of Israel' ซึ่งมาจากกรอบแนวคิดทางทฤษฎีสังคมวิทยาโดยมีรายละเอียดคือ

1. การนำเสนอตัวตน (Presentation of self) หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับป้าย ซึ่งในที่นี้หมายถึงผู้ออกแบบป้ายหรือผู้เป็นเจ้าของป้าย มีแนวโน้มจะแสดงอัตลักษณ์ของตนเองผ่านการเลือกภาษาที่ใช้บนป้าย ซึ่งภาษาที่ได้รับการยอมรับว่ามีความสำคัญ มีศักดิ์ศรีมากกว่า มักจะถูกเลือกใช้ในป้าย
2. ความสมเหตุสมผล (Good reasons) หมายถึง ภาษาที่มีอิทธิพล มีแรงดึงดูดผู้อ่านมากกว่ามีภาพลักษณ์ในทางบวกจะถูกเลือกใช้ในป้ายเพื่อดึงดูดผู้อ่าน
3. ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (Power relations) หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับป้าย ถูกกำหนดให้ใช้ภาษาใดภาษาหนึ่งบนป้าย เช่น มีการกำหนดให้ใช้ภาษาราชการเท่านั้นในป้ายของทางการ

ต่อมา Ben-Rafael (2009) ได้เสนอโครงสร้างของภูมิทัศน์ภาษาเพิ่มอีก 1 ข้อ ซึ่งมีกรอบแนวคิดมาจากการสื่อสารทางวัฒนธรรมเชิงสังคมร่วมสมัย (Contemporary sociocultural communities) ได้แก่

4. อัตลักษณ์ของหมู่คณะ (Collective identity) หมายถึง การแสดงถึงความชื่นชอบให้ส่วนรวมรับรู้ ต่างจากการนำเสนอตัวตน เพราะการนำเสนอตัวตนคือการแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ ตัวอย่างการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของหมู่คณะ เช่น การแสดงสัญลักษณ์หรือคำว่า ฮาลาล บนป้าย

ภัทรนินิษฐ์ ศรีจอมทอง (2559) กล่าวถึงประเภทของแผ่นป้ายว่าอาจแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ แผ่นป้ายถาวร (permanent signs) และแผ่นป้ายชั่วคราว (temporary signs) โดยมักผลิตจากวัสดุหลากหลายประเภท อาทิ โลหะ แผ่นหิน ไม้ เหล็ก ไวนิล ผ้า พลาสติก กระดาษ ซีเมนต์ไม้เทียมเรียก “เฌอรา” รวมถึงวัสดุต่าง ๆ ที่ผู้ผลิตสร้างสรรค์ขึ้นมา

1) แผ่นป้ายถาวร (Permanent signs)

แผ่นป้ายถาวร มักได้แก่แผ่นป้ายที่จัดทำขึ้นโดยหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่ที่มีอำนาจ (public authorities) เป็นแผ่นป้ายที่เป็นทางการ (official signs) ตามที่ Backhaus (2006) และ Cenoz and Gorter (2006) ได้กล่าวไว้ ประกอบไปด้วยแผ่นป้ายทั้งที่เป็นของสาธารณะและที่เป็นของส่วนบุคคลเป็นแผ่นป้ายที่จัดทำโดยรัฐบาลหรือสถาบันที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้มีอำนาจในการจัดทำแผ่นป้ายถาวร อาจได้แก่ หัวหน้าหน่วยงาน หรือ องค์กร หรือ บุคคลผู้เป็นเจ้าของ กิจกรรม แผ่นป้ายประเภทนี้ มักได้แก่ ป้ายชื่อถนน ป้ายชื่อสถานที่ สถาบันการศึกษา สำนักงาน และองค์กรต่าง ๆ ทั้งของรัฐ และเอกชน โรงแรม ร้านอาหาร ร้านค้า รีสอร์ท บ้านจัดสรร ที่พักประเภทต่าง ๆ อาทิ หอพัก อพาร์ทเมนต์ คอนโดมีเนียม

2) แผ่นป้ายชั่วคราว (Temporary signs)

แผ่นป้ายชั่วคราว อาจเป็นแผ่นป้ายที่มีผู้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกาศ ประชาสัมพันธ์ โฆษณา และเชิญชวน ตามโอกาสใดโอกาสหนึ่ง เป็นเรื่องเฉพาะกิจ ติดไว้ ณ สถานที่ใดที่หนึ่ง ในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง เท่านั้น และอาจเป็นแผ่นป้ายแบบไม่เป็นทางการ (nonofficial signs) ซึ่งจากการอธิบายของ Backhaus (2006) แผ่นป้ายประเภทนี้ เป็นแผ่นป้ายที่มักจัดทำขึ้นโดยพลเมือง (the citizens) ซึ่งได้แก่ ชื่อร้านค้า การโฆษณาสินค้า ฯลฯ และมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้ภาษาต่างประเทศหลากหลายภาษา เพื่อแสดงความสัมพันธ์แบบเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับชุมชนภาษาภายนอก อย่างเช่น ภาษาอังกฤษ จึงเป็นการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ของผู้ทำแผ่นป้าย town to honest แผ่นป้ายประเภทชั่วคราวนี้ มักมีลักษณะและรูปแบบภาษาที่ค่อนข้างเป็นอิสระ เป็นการแสดงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของพลเมือง บริษัท ห้างร้าน หรือ องค์กรเอกชน หรือ บุคคลต่าง ๆ

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าภูมิทัศน์ภาษา เป็นศาสตร์แขนงหนึ่งในสาขาวิชาภาษาศาสตร์สังคม มุ่งศึกษาการใช้ภาษาบนแผ่นป้ายในพื้นที่สาธารณะ เช่น ป้ายตามท้องถนน ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ป้ายชื่อถนน ป้ายชื่อสถานที่และหน่วยงาน ป้ายชื่อร้านค้า และป้ายประเภทอื่น ๆ ที่อยู่ในพื้นที่สาธารณะ โดยมุ่งศึกษาในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางภาษา และวัฒนธรรม โดยเฉพาะในเขตเมืองและปริมณฑล ซึ่งการศึกษาภูมิทัศน์ภาษามีบทบาทหน้าที่ 2 ประการ ได้แก่ หน้าที่ในการให้ข้อมูลความรู้ ว่ามีภาษาใดบ้างที่ใช้ในการสื่อสารตามพื้นที่ในชุมชน และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ ว่าภาษาที่ใช้บนป้ายมีลักษณะที่โดดเด่นของกลุ่มคนที่ใช้ภาษานั้น ๆ อย่างไร

โดยการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาจะสะท้อนให้เห็นถึงสถานภาพภาษา บทบาทภาษา นโยบายภาษา ทักษะด้านภาษารวมถึงอำนาจระหว่างกลุ่มภาษาต่าง ๆ ของสังคมนั้น ๆ ได้

ในปัจจุบันแนวคิดภูมิทัศน์ภาษาได้รับความสนใจจากนักวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาด้านภาษาศาสตร์สังคม (Sociolinguistics) ทั้งนี้ ผู้ศึกษาจะนำเสนองานวิจัยของนักวิชาการต่างประเทศและนักวิชาการไทยที่ศึกษาเกี่ยวกับภูมิทัศน์ภาษา ดังตัวอย่างต่อไปนี้

2.1.2 งานวิจัยเกี่ยวกับภูมิทัศน์ภาษา

Huebner (2003, อ้างถึงใน สิริฉนทร พิกุลทอง, 2554) ศึกษาภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ กรุงเทพมหานคร จากป้ายต่าง ๆ 613 ป้ายที่พบในย่านที่มีความแตกต่างทางภาษา 15 แห่ง ทั้งในใจกลางกรุงเทพฯ และเขตชานเมือง เพื่อศึกษาว่าภาษาสามารถแยกพื้นที่หนึ่งออกจากอีกพื้นที่หนึ่งได้อย่างไร และภาษาอังกฤษมีอิทธิพลต่อวิธภาษาต่าง ๆ ของภาษาไทยอย่างไร ผลการศึกษาพบว่า ในจำนวนป้ายทั้งหมด มีป้ายราชการ ทั้งสิ้น 101 ป้าย ซึ่งเขียนด้วยภาษาไทย อย่างเดียว 60 ป้าย และเขียนด้วยภาษาไทย-อังกฤษ 34 ป้าย จำนวนของป้ายภาษาดังกล่าวสะท้อนถึงนโยบายภาษาไทยในฐานะภาษาราชการและภาษาอังกฤษในฐานะภาษาของการสื่อสารระดับสากล นอกจากนี้ยังพบว่าป้ายราชการที่แสดงชื่อกระทรวง สถาบัน ถนน สัญญาณจราจร และเส้นทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ มักเขียนด้วยภาษาไทย-อังกฤษ ส่วนป้ายที่แสดงข้อบังคับการสัญจร มักเขียนด้วยภาษาไทยเท่านั้น ไม่ว่าจะย่านใดก็ตาม ในขณะที่ป้ายภาษาไทย-อังกฤษ มักพบในย่านธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าแหล่งชุมชน จึงกล่าวได้ว่างานวิจัยนี้ทำให้เข้าใจความแตกต่างทางภาษาของย่านต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานครว่า ภาษามีความสัมพันธ์กับพื้นที่ ผู้อยู่อาศัย และผู้ที่ต้องการจะสื่อสารด้วย รวมถึงสะท้อนโครงสร้างทางสังคมและสถานภาพของภาษาต่าง ๆ ในย่านนั้น ๆ ด้วย

Cenoz and Gorter (2006, อ้างถึงใน สิริฉนทร พิกุลทอง, 2554) เปรียบเทียบป้ายภาษาของเมืองโดโนสเตีย-ซานเซบัสเตียน แคว้นบาสก์ ประเทศสเปน และเมืองลิเวอร์พูล-ลิเวอร์พูล จังหวัดฟริสแลนด์ ประเทศเนเธอร์แลนด์ ซึ่งเมืองทั้งสองเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ ข้อมูลที่ศึกษาเก็บจากป้ายต่าง ๆ บนถนนสายที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวมากที่สุดของแต่ละเมือง เพื่อศึกษาการใช้ภาษาของชนกลุ่มน้อย (ภาษาบาสก์ของเมืองโดโนสเตีย-ซานเซบัสเตียน และภาษาฟริเซียนของเมืองลิเวอร์พูล-ลิเวอร์พูล) การใช้ภาษาของรัฐ (ภาษาสเปนของเมืองโดโนสเตีย-ซานเซบัสเตียน และภาษาดัตช์ของเมืองลิเวอร์พูล-เวอร์ด) และการใช้ภาษาอังกฤษในฐานะภาษาสากล

ข้อมูลบนป้ายแสดงให้เห็นว่า ทั้งสองเมืองใช้ภาษาของรัฐมากกว่าภาษาชนกลุ่มน้อย ทำให้ภาษาของรัฐมีสถานภาพสูงกว่าภาษาชนกลุ่มน้อย ประชากรในเมืองลิวเวิร์ท-ลีวอร์เดนมากกว่าครึ่งพูดภาษาฟรีเซียน แต่ใช้เป็นภาษาเขียนบนป้ายน้อย ขณะที่ประชากรของเมืองโดโนสเตีย-ซานเซบัสเตียนที่พูดภาษาบาสก์มีน้อย แต่ใช้เป็นภาษาเขียนบนป้ายมากกว่า อย่างไรก็ตาม การปรากฏของภาษาชนกลุ่มน้อยของทั้งสองเมืองยังคงน้อยกว่าภาษาของรัฐ ลักษณะป้ายทวิภาษาและป้ายพหุภาษาของเมืองทั้งสองแสดงถึงสถานภาพของภาษาของรัฐที่สูงกว่าภาษาชนกลุ่มน้อย และภาษาต่างประเทศอื่น ๆ โดยวิเคราะห์จากลำดับการจัดวางภาษา ขนาดตัวอักษร ชนิดตัวอักษร และจำนวนข้อมูลที่ปรากฏบนป้าย การศึกษาพบว่า ภาษา สเปนและภาษาดัตช์บนป้าย มีตำแหน่งที่โดดเด่นขนาดตัวอักษรใหญ่เห็นได้ชัดเจน และชนิดตัวอักษรที่แตกต่างจากภาษาชนกลุ่มน้อย รวมถึงข้อมูลที่ปรากฏบนป้ายเขียนด้วยภาษาของรัฐมากกว่าภาษาชนกลุ่มน้อย ความแตกต่างนี้สะท้อนภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ของเมืองโดโนสเตีย ซานเซบัสเตียน และเมืองลิวเวิร์ท-ลีวอร์เดนว่าภาษาของรัฐเป็นภาษาหลักในชุมชน สำหรับการใช้อังกฤษ พบว่า เมืองลิวเวิร์ท-ลีวอร์เดนมีการปรากฏของภาษาอังกฤษ มากกว่าเมืองโดโนสเตีย-ซานเซบัสเตียน อย่างไรก็ตาม การใช้ภาษาอังกฤษที่เพิ่มขึ้นของเมืองทั้งสอง โดยเฉพาะในเมืองโดโนสเตีย-ซานเซบัสเตียน บ่งบอกว่าภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศที่มีความสำคัญที่สุดเมื่อเทียบกับภาษาต่างประเทศอื่น ๆ เพราะใช้เป็นภาษากลาง (Lingua franca) ในการสื่อสาร

การศึกษาครั้งนี้อธิบายหน้าที่สำคัญของภาษาด้านการให้ข้อมูล (Informative function) และคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic function) กล่าวคือ หน้าที่ของการให้ข้อมูลสะท้อนจากภาษาต่าง ๆ ที่ร้านค้าและธุรกิจต่าง ๆ เลือกใช้เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายของตน และการใช้ภาษาที่แตกต่างกันนี้สะท้อนหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ของภาษาของค่านิยมด้านความทันสมัยและมีระดับของภาษาอังกฤษที่เหนือกว่าภาษาท้องถิ่น ซึ่งส่งผลต่อการปรากฏของภาษาอื่น ๆ ในชุมชน จึงกล่าวได้ว่างานวิจัยนี้ทำให้ทราบถึงสถานภาพของภาษาต่าง ๆ ในชุมชน ที่สะท้อน ผ่านการปรากฏของภาษาบนป้ายทั้งป้ายทวิภาษาและพหุภาษา รวมไปถึงการใช้อังกฤษเพื่อแสดงความสากลทันสมัยและมีระดับของธุรกิจด้วย

Backhaus (2007, อ้างถึงใน สิริฉัตร พิกุลทอง, 2554) ศึกษาเกี่ยวกับพหุภาษาของเมืองโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ผ่านป้ายภาษา โดยเลือกเก็บเฉพาะป้ายบริเวณสถานีรถไฟ สายยามานอเตะ (Yamanote Line) ซึ่งเป็นย่านธุรกิจและการค้า และมีทัศนียภาพที่เป็นระเบียบ หลังจากการวิเคราะห์ข้อมูล จากป้ายพหุภาษา 2,321 ป้าย ปรากฏภาษาที่ใช้บนป้ายพหุภาษาทั้งหมด 15 ภาษา โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น ภาษาจีน ภาษาเกาหลี ภาษาฝรั่งเศส ภาษาโปรตุเกส ภาษาสเปน ภาษาลาดิน ภาษาไทย ภาษาอิตาลี

ภาษาเปอร์เซีย ภาษาตากาล็อก ภาษาเยอรมัน ภาษาอารบิก และภาษารัสเซีย แม้ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศญี่ปุ่นเป็นผู้พูดภาษาเดียว (Monolingual) แต่ภาษาราชการตามนโยบายภาษาไม่ได้มีภาษาญี่ปุ่นเพียงภาษาเดียว ยังมีการใช้ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาเกาหลี ซึ่งสอดคล้องกับการใช้ภาษาบนป้ายของหน่วยงานราชการ กล่าวคือ ปรากฏการใช้ภาษาบนป้ายพหุภาษาของราชการเพียง 4 ภาษานี้เท่านั้น ตรงข้ามกับป้ายพหุภาษาที่ไม่ใช่ของราชการจะปรากฏภาษาอื่นร่วมด้วยป้ายพหุภาษาดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความเป็นพหุภาษาในเมืองโตเกียว ที่กำหนดโดยภาคประชาชนมากกว่าภาครัฐ นอกจากนี้ลำดับการจัดเรียงข้อมูลภาษาบนป้ายพหุภาษาที่ไม่ใช่ของราชการต้องอาศัยความเข้าใจร่วมกัน (Mutual Intelligibility) กล่าวคือ เมื่อแปลความหมายของแต่ละภาษาบนป้ายเดียวกันพบว่าให้รายละเอียดที่ไม่ครบถ้วนเท่ากัน ลำดับการจัดเรียง สะท้อนให้เห็นว่าผู้อ่านถูกคาดหวังว่าต้องรู้มากกว่าหนึ่งภาษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาญี่ปุ่นและภาษาอังกฤษ ในขณะที่ภาษาที่ใช้บนป้ายพหุภาษาของราชการสามารถแปลถอดความแล้ว ให้ความหมายครบถ้วนเท่ากัน แสดงให้เห็นว่าป้ายพหุภาษาของราชการตอบสนองผู้อ่านที่เป็นผู้พูดภาษาเดียวมากกว่า เพราะไม่ว่าจะรู้เพียงภาษาใดภาษาหนึ่งก็สามารถเข้าใจสารได้ครบถ้วนเท่ากัน

Backhaus อธิบายว่า การปรากฏของภาษาต่างประเทศบนป้ายพหุภาษาของราชการในประเทศญี่ปุ่นเป็นเรื่องข่มงวด มีเพียงภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาเกาหลีเท่านั้น ที่สามารถใช้ร่วมกับภาษาญี่ปุ่นบนป้ายพหุภาษาราชการได้ ต่างจากป้ายพหุภาษาที่ไม่ใช่ของราชการ ที่ปรากฏภาษาต่างประเทศอื่น ๆ นอกเหนือจาก 4 ภาษาดังกล่าวร่วมด้วย ปรากฏการณ์นี้แสดงถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่กำหนดโดยกฎระเบียบและผู้เขียนป้าย ซึ่งก็คือรัฐนั่นเอง กล่าวคือสถานภาพของภาษาญี่ปุ่นและภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ถูกกำหนดโดยรัฐบาล ซึ่งเป็นตัวแทนของอำนาจในสังคม ยิ่งไปกว่านั้น ลำดับการจัดเรียงภาษาบนป้ายพหุภาษาของราชการก็แสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจด้วย เห็นได้จากการที่ภาษาญี่ปุ่นปรากฏในตำแหน่งที่เด่นชัดและสำคัญเสมอ รวมไปถึงมีขนาดตัวอักษรใหญ่กว่าภาษาอื่น ๆ ด้วย ในทางตรงข้ามการปรากฏของภาษาต่าง ๆ ในตำแหน่งที่ปะปนกันไปบนป้ายพหุภาษาที่ไม่ใช่ของราชการ แสดงถึงการไม่มีลำดับชั้นของภาษาต่าง ๆ บนป้าย และความเป็นชุมชนพหุภาษา อีกทั้งการใช้ภาษาอังกฤษบนป้ายพหุภาษาที่ไม่ใช่ของราชการสามารถตีความได้ว่า ผู้เขียน (ซึ่งอาจเป็นชาวญี่ปุ่น) ต้องการแสดงค่านิยมด้านความเป็นสากลที่ติดมากับภาษาอังกฤษด้วย

ในขณะที่ภาษาเกาหลีซึ่งปรากฏมากเป็นอันดับสามของป้ายพหุภาษาทั้งหมด แสดงถึงความเป็นพวกพ้องได้เป็นอย่างดี กล่าวคือ ป้ายภาษาเกาหลีส่วนใหญ่เป็นของกิจการที่ดำเนินการโดยชาวเกาหลีที่ต้องการแสดงอัตลักษณ์ความเป็นชาติ และบ่งบอกความเป็นชุมชนเกาหลี จึงกล่าวได้ว่างานวิจัยนี้ทำให้ทราบถึงความสำคัญของภาษาบนป้ายที่ สะท้อนสภาพสังคม พหุวัฒนธรรม และลำดับการจัดวางของภาษาที่แสดงสถานะของภาษาต่าง ๆ ซึ่งปรากฏร่วมกัน

บนป้าย อีกทั้งสามารถบอกความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่เป็นผลมาจากนโยบายภาษา และความเป็นพวกพ้องของผู้พูดภาษาในชุมชนนั้น ๆ ได้อีกด้วย

สิริณทร พิกุลทอง (2554) ศึกษาภาษาบนป้ายพาณิชย์ของสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพของภาษาบนป้ายพาณิชย์ ศึกษาที่มาและความหมายในการตั้งชื่อสถานประกอบการบริเวณถนนพระอาทิตย์ และอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับถนนพระอาทิตย์ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นภาพถ่ายป้ายชื่อ สถานประกอบการทั้งหมดที่ตั้งอยู่ริมถนนพระอาทิตย์ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 55 ป้าย และแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 55 คน อุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ กล้อง ดิจิตอล และแบบสัมภาษณ์ ผู้ศึกษาศึกษาข้อมูลภาพถ่ายป้ายชื่อสถานประกอบการด้วยการวิเคราะห์ภาษาเค้าเดิม ชนิดตัวอักษร และลำดับการจัดวาง เพื่อศึกษาสถานภาพของภาษาต่าง ๆ ที่ปรากฏบนถนนพระอาทิตย์ และข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการ

ผลการศึกษาพบว่า ภาษาอังกฤษมีสถานภาพสูงที่สุดบนถนนพระอาทิตย์ เพราะมีจำนวนความถี่ของภาษาเค้าเดิมและความถี่ของชนิดตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายพาณิชย์มากที่สุด รวมถึงลักษณะการปรากฏของตัวอักษรในตำแหน่งที่มีความสำคัญที่สุดบนป้ายพาณิชย์อีกด้วย การที่ภาษาอังกฤษมีสถานภาพสูงที่สุด เพราะทำหน้าที่เป็นภาษากลางในการสื่อสารกับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยเองด้วย ในขณะเดียวกันภาษาอังกฤษยังทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ด้วย กล่าวคือ บ่งบอกความเป็นเมือง ความทันสมัย ความเป็นสากล และแสดงถึงวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ส่วนที่มาจากและความหมายของชื่อสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์ที่ปรากฏมากที่สุด คือ ประเภทธุรกิจ ที่สะท้อนความหมายโดยตรง อาจกล่าวได้ว่าเจ้าของสถานประกอบการต้องการให้ชื่อสถานประกอบการของตนสามารถสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าและนักท่องเที่ยวต่างชาติได้โดยตรงเพื่อเป็นการโฆษณาและดึงดูดลูกค้า

Yanhong and Rungruang (2013) ศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่: การศึกษาเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษบนป้ายข้อความ งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ (Linguistic Landscape) ในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อวิเคราะห์ประเภทของการใช้ codemixing ที่ปรากฏบนป้ายข้อความกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ป้ายข้อความจำนวนทั้งสิ้น 262 ป้าย ที่ปรากฏในพื้นที่ที่ได้มีการกำหนดไว้ในจังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มี 2 ประเภท ได้แก่ 1) แบบบันทึก

การวิเคราะห์ป้ายข้อความ 2) กล้องถ่ายภาพดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูลกระทำทั้งในเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ โดยมีวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์ทางสถิติ (ค่าความถี่ และค่าร้อยละ) ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะป้ายส่วนใหญ่เป็นแบบสองภาษา คือ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ป้ายส่วนใหญ่ทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลและการพาณิชย์ นอกจากนี้ งานวิจัยยังพบ codemixing ในหลากหลายชนิดบนป้ายข้อความที่มีปรากฏ ซึ่งเป็นการย้ำให้เห็นถึงความสำคัญและอิทธิพลของ ภาษาอังกฤษในลักษณะที่เป็นภาษาสากล และแสดงให้เห็นว่าอิทธิพลของภาษาอังกฤษมีส่วน เกี่ยวข้องกับการพัฒนาภาษาไทยไม่เพียงแต่ในรูปแบบของการยืมคำศัพท์แต่ยังรวมถึงเรื่องอักขระ การออกเสียง และวากยสัมพันธ์

จริยา เสียงเย็น (2558) ศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาจากป้ายโฆษณาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายโฆษณา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ตามแนวคิดทฤษฎีภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ โดยศึกษาจาก กลุ่มตัวอย่างป้ายโฆษณาโดยใช้วิธีการเจาะจงเลือกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 100 ป้าย สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า จากการศึกษาตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายโฆษณา พบภาษาที่ใช้ทั้งหมดจำนวน 4 ภาษา คือ ภาษาไทย ร้อยละ 84 รองลงมาคือ ภาษาอังกฤษ ร้อยละ 50 ภาษาลาว คือ ร้อยละ 24 และน้อยที่สุดคือ ภาษาจีน ร้อยละ 7 และเมื่อจัดรูปแบบภาษาที่ปรากฏบนป้ายโฆษณาสามารถจัดรูปแบบภาษา ได้เป็น 4 รูปแบบ คือ 1) ป้ายโฆษณาที่ใช้ภาษาเดียว พบร้อยละ 49 2) ป้ายโฆษณาที่ใช้สองภาษา พบร้อยละ 40 3) ป้ายโฆษณาที่ใช้สามภาษา พบร้อยละ 8 และ 4) ป้ายโฆษณาที่ใช้สี่ภาษา พบร้อยละ 3 ตามลำดับ

ชอทอง บรรจงสวัสดิ์ (2558) ศึกษาคำไทยในภูมิทัศน์ฝรั่งเศส: การศึกษาเชิงสัญลักษณ์ของ ชื่อร้านอาหารไทยในปารีส บทความนี้ศึกษาคำไทยที่ปรากฏอยู่ในภูมิทัศน์ฝรั่งเศส ผ่านการวิเคราะห์ สัญลักษณ์ของชื่อร้านอาหารไทยในปารีส ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าชื่อร้านจำนวนมากมาจากชื่อ สถานที่ที่รู้จักดีในเมืองไทย และมากกว่าครึ่งของชื่อที่วิเคราะห์ใช้คำว่า “ไทย” หรือ “สยาม” เพื่อบ่งบอกความเป็นไทย การวิเคราะห์ความหมายสัญลักษณ์ของชื่อไทยสะท้อนอัตลักษณ์ของ ร้านอาหารที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของประเทศไทยด้วยข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ประเพณี ธรรมชาติ ระบอบการปกครอง และระบบสัญลักษณ์ นอกจากนี้ การวิจัยนี้ยังเผยให้เห็นการใช้ศัพท์ และโครงสร้างกลุ่มคำที่มีลักษณะลูกผสมระหว่างภาษาไทย ฝรั่งเศส และอังกฤษ การศึกษาครั้งนี้

ชี้ให้เห็นร่องรอยของวัฒนธรรมไทยในฝรั่งเศส ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของภูมิทัศน์ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม

ภัทรนิษฐ์ ศรีจอมทอง (2559) ศึกษาภาษาที่ปรากฏบนแผ่นป้ายในพื้นที่สาธารณะ โดยบูรณาการความรู้ด้านภาษาศาสตร์กับความรู้ด้านสังคมและวัฒนธรรมในสังคมพหุภาษา พหุวัฒนธรรมที่เกิดการปะทะกันระหว่างโลกาภิวัตน์ในภาษาบนแผ่นป้ายในเขตภาคเหนือตอนบน ซึ่งมีการสัมผัสภาษาอย่างเข้มข้น ปรากฏการณ์ภาษาข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทและหน้าที่ของแผ่นป้ายในพื้นที่สาธารณะว่ามีใช้รูปภาษาที่ให้ข้อมูลความรู้เพียงเท่านั้น แต่ยังบรรจุหน้าที่เชิงสัญลักษณ์การอ้างอัตลักษณ์ของภาษาถิ่นไว้ ซึ่งเผยให้เห็นถึงปรากฏการณ์สังคม วัฒนธรรมชุมชน ตลอดจนกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรมหลากหลายรูปแบบอย่างเป็นพลวัตอีกด้วย กล่าวคือ ภูมิทัศน์ภาษาในล้านนาผู้เขียนได้ฉายภาพความเป็นสังคมพหุภาษา พหุวัฒนธรรมในสังคมล้านนาปัจจุบันผ่านแผ่นป้ายในพื้นที่สาธารณะที่มีการสัมผัสภาษาที่หลากหลาย ได้แก่ การสัมผัสภาษาของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ในมณฑลล้านนาที่อาศัยอยู่เดิมแล้วการสัมผัสภาษากลุ่มภาษายุโรป เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาอิตาลี ภาษาเยอรมัน ภาษาเชค ฯลฯ และการสัมผัสภาษาของกลุ่มภาษาตะวันออก เช่น ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเกาหลี ภาษาอาหรับ ภาษามาเลย์ ภาษาพม่า ภาษาไทใหญ่ ฯลฯ

ถนอมจิตต์ สารอด และสรารุณี ไกรเสม (2562) ศึกษาความเป็นพหุภาษาในชุมชนเมือง: กรณีศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิทัศน์ทางภาษากับธุรกิจการค้าย่านนาฝั้นเหนือ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ภาษาที่ปรากฏบนป้ายชื่อร้านค้าและบริการที่ส่งผลต่อธุรกิจการค้าของคนในย่านนาฝั้นเหนือ กรุงเทพมหานคร โดยมีการเก็บตัวอย่างป้ายชื่อร้านค้าและบริการในย่านนาฝั้นเหนือ จำนวน 65 ป้าย โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง นอกจากนี้ ผู้ศึกษายังได้ใช้การเก็บข้อมูล โดยการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งเพื่อการอุปโภคและบริโภค กับธุรกิจร้านเสริมความงามและสุขภาพ นิยมใช้ป้ายแบบสองภาษาที่มีภาษาอังกฤษ และภาษาอาหรับมากกว่าป้ายประเภทอื่น นอกจากนี้ ยังพบว่า ป้ายหลายภาษาปรากฏในธุรกิจด้านการบริโภค ธุรกิจเสริมความงามและสุขภาพ ซึ่งมีความนิยมใกล้เคียงกับป้ายสองภาษา ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสรุปได้ว่า ผู้ค้าในย่านนาฝั้นเหนือใช้ป้ายสองภาษาในการสื่อสารกับลูกค้ามากใกล้เคียงกับป้ายหลายภาษา เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ โดยผู้ประกอบการมุ่งเป้าไปที่กลุ่มลูกค้าแถบตะวันออกกลาง และลูกค้าที่ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารเป็นหลัก รวมถึงใช้ภาษาอื่นบางส่วน สำหรับการใช้ภาษาไทยนั้น พบว่ามีการใช้บนป้ายเช่นกัน การค้นคว้าครั้งนี้ถือเป็นการช่วยให้สังคมได้ตระหนักถึงความสำคัญของภาษาที่เข้ามา

มีบทบาทร่วมกับความเป็นโลกาภิวัตน์มากยิ่งขึ้นและเป็นแนวทางในการวางแผนสนับสนุนด้านการค้าและเศรษฐกิจ

กรกฤษ มิมงคล (2563) ศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในประเทศไทย งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์และสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในประเทศไทย ศึกษาโดยการถ่ายภาพป้ายที่อยู่ในมหาวิทยาลัย จำนวน 200 ป้าย แบ่งเป็นภาพป้ายที่ถ่ายจากวิทยาเขตในเมืองจำนวน 100 ป้าย และภาพป้ายที่ถ่ายจากวิทยาเขตนอกเมือง จำนวน 100 ป้าย ศึกษาวิเคราะห์โดยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดของ Landry & Bourhis (1997); Gorter (2006); Munday (2012) และ Adendorff (1996) และการแจกแบบสอบถาม เพื่อสำรวจความคิดเห็นจากนิสิตที่เรียนวิทยาเขตในเมืองจำนวน 60 คน และนิสิตที่เรียนวิทยาเขตนอกเมือง จำนวน 98 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 158 คน ทั้งหมดได้มาจากการเลือกแบบเจาะจงโดยในแบบสอบถามมีคำถาม 2 รูปแบบ ได้แก่ คำถามปลายปิดประเภทมาตราส่วนประมาณค่าและคำถามแบบปลายเปิด สถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ การหาจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที่แบบเป็นอิสระต่อกัน ผลการศึกษาพบว่า วิทยาเขต ในเมืองมีป้ายแบบหนึ่งภาษามากกว่าป้ายแบบสองภาษา ส่วนวิทยาเขตนอกเมืองมีป้ายแบบสองภาษามากกว่าป้ายแบบหนึ่งภาษา โดยป้ายแบบสองภาษาแบ่งเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ ป้ายแบบแปลภาษาและป้ายแบบผสมภาษา ป้ายแบบแปลภาษามี 4 รูปแบบ โดยรูปแบบที่พบมากที่สุด ได้แก่ การแปลแบบความหมายคงเดิมหรือการถอดความหมายแบบคำต่อคำ ส่วนป้ายแบบผสมภาษามี 3 รูปแบบ โดยรูปแบบที่พบมากที่สุด ได้แก่ การผสมภาษาอังกฤษเมื่อเป็นคำนามชื่อเฉพาะ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนิสิตที่มีต่อภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์พบว่า นิสิตทั้งสองวิทยาเขตมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กิตตินาถ เรขาลิลิต (2563) ศึกษาเรื่องการเลือกภาษาของป้ายสาธารณะในมหาวิทยาลัยของไทย กรณีศึกษาจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ การศึกษานี้มุ่งวิเคราะห์รูปแบบของการเลือกภาษาบนป้ายสาธารณะในมหาวิทยาลัย ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งตั้งอยู่ในเขตใจกลางเมือง และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งตั้งอยู่บริเวณชานเมือง ผลการวิเคราะห์พบว่ารูปแบบของป้ายสาธารณะในมหาวิทยาลัยไทยมีรูปแบบเดียวกับป้ายสาธารณะในงานวิจัยอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม ผู้ศึกษาพบรูปแบบของการเลือกภาษาที่แตกต่างออกไปจากผลของงานวิจัยอื่น 4 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบที่ 1 ใช้รูปแบบการเขียน แบบหนึ่งภาษา แต่ใช้ภาษาอังกฤษเท่านั้น รูปแบบที่ 2 ใช้รูปแบบการเขียนแบบพ้องความหมายแต่ใช้ภาษาอังกฤษ

เป็นหลัก รูปแบบที่ 3 ใช้รูปแบบการเขียนแบบปณภาษาในระดับนามวลีโดยใช้ไทยปนกับภาษาอังกฤษ และรูปแบบที่ 4 ใช้รูปแบบการเขียนแบบพหุภาษาแบบอังกฤษ-ไทย ซึ่งสะท้อนให้เห็นบทบาทที่เพิ่มขึ้นของภาษาอังกฤษบนป้ายสาธารณะในมหาวิทยาลัยของไทย ดังเช่นที่ Spolsky (2009) กล่าวไว้ว่าการเลือกภาษาบนป้ายสาธารณะสะท้อนนโยบายภาษาของมหาวิทยาลัย

กิตตินาถ เรขาลิลา และคณะ (2563) ศึกษาบทบาทของภาษาประจำชาติและภาษาอังกฤษในสปป.ลาว: ภาพสะท้อนจากสถานการณ์ภาษาในปัจจุบันภาษาแต่ใช้ภาษาอังกฤษ การศึกษาครั้งนี้เป็นผลผลิตจากโครงการวิจัยที่ได้รับทุนรางวัลประเภทศาสตราจารย์วิจัยดีเด่น จากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย พ.ศ.2559-2562 มีขอบเขตกว้างขวาง ซึ่งมีได้จำกัดอยู่เพียงระดับประเทศเท่านั้น แต่ยังแผ่ขยายไปในระดับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อีกด้วย งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากเอกสารอินเทอร์เน็ต และการออกภาคสนาม ณ นครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว ระหว่างวันที่ 21-28 กรกฎาคม 2561 โดยมีวัตถุประสงค์ศึกษาการเลือกภาษา การแปลและภูมิทัศน์ภาษาในสปป.ลาว โดยกำหนดแฉวงสำคัญทั้งหมด 5 แฉวง ได้แก่ แฉวงกฎหมาย แฉวงสื่อ แฉวงการศึกษา แฉวงวรรณกรรม และแฉวงการเมือง ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาการเลือกภาษาของแต่ละแฉวงและการแปลภาษาจะทำให้เห็นว่าภาษาใดมีความสำคัญมากที่สุดในสปป.ลาว ส่วนการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาทำให้เห็นภาพรวมว่าภาษาใดมีความโดดเด่นมากที่สุดในสปป.ลาว

พิชัย แก้วบุตร และนพวรรณ เมืองแก้ว (2563) ศึกษาป้ายและชื่อธุรกิจการค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ: การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์ งานวิจัยนี้ วิเคราะห์ลักษณะเด่นของการใช้ภาษาในป้ายและชื่อธุรกิจการค้าที่ปรากฏในท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ตามแนวคิดภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์ (Linguistic landscape) ผลการวิจัยที่สำคัญพบว่า ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิเป็นพื้นที่ที่มีสภาวะพหุภาษา (Multi Language) แม้ปรากฏการณ์ทางภาษาดังกล่าวจะไม่สอดคล้องกับนโยบายภาษาที่รัฐบาลไทยพยายามส่งเสริมสนับสนุนภาษาเดียว (Unilingual language policy) แต่เพื่อการรองรับการเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติและพัฒนาให้ท่าอากาศยานเป็นพื้นที่แห่งการแลกเปลี่ยนความหลากหลายของวัฒนธรรมต่าง ๆ จึงควรปรับปรุงรูปแบบของการจัดทําป้าย นโยบาย แนวปฏิบัติทางภาษาให้มีความหลากหลายทันสมัยและเหมาะสมกับการนำไปใช้ได้จริง เช่น การกำหนดใช้ภาษาที่หลากหลายมากกว่าภาษาเดียว การกำหนดรูปแบบของป้ายโครงสร้างพื้นฐานสาธารณะให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน การเลือกใช้ภาษาและอักษรที่มีความสอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน เป็นต้น

Siwina and Prasithratsint (2020) ศึกษาภูมิทัศน์พหุภาษาบนพรมแดนของประเทศไทย โดยกล่าวว่า ซึ่งการดำรงอยู่ของอาเซียนเป็นหนึ่งในสาเหตุหลายประการที่ภาษาประจำชาติของสมาชิกอังกฤษและอาเซียนปรากฏบนป้ายในประเทศไทยอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะในเมืองชายแดนที่มีวิวัฒนาการการใช้ภาษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเขียนป้ายสาธารณะ ด้วยเหตุนี้ โครงการวิจัยนี้จึงตรวจสอบภาษาที่ใช้บนป้ายในบางเมืองที่มีพรมแดนติดกับประเทศไทย ซึ่งจะศึกษา 2 ประเด็น ได้แก่ 1) การเลือกภาษา และ 2) รูปแบบการเขียน บนป้ายในเมืองใกล้เคียงของประเทศไทย ทำชี้ให้เห็นในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาและสหพันธ์เขตในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ข้อมูลประกอบด้วยป้ายสาธารณะ 800 ป้าย ที่รวบรวมจากสองเมือง ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการเลือกภาษาบนป้ายบอกทางทั้งสองเมืองมี 3 รูปแบบ ได้แก่ ป้ายภาษาเดียว ป้ายสองภาษา และป้ายหลายภาษา ส่วนรูปแบบการเขียนพบ 4 ประเภท ได้แก่ ภาษาบนป้ายเขียนทับศัพท์ข้อความเดียวกัน (Homophonic) ภาษาบนป้ายเขียนทับศัพท์ข้อความบางข้อความ (Mixed) ภาษาบนป้ายมีหลายภาษา โดยแต่ละภาษาสื่อความหมายแตกต่างกัน (Polyphonic) และภาษาบนป้ายมีเพียงภาษาเดียว (Monophonic) โดยภาษาประจำชาติเป็นภาษาแรกที่ปรากฏบนป้ายตามด้วยภาษาต่างประเทศ ส่วนทำชี้ให้เห็นมีป้ายหลายภาษามากกว่าสหพันธ์เขต เนื่องจากมีการใช้ภาษามากกว่า

ภัทรนิษฐ์ ศรีจอมทอง (2565) ศึกษาการปรากฏคำเมืองบนแผ่นป้ายสาธารณะในฐานะการสะท้อนอัตลักษณ์ล้านนา การศึกษานี้เป็นการสำรวจและอธิบายอย่างละเอียดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของล้านนา-ภาคเหนือของประเทศไทยผ่านแผ่นป้ายในพื้นที่สาธารณะโดยเฉพาะริมถนน ได้มีการเก็บข้อมูลแผ่นป้ายเชิงปริมาณในบริเวณเขตเมือง รอบเมืองและพื้นที่รอบนอกเมืองของจังหวัดในภาคเหนือของประเทศไทย 6 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง พะเยา และแพร่จากแผ่นป้าย จำนวน 3, 247 แผ่น พบคำเมืองแบบคำเดียวจำนวน 1,136 คำ คำเหล่านี้ถูกนำมาจำแนกประเภทเพื่อหาคำเมืองที่ใช้มากที่สุด 10 ลำดับต้น ซึ่งเป็นคำที่ปรากฏออกมา 404 ครั้ง บนแผ่นป้ายลักษณะด้านอัตลักษณ์ล้านนา จำนวน 12 ประการสื่อสะท้อนออกมาในคำเมืองที่มีนัยสำคัญในคำ 10 คำที่พบในการศึกษานี้ ได้แก่ ความเป็นแม่/เพศหญิง (แม่) ภูมิศาสตร์และความอุดมสมบูรณ์ในชีวิตความเป็นอยู่ (นา) หน่วยทางสังคมและชาติพันธุ์ (บ้าน) โลกทัศน์ที่มีต่อสรรพสิ่ง (ล้านและหลวง) ภูมิศาสตร์ที่มีลักษณะเฉพาะ (พะเยา) ลักษณะที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ (ดอย และ ห้วย) เศรษฐกิจและพฤติกรรมทางสังคม (กาด) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (เฮือน และ คำ) และจิตใจ-คุณค่าสำคัญของชีวิต (ใจ) จากผลการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของล้านนานี้ ได้นำมาอภิปรายตามแนวความคิดเกี่ยวกับภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ที่ Cenoz and Gorter (2006) และ Curtin (2009) ได้เสนอไว้โดยบูรณาการเข้ากับองค์ความรู้ด้านล้านนาคดีที่อ้างอิงถึง Nimmanhemim (2004); Rungruengsri (2004); Penth (2010); Ongsakul (2010)

ร่วมกับแนวความคิดด้านอัตลักษณ์ที่เสนอโดย Abrams and Hogg (1990) Bucholtz and Hall (2004) และ Santiwutmethee (2002) เป็นต้น ลักษณะอัตลักษณ์ทั้งหมดนี้ช่วยให้เห็นภาพโลกทัศน์และมุมมองทางสังคมของผู้คนในล้านนาที่แสดงออกมาผ่านภาษาเขียน ภาษาคำเมืองบนแผ่นป้ายในพื้นที่สาธารณะ

มูฮำหมัดสุกรี หะยีสะนิ (2565) ศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาบนป้ายร้านค้ากาแฟในเขตชุมชนพหุภาษา การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภาษาบนป้ายร้านค้ากาแฟในเขตชุมชนพหุภาษา และเพื่อวิเคราะห์หน้าที่ของภาษาบนป้ายร้านค้ากาแฟในเขตชุมชนพหุภาษา เทศบาลนครยะลา ตามแนวคิดภูมิทัศน์ทางภาษา โดยดำเนินการวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างการวิจัยนี้คือ ป้ายร้านค้ากาแฟที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชนพหุภาษา เทศบาลนครยะลา จำนวน 65 ป้าย ใช้วิธีคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจงป้ายร้านค้ากาแฟที่เห็นได้ชัดด้วยตาเปล่าและเป็นป้ายติดตั้งถาวร เครื่องมือเก็บข้อมูลคือกล้องโทรศัพท์มือถือและแบบบันทึก ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟในเขตชุมชนพหุภาษาเลือกใช้ป้ายชื่อร้านแบบหนึ่งภาษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.92 ส่วนป้ายสองภาษาพบได้เป็นลำดับรองลงมาคือร้อยละ 40 ในขณะที่ป้ายสามภาษาพบน้อยที่สุดร้อยละ 3.07 ส่วนภาษาที่พบบนป้ายร้านค้ากาแฟมากที่สุดคือ ภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 64.89 และรองลงมาเป็นภาษาไทย คิดเป็นร้อยละ 30.85 ผลการวิจัยอีกประการหนึ่งแสดงให้เห็นหน้าที่ของภาษาบนป้ายร้านค้ากาแฟที่ทำหน้าที่แสดงชื่อร้านร้อยละ 10.76 แสดงรายละเอียดร้านร้อยละ 3.07 และแสดงทั้งชื่อร้านและรายละเอียดร้าน ร้อยละ 86.15 ผลการวิจัยข้างต้น แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของภาษาอังกฤษที่มีการแพร่ขยายในธุรกิจเครื่องดื่ม ซึ่งทำหน้าที่รายงานชื่อร้านและรายละเอียดร้านด้วยภาษาอังกฤษเพื่อความเป็นสากล อีกนัยหนึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถของผู้ประกอบการในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อยกระดับร้านค้ากาแฟให้มีภาพลักษณ์เป็นนานาชาติผ่านเครื่องมือภาษา

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาสามารถสรุปได้ว่า การศึกษาภูมิทัศน์ภาษา มุ่งศึกษาป้ายที่อยู่บนพื้นที่สาธารณะ โดยมักศึกษาป้ายร้านอาหาร ป้ายเชิงพาณิชย์ ป้ายสาธารณะ ป้ายโฆษณาหรือป้ายบอกข้อมูลทั่วไป โดยนักวิชาการส่วนใหญ่ศึกษาป้ายแบบเฉพาะจงประเภท ทั้งนี้ ยังมีนักวิชาการบางส่วนที่ศึกษาป้ายที่ปรากฏในพื้นที่สาธารณะแบบไม่ได้เจาะจงประเภท อย่างไรก็ตาม พื้นที่ที่นักวิชาการสนใจศึกษาล้วนแต่เป็นแหล่งพหุภาษา เช่น แหล่งธุรกิจการค้า แหล่งท่องเที่ยว สถานศึกษา สนามบิน สถานีรถไฟฟ้ามหานคร ชุมชนเมือง ชานเมือง และเขตชายแดน ที่มีการรวมตัวของผู้คนทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ จนเกิดเป็นสังคมที่มีคนหลากหลายทางภาษาเพื่อใช้สื่อสารกับผู้คนในพื้นที่

ซึ่งวัตถุประสงค์หลักของการศึกษา คือ การวิเคราะห์ภาษา เช่น การเลือกใช้ภาษา การแปลภาษา ที่มาและความหมาย รูปแบบภาษา การลำดับจัดวางภาษา ขนาดตัวอักษร ชนิดตัวอักษร เป็นต้น ซึ่งการวิเคราะห์การใช้ภาษาที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสะท้อนให้เห็นสถานภาพภาษา สภาพสังคม และวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ที่เป็นขอบเขตการศึกษา

2.2 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับภาษาและความหลากหลายของภาษา

อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2548) กล่าวว่า ภาษา เป็นสมบัติของมนุษย์ เป็นเครื่องมือที่มนุษย์ใช้สื่อสารกัน มนุษย์ในทุกสังคมมีภาษาเฉพาะของตนเอง เช่นเดียวกับมีวัฒนธรรมเฉพาะของตน นักมานุษยวิทยาจัดภาษาให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม การจัดเช่นนี้ถือได้ว่าสมเหตุสมผล เนื่องจากภาษามีคุณสมบัติทุกประการที่วัฒนธรรมอื่น ๆ มิได้แก่ เป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้ ไม่ใช่ได้มาโดยสัญชาตญาณ เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เป็นสิ่งที่เป็นที่ยอมรับโดยสมาชิกในสังคม และที่สำคัญที่สุด คือเป็นสมบัติของมนุษย์เท่านั้น (สัตว์ไม่มีวัฒนธรรมและไม่มีภาษา) เมื่อนึกถึงภาษา เรามักนึกถึงเจ้าของภาษา เช่น เมื่อเอ่ยถึงภาษาญี่ปุ่น เราก็มักนึกถึงชาวญี่ปุ่น ซึ่งอาศัยอยู่ในประเทศญี่ปุ่น โดยทั่ว ๆ ไป ภาษาแต่ละภาษามีผู้พูดที่อยู่รวมกันเป็นกลุ่มในสถานที่แห่งใดแห่งหนึ่ง ซึ่งโดยทั่วไปจะอยู่ในรูปประเทศ ชุมชนที่ประกอบด้วยคนที่พูดภาษาเดียวกัน เรียกว่า ชุมชนภาษา ประเทศแต่ละประเทศถือว่าเป็น 1 ชุมชนภาษา ประเทศไทยเป็น 1 ชุมชนภาษา ประเทศญี่ปุ่นก็เป็น 1 ชุมชนภาษา อย่างไรก็ตาม ภาษาอาจพูดกันในชุมชนที่เล็กกว่าประเทศก็ได้ เช่น จังหวัด อำเภอบ้าน หรือแม้แต่หมู่บ้าน ดังนั้น จังหวัด อำเภอบ้าน และหมู่บ้าน ก็ถือว่าเป็นชุมชนภาษาด้วย

เป็นที่น่าสังเกตว่า ชุมชนภาษาไม่จำเป็นต้องมีความเป็นหนึ่งเดียว กล่าวคือ ไม่จำเป็นที่ทุกคนในชุมชนต้องพูดภาษาเดียวกันทั้งหมด 100 เปอร์เซ็นต์ ชุมชนภาษาอาจเป็นชุมชนหลายภาษาก็ได้ ตัวอย่างที่เห็นได้ใกล้ตัว ได้แก่ ประเทศไทย ถึงแม้จะเป็นที่ยอมรับกันว่าประเทศไทยประกอบด้วยคนที่พูดภาษาไทย แต่ตามความเป็นจริงแล้ว มีคนไทยบางกลุ่มที่พูดภาษาอื่นได้ด้วย เช่น ใน 4 ภูมิภาคใต้ของประเทศไทย (ยะลา ปัตตานี นราธิวาส และสตูล) ภาษาที่ใช้ นอกจากภาษาไทย คือ ภาษามาเลย์ ซึ่งต่างจากจังหวัดอื่น ๆ ในประเทศไทย ในบางอำเภอของจังหวัดศรีสะเกษและบุรีรัมย์ ประชากรใช้ภาษาเขมรเป็นหลักและใช้ภาษาไทยกับภาษาอีสานด้วย ชุมชนที่พูดภาษามาเลย์และภาษาเขมรเหล่านี้ อาจถือว่าเป็นชุมชนย่อยในชุมชนภาษาใหญ่คือประเทศไทย

ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่า ภาษาเป็นเครื่องมือหรือระบบสื่อสารของสังคมมนุษย์ในระดับใดก็ได้ สังคมมนุษย์ที่พูดภาษาเดียวกันเรียกว่า ชุมชนภาษา ทั้งนี้ ชุมชนภาษาอาจมีขนาดเล็กหรือใหญ่ก็ได้

ได้ และอาจเป็นชุมชนหนึ่งภาษาหรือชุมชนหลายภาษาก็ได้ ในชุมชนหลายภาษาสมาชิกในชุมชนมีความรู้ความสามารถในการพูดได้มากกว่าหนึ่งภาษา ภาษาเหล่านั้นอาจมีความใกล้เคียงกันหรือแตกต่างกันอย่างมากก็ได้

ปัจจุบันเป็นยุคโลกาภิวัตน์ ยุคที่แทบทุกพื้นที่ในโลกสามารถติดต่อ สื่อสาร และเชื่อมโยงระหว่างกันได้ง่าย ทำให้แต่ละพื้นที่หรือแต่ละสังคมมีการเปิดรับวัฒนธรรมและภาษาภายนอกสังคมตนเองเข้ามา ส่งผลให้สังคมนั้น ๆ กลายเป็นสังคมที่มีความผสมผสานทางวัฒนธรรมและมีความหลากหลายภาษา อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2556) ได้อธิบายว่า ความหลากหลาย (diversity) ของภาษา มีได้หลายอย่าง ความแตกต่างกันของภาษาต่าง ๆ ในโลกก็เป็นความหลากหลายอย่างหนึ่ง ภาษาในสังคมหนึ่งย่อมต่างจากภาษาของอีกสังคม เพราะสังคมที่ต่างกันย่อมมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน และภาษาก็เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม จึงย่อมแตกต่างกันด้วย นักภาษาศาสตร์จำแนกภาษาต่าง ๆ ในโลกด้วยเกณฑ์แตกต่างกัน เช่น จำแนกตามการสืบสายร่วมกันออกเป็นตระกูลภาษาต่าง ๆ ภาษาในตระกูลเดียวกันย่อมมีความคล้ายคลึงกันมากกว่าภาษาคนละตระกูล

การที่ประเทศหนึ่งประเทศใดมีภาษาที่ใช้ในประเทศหลายภาษา ก็แสดงให้เห็นอีกด้านหนึ่งของความหลากหลายของภาษา ในประเทศแคนาดา มีภาษาที่ใช้อยู่ถึง 11 ตระกูลภาษา ซึ่งประกอบด้วย ภาษาที่แตกต่างกันถึง 53 ภาษา นอกจากนี้แล้ว ยังมีภาษาที่ติดมากับผู้อพยพที่เข้ามาอยู่ภายหลังอีก ที่เป็นที่ยูจกกันดี ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส และนอกจากนั้น ยังมีภาษาไอซ์แลนด์ ภาษาจีน ภาษารัสเซีย และภาษายุโรปอื่น ๆ อีก ความหลากหลายของภาษา เช่นนี้เองที่เป็นจุดกระตุ้นให้นักภาษาศาสตร์สังคมสนใจศึกษาปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับภาษาในสังคม เช่น การเลือกภาษา การใช้ภาษา และการวางแผนภาษา ซึ่งรวมหัวข้อต่าง ๆ เช่น การกำหนดภาษาประจำชาติ การกำหนดภาษาราชการ การทำภาษาให้เป็นภาษามาตรฐาน เป็นต้น

ทั้งนี้ ความหลากหลายของภาษาอาจหมายถึงการที่ภาษาหนึ่งภาษาใดมีประเภทย่อยหลายรูปแบบในตัวของมันเองก็ได้ ดังตัวอย่าง ภาษาอังกฤษ ซึ่งมีประเภทย่อย ๆ หลายประเภท เช่น ภาษาอังกฤษแบบอังกฤษ (British English) ภาษาอังกฤษแบบอเมริกัน (American English) ภาษา อังกฤษแบบอินเดีย (Indian English) เป็นต้น และแต่ละประเภทย่อยยังสามารถแบ่งประเภทย่อยลงไปอีกตามปัจจัยต่าง ๆ

อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2548) ได้อธิบายว่า ภาวะหลายภาษา (multilingualism) หมายถึง ภาวะที่คนใดคนหนึ่งมีความรู้หรือสามารถพูดได้มากกว่า 1 ภาษา คนที่มีภาวะหลายภาษา เรียกว่า คนหลายภาษา หรือ ผู้รู้หลายภาษา (multilingual) ถ้าคนใดมีความรู้หรือพูดได้ 2 ภาษาเท่านั้น เราเรียกว่า คนสองภาษา หรือ ผู้รู้สองภาษา (bilingual) และอาจกล่าวได้ว่าเขามีภาวะสองภาษา (bilingualism)

อย่างไรก็ตาม นักภาษาศาสตร์ส่วนใหญ่ใช้คำว่า สองภาษา หรือ หลายภาษา ในความหมายที่กว้างกว่านี้ ซึ่งในที่นี้ก็จะถือเช่นเดียวกันนี้ด้วย กล่าวคือ หมายถึง บุคคลใดก็ตามที่รู้หรือพูดได้มากกว่า 1 ภาษา โดยไม่จำกัดว่าจะพูดได้ดีเพียงใด ถ้าเพียงแต่เข้าใจ แต่ไม่พูดก็ถือว่ามีความหลายภาษาเหมือนกัน แต่ถ้าพูดได้เพียง 2-3 คำ และไม่เข้าใจเลย พวกนี้ไม่นับว่าเป็นผู้รู้หลายภาษา จุดสำคัญคือมีความรู้ความเข้าใจจะพูดสำเนียงและไวยากรณ์ได้เหมือนเจ้าของภาษา หรือไม่เป็นสิ่งไม่สำคัญ

ภาวะหลายภาษาอาจเป็นคุณสมบัติของปัจเจกบุคคลหรือของสังคมก็ได้ ซึ่งสังคมหมายถึงกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในที่ใดที่หนึ่งด้วยกัน มีวัฒนธรรมร่วมกัน และมีปฏิสัมพันธ์กัน หากสังคมประกอบด้วยผู้รู้หลายภาษาส่วนใหญ่ สังคมนั้นจะกลายเป็นสังคมหลายภาษา (multilingual society) ทั้งนี้ ในโลกยุคปัจจุบันการหาสังคมที่มีเพียงภาษาเดียว (monolingual society) กลับเป็นเรื่องยาก เพราะการติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างสะดวกและง่ายดายมากขึ้น ผู้คนจึงมีโอกาสดูติดต่อกับคนนอกสังคมมากขึ้น และเรียนรู้ภาษาที่วัฒนธรรมของผู้อื่น ซึ่งในที่สุดก็รับเอาภาษากับวัฒนธรรมเหล่านั้นเข้ามาในสังคม ความเป็นหนึ่งภาษาจึงค่อยๆ เลือนหายไป

นอกจากนั้น ปัจจัยที่ทำให้สังคมกลายเป็นสังคมหลายภาษา อาจเป็นเพราะมีการอพยพย้ายถิ่นมา ผู้คนต่างภาษากันอาจมารวมกันอยู่เป็นสังคมเดียวกัน ในที่สุดสมาชิกของสังคมต่างก็เรียนภาษาที่ตนไม่รู้จักเพื่อประโยชน์ในการติดต่อสื่อสาร ผลก็คือสมาชิกทั้งหลายต่างก็มีความสามารถใช้ได้ทั้งภาษาของตนและภาษาที่ตนเรียนรู้จากผู้อื่น ซึ่งในสังคมหลายภาษา สมาชิกส่วนใหญ่หรือทั้งหมดสามารถหรือเข้าใจได้หลายภาษา ดังนั้น ในการใช้ภาษาจะต้องมีการเลือกภาษา (language choice/code choice) โดยการเลือกภาษาเกิดกับบุคคลที่พูดได้มากกว่าหนึ่งภาษา หมายถึง การตัดสินใจที่จะใช้ภาษาใดภาษาหนึ่งที่ตนพูดได้ในการสื่อสาร

การสัมผัสภาษา (Language contact)

รัตนา จันท์เทาว์ (2560) อธิบายถึงการการสัมผัสภาษาไว้ว่าเป็นปรากฏการณ์ทางภาษาที่เกิดจากผู้พูดในสังคมนั้นใช้ภาษาได้มากกว่าหนึ่งภาษา ทำให้รับอิทธิพลของภาษาอื่นเข้ามาใช้ในการพูดหรือการเขียน ภาษาของตน หนังสือของ Weinreich (1953) เรื่อง Languages in Contact เป็นงานบุกเบิกแนวคิดเรื่องนี้ ต่อมาหนังสือหลายเล่มอธิบายและยกตัวอย่าง สถานการณ์การสัมผัสภาษาที่เกิดขึ้นกับทั่วโลก (Thomason & Kaufman, 1988; Thomason, 2001; Winford, 2003)

อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2542) กล่าวว่า การสัมผัสภาษานั้นเกิดขึ้นอย่างเป็นธรรมชาติในสังคมหลายภาษา เมื่อสังคมมีจำนวนผู้รู้หลายภาษา (multilingual) พวกเขาจะใช้ภาษาปนกัน ภาษาของคนเหล่านี้จึงมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน เนื่องจากการสัมผัสภาษาเป็นปรากฏการณ์ที่ทำให้ภาษาเปลี่ยนแปลง กล่าวคือ ภาษา 2 ภาษาที่สัมผัสกันในตัวผู้รู้สองภาษาจะมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน

และภาษาทั้งสองจะค่อย ๆ เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเพราะได้รับอิทธิพลจากอีกภาษาหนึ่ง การที่ภาษา ก. มีอิทธิพลต่อภาษา ข. จนมีผลทำให้ภาษา ข. ต่างไปจากเดิม โดยผลของการสัมผัสภาษาอาจปรากฏ ในรูปของการยืมลักษณะต่าง ๆ จนทำให้ตัวเองเปลี่ยนไปจากเดิม ซึ่งการสัมผัสภาษาเกิดจากการที่ผู้รู้ หลายภาษาใช้ภาษาเหล่านั้นสลับกันหรือปนกัน ทั้งนี้ การสัมผัสภาษามักเกิดในบริเวณหรือพื้นที่ที่ผู้ พูดภาษาหลายภาษาอยู่ใกล้เคียงกันพื้นที่ดังกล่าวนี้เรียกว่า เขตภาษา (linguistic area) ภาษาต่าง ๆ เมื่อสัมผัสกันเป็นเวลานานจะยืมลักษณะซึ่งกันและกันจนกลายเป็นภาษาที่คล้ายคลึงกัน ปรากฏการณ์นี้เรียกว่า การลู่เข้าของภาษา (linguistic convergence) ซึ่งตรงข้ามกับ การลู่ออกของ ภาษา (linguistic divergence)

การปนภาษา หมายถึง การใช้คำของภาษาหนึ่งในบริบทของอีกภาษาหนึ่งในความหมาย ที่กว้างที่สุด หรือ การใช้ภาษาหนึ่งในทุกระดับหรือทุกรูปแบบปนกับอีกภาษาหนึ่งของผู้พูด เช่น ใช้คำ วลี ลักษณะทาง เสียง ประโยค หรือข้อความต่อเนื่องยาว ๆ ในภาษาอังกฤษปนเข้าไปในการพูด ภาษาไทย เป็นต้น อย่างไรก็ตาม นักวิชาการบางท่านใช้คำว่า การปนภาษาในความหมายที่แคบลงมา คือ หมายถึงเฉพาะการปนในระดับคำหรือสำนวนเท่านั้น ไม่รวมการพูดภาษาอื่นยาว ๆ สลับกับพูด ภาษาของตน ซึ่งปรากฏการณ์นั้นจะเรียกว่า การสลับภาษา ดังนั้น เมื่อพูดภาษาหนึ่งอีกภาษาหนึ่งจะ เข้าไปปนโดยไม่รู้ตัว หรือบางครั้งอาจรู้ตัวก็ได้ เช่น การพูดไทยปนอังกฤษ (เพราะคนไทย ส่วนใหญ่ รู้ภาษาอังกฤษ) การพูดจีนปนไทย การพูดไทยปนเขมร การพูดไทยปนมาเลย์ การพูดไทยปน โมกเคลิน (Moklen) การพูดมาเลย์ปนไทย การพูดเขมรปนไทย การพูดโมกเคลินปนไทย เป็นต้น การปนภาษาไม่จำกัดวงอยู่เฉพาะภาษาที่ต่างตระกูลกันเท่านั้น ภาษาไทยกับลาวก็ปนกันได้ ภาษาไทย กับผู้ไท ไทลื้อกับลาวพวนก็ปนกันได้ และนอกจากนั้นการปนยังสามารถเกิดจากการสัมผัสภาษาย่อย ของภาษาเดียวกันได้ด้วย เป็นต้น เช่น การพูดปักข์ใต้ปูนไทยกลาง การพูดไทยมาตรฐาน ปนไทยอีสาน ทั้งนี้ การปนภาษาเป็นสิ่งธรรมชาติไม่ค่อยมีผู้ใดสังเกตเห็นหรือถือว่าเป็นปรากฏการณ์ ที่น่าอึดใจและห่วงใยมากนัก หากไม่เป็นที่เด่นหรือคุณสมบัติของภาษามาตรฐาน

การสลับภาษา เป็นปรากฏการณ์ที่ผู้พูดสองภาษาหรือหลายภาษาพูดภาษาเหล่านั้นสลับกัน ไปมาในระดับประโยคหรือยาวกว่าประโยค การสลับภาษา มีความคล้ายคลึงกับการปนภาษา มากจนนักวิชาการบางคนรวมเรียกปรากฏการณ์ทั้งสองว่า การสลับภาษาทั้งสิ้นหรือเรียกว่า การปน ภาษาทั้งสิ้น การสลับภาษามีหลายประเภท ได้แก่ การสลับภาษาในการสนทนา การสลับภาษาตาม สถานการณ์ และการสลับภาษาเชิงอุปลักษณ์ รายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การสลับภาษาในการสนทนา หมายถึง การพูดภาษา 2 ภาษา หรือวิธภาษา 2 วิธภาษา สลับกันโดยไม่มีเหตุผลหรือปัจจัยอะไรมาควบคุม เกิดขึ้นในการสนทนาทั่ว ๆ ไปของผู้รู้สองภาษา ซึ่งใช้ภาษาต่าง ๆ สลับกันแบบไม่รู้สึกรู้สึ

2. การสลับภาษาตามสถานการณ์ หมายถึง การพูด 2 ภาษาหรือวิธภาษา 2 วิธภาษา สลับกันตามสถานการณ์ เช่น ในสถานการณ์ที่ไม่เป็นทางการจะใช้ภาษาที่หนึ่ง แต่ในสถานการณ์ที่เป็นทางการจะใช้ภาษาที่สอง เป็นต้น การสลับ ภาษาตามสถานการณ์นี้อาจพบได้ในบางกรณี ในสังคมไทย เช่นในการประชุมนานาชาติที่จัดในประเทศไทย ภาษาที่ใช้ประกาศประชุมเป็นทางการ และเสนอบทความจะเป็นภาษาอังกฤษ แต่นอกห้องประชุม คนไทยจะสลับมาใช้ภาษาไทยเมื่อพูดกับคนไทยด้วยกันเอง เช่นนี้เรียกรับการสลับภาษาตามสถานการณ์ ชนกลุ่มน้อยในประเทศไทยซึ่งมีความสามารถพูดได้หลายภาษา จะสลับภาษาตามสถานการณ์ เช่น เขาจะทราบว่าเมื่อใดจะใช้ภาษาท้องถิ่นของเขา เช่น ในครอบครัวหรือกับเพื่อนสนิท เมื่อใดจะใช้ภาษาภูมิภาค เช่น ระดับอำเภอ จังหวัด และเมื่อใดจะใช้ภาษามาตรฐาน เช่น ในระดับประเทศระดับชาติ เช่น ในการประชุมสภาผู้แทนราษฎร เป็นต้น ปรากฏการณ์เช่นนี้ก็นับว่าเป็นการสลับภาษาตามสถานการณ์เช่นเดียวกัน

3. การสลับภาษาเชิงอุปลักษณ์ หมายถึง การสลับภาษาเพื่อให้เป็นสัญลักษณ์ของอะไรสักอย่างหนึ่ง ตัวแปรที่ทำให้เกิดการสลับภาษาเช่นนี้คือเรื่องที่พูด (topic) เช่นผู้บรรยายทางวิชาการ ซึ่งบรรยายโดยใช้ภาษาไทยมาตรฐาน แต่เมื่อพูดถึงชีวิตความเป็นอยู่ในภาคอีสานก็สลับไปพูดภาษาไทยอีสานแทน เพื่อให้ผู้ฟังสนใจหรือเข้าใจเร็วขึ้นเนื่องจากมีความสอดคล้องกันระหว่างเนื้อหา กับภาษาที่ใช้ เป็นต้น หรือเมื่อบรรยายเกี่ยวกับกลุ่มวัยรุ่น ก็สลับไปใช้ภาษาย่อยของกลุ่มวัยรุ่น เหล่านี้ถือเป็นการสลับภาษาเชิงอุปลักษณ์ทั้งสิ้น

ทั้งนี้ สถานการณ์การใช้ภาษาดังที่กล่าวมาข้างต้นย่อมทำให้เกิดการสัมผัสภาษาในระดับ สังคมนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงภาษาโดยภาพรวมด้วย โทมัสสัน (Thomason, 2001) ได้แสดงทัศนะว่า การติดต่อสื่อสารระหว่างกันเป็นสาเหตุสำคัญประการหนึ่งซึ่งส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางภาษา หรืออย่างน้อยที่สุด ก็เกิดการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์การใช้ภาษาในขณะนั้น หลักฐานที่สะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงภาษา ซึ่งเป็นพัฒนาการของแต่ละภาษา คือ การยืมภาษา (language borrowing) และคำยืม (loanword) ซึ่งเกิดจากการสัมผัสภาษาที่ขยายตัวอย่างกว้างขวางควบคู่กับ กระแสการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศในแต่ละสังคม

ภายหลังที่ลาวเปิดประเทศรับนักลงทุนและนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ตามนโยบาย เปิดประเทศของลาว (Open door policy) ในช่วงปลาย ค.ศ. 1986 ส่งผลให้คนลาวมีการติดต่อกับคนไทย และมีทักษะภาษาไทยผ่านการเรียนรู้ด้วยตนเองจากการรับสื่อสารมวลชนไทย งานของ รัตนา จันท์เทาว์ (2554) เรื่อง การสัมผัสภาษา ระหว่างภาษาไทยและภาษาลาวของคนลาว แสดงให้เห็นว่าแต่ละช่วงเวลาของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม คนลาวมีทักษะภาษาไทยและรับอิทธิพล ภาษาไทยเพิ่มขึ้น เริ่มจากช่วง 10 ปีแรกหลังค.ศ. 1975 แม้ว่าในประเทศลาวจะไม่มี การเรียนการสอนภาษาไทย แต่คนลาวสามารถเรียนรู้ภาษาไทยระดับคำศัพท์จากสื่อสารมวลชนไทย โดยเฉพาะการรับสื่อโทรทัศน์และวิทยุจากประเทศไทยที่รัฐบาลยังไม่ได้ควบคุม ต่อมาช่วง 20 ปี

หลัง ค.ศ. 1975 เป็นต้นมาลาวเปิดรับกระแสของสากล คนลาวรู้จักคำศัพท์ และใช้คำศัพท์ภาษาไทย ในระดับการปนคำศัพท์ (code mixing) และกลายมาเป็นการสลับภาษา (code switching) คือ การใช้ภาษาไทยในสถานการณ์ที่ต้องสื่อสารกับคนไทย โดยเฉพาะคนลาวในตัวเมืองเวียงจันทน์ สามารถพูดภาษาไทยกับนักท่องเที่ยวชาวไทยได้

นอกจากภาษาไทยแล้วคนลาวยังได้รับอิทธิพลจากการสัมผัสภาษาฝรั่งเศสในช่วงตกเป็น อาณานิคมฝรั่งเศส คนลาวผู้สูงอายุสามารถพูดภาษาฝรั่งเศสได้เพราะเรียนภาษาฝรั่งเศสในโรงเรียน ส่วนภาษาอังกฤษเริ่มเข้ามาแทนที่ภาษาฝรั่งเศสเพราะคนลาวส่วนใหญ่ในตัวเมืองเข้าใจภาษาอังกฤษ ในระดับคำศัพท์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน และสังคมลาวเริ่มใช้ภาษาอังกฤษมากขึ้น อาทิ การให้ข้อมูล ข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ป้ายโฆษณา หรือการใช้ภาษาของผู้ดำเนินรายการโทรทัศน์ล้วนใช้ ภาษาอังกฤษ

ดังนั้น หลักฐานเหล่านี้แสดงการให้เห็นการใช้ภาษาที่หลากหลายในสังคมลาวเพื่อสื่อสาร กับคนต่างประเทศ นอกจากนี้ยังแสดงถึงทักษะภาษาต่างประเทศของคนลาว โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ และภาษาฝรั่งเศส ดังนั้น การที่คนลาวรู้หลายภาษาจึงส่งผลต่อการสัมผัสภาษาระหว่างภาษาลาว กับภาษาต่าง ๆ ที่นำไปสู่การรับคำยืมและใช้คำยืมภาษานั้นในภาษาลาว รวมถึงการใช้ภาษาอังกฤษ และฝรั่งเศส ควบคู่กับภาษาลาวในสถานการณ์ต่าง ๆ ปัจจัยการสัมผัสภาษาจึงส่งผลต่อ การเปลี่ยนแปลงภาษาลาว

กิตตินาถ เรขาลิลิต (2563) อธิบายว่า ในสังคมหลายภาษาซึ่งมีภาษาที่ใช้มากกว่าหนึ่ง ภาษาเป็นเรื่องปกติที่ผู้พูดในสังคมนั้น ๆ มักจะต้องเลือกใช้ภาษาใดภาษาหนึ่งหรือมากกว่าหนึ่งภาษา ด้วยการสลับสองภาษาในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น ในชุมชนของชาวโปรตุเกส ในลอนดอน จากการศึกษาของโฮมส์ (Holmes, 2013) พบว่า ผู้พูดชาวโปรตุเกสจะเลือกใช้ระหว่าง ภาษาโปรตุเกสและภาษาอังกฤษในสถานการณ์ที่แตกต่างกันกล่าว คือ ผู้พูดในชุมชนนี้มักเลือกใช้ ภาษาโปรตุเกสเมื่อพูดกับคนในครอบครัวหรือพูดในโบสถ์ ในขณะที่มักจะเลือกใช้ภาษาอังกฤษเมื่อพูด ในสถานที่ทำงานหรือสถานศึกษา การเลือกภาษานั้นไม่ได้เกิดขึ้นอย่างกะทันหันแต่จะถูกกำหนด ด้วยปัจจัยทางสังคมบางประการ (Fishman, 1972) เสนอว่า การเลือกภาษานั้นจะขึ้นอยู่กับปัจจัย สำคัญสามประการ ได้แก่

1. ผู้ร่วมสนทนา (Participant) หมายถึง ผู้ที่มีส่วนร่วมในการสนทนา ซึ่งไม่ได้กำหนดด้วย ตัวบุคคล แต่เป็นการกำหนดด้วยบทบาทของผู้ร่วมสนทนา เช่น พ่อ-แม่-ลูก อาจารย์-นักเรียน หรือ นายจ้าง-ลูกจ้าง
2. หัวข้อเรื่อง (Topic) หมายถึง หัวข้อของการสนทนานั้น เช่น การสนทนาทางวิชาการ หรือการไปเที่ยวในวันหยุดของครอบครัว

3. สถานที่ (Location) หมายถึง สถานที่ในการสนทนา เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล หรือ สถานที่ราชการ

ปัจจัยทั้งสามนี้ พิชแมนเรียกรวมกันว่า แวดวง (Domain) การเลือกภาษาตามแวดวงนี้ ไม่ใช่เป็นเรื่องเฉพาะปัจเจกบุคคล แต่เป็นลักษณะร่วมกันทางสังคมหรือภาพรวมการใช้ภาษาของสังคม (Sociolect) โดยพิชแมนเสนอว่าแวดวงในการเลือกภาษาสามารถแบ่งได้เป็น 5 แวดวง ได้แก่ แวดวงครอบครัว (Family) แวดวงเพื่อน (Friendship) แวดวงศาสนา (Religion) แวดวงการศึกษา (Education) และแวดวงการทำงานหรือการทำงาน (Employment)

บางครั้งการศึกษาการเลือกภาษาอาจจะเลือกศึกษาในแวดวงใดแวดวงหนึ่งยกตัวอย่าง เช่น การศึกษาของเมย์และคณะ (Mei et al., 2016) มุ่งศึกษาการเลือกภาษาในแวดวงการศึกษาของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยในประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นสังคมหลายภาษาโดยใช้ภาษามาเลย์ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีนและภาษาทมิฬ โดยเมย์พบว่า ภาษาที่อาจารย์มหาวิทยาลัยใช้เวลาสนทนาในเรื่องวิชาการมากที่สุด คือ ภาษาอังกฤษ ยกเว้นเวลาที่คู่สนทนาเป็นมีเชื้อสายเดียวกับตนจะเลือกใช้ภาษาชาติพันธุ์มากกว่า เช่น เมื่อคุยกับนักศึกษาเชื้อสายมาเลย์อาจารย์อาจจะเลือกใช้ภาษามาเลย์แทนภาษาอังกฤษ และจะเลือกใช้ภาษาตามชาติพันธุ์ของคู่สนทนาที่แตกต่างจากตนเพียงแค่ 3% เท่านั้น ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าแม้แต่ในแวดวงการศึกษาอย่างเดียวยังพบการเลือกภาษาที่แตกต่างกันจึงเป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งว่าการเลือกภาษาในแวดวงศึกษานั้นมีความหลากหลายในตัวเอง

นอกจากนี้ การเลือกภาษาอาจสะท้อนให้เห็นถึงนโยบายภาษาของสังคมนั้น ๆ ได้ อีกด้วย Spolsky and Lambert (2006) ได้อธิบายนโยบายภาษา (Language policy) ว่าหมายถึงการกระทำใด ๆ โดยผู้มีอำนาจเหนือกว่าทั้งแบบเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ภาษาของคนอื่นที่อยู่ในการปกครองของตน

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ในยุคโลกาภิวัตน์ปัจจุบัน การติดต่อสื่อสารระหว่างกันเป็นไปอย่างง่ายดาย ส่งผลให้แทบทุกสังคมมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและภาษา ภาษาหลายภาษาจึงเกิดขึ้นเมื่อผู้คนรู้และใช้มากกว่าหนึ่งภาษา ในการติดต่อสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง การเลือกใช้ภาษาจึงมีความสำคัญ โดยผู้พูดหรือผู้ส่งสารจะต้องพิจารณาเลือกภาษาที่เหมาะสม ซึ่งการเลือกภาษานี้ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ความพอใจส่วนตัว ความเหมาะสมกับบริบทหรือแวดวง และสภาพแวดล้อมทางสังคม การเลือกใช้ภาษาในลักษณะนี้ยังสะท้อนถึงสถานภาพและบทบาทของภาษา อำนาจที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภาษา รวมถึงนโยบายของสังคมนั้น ๆ

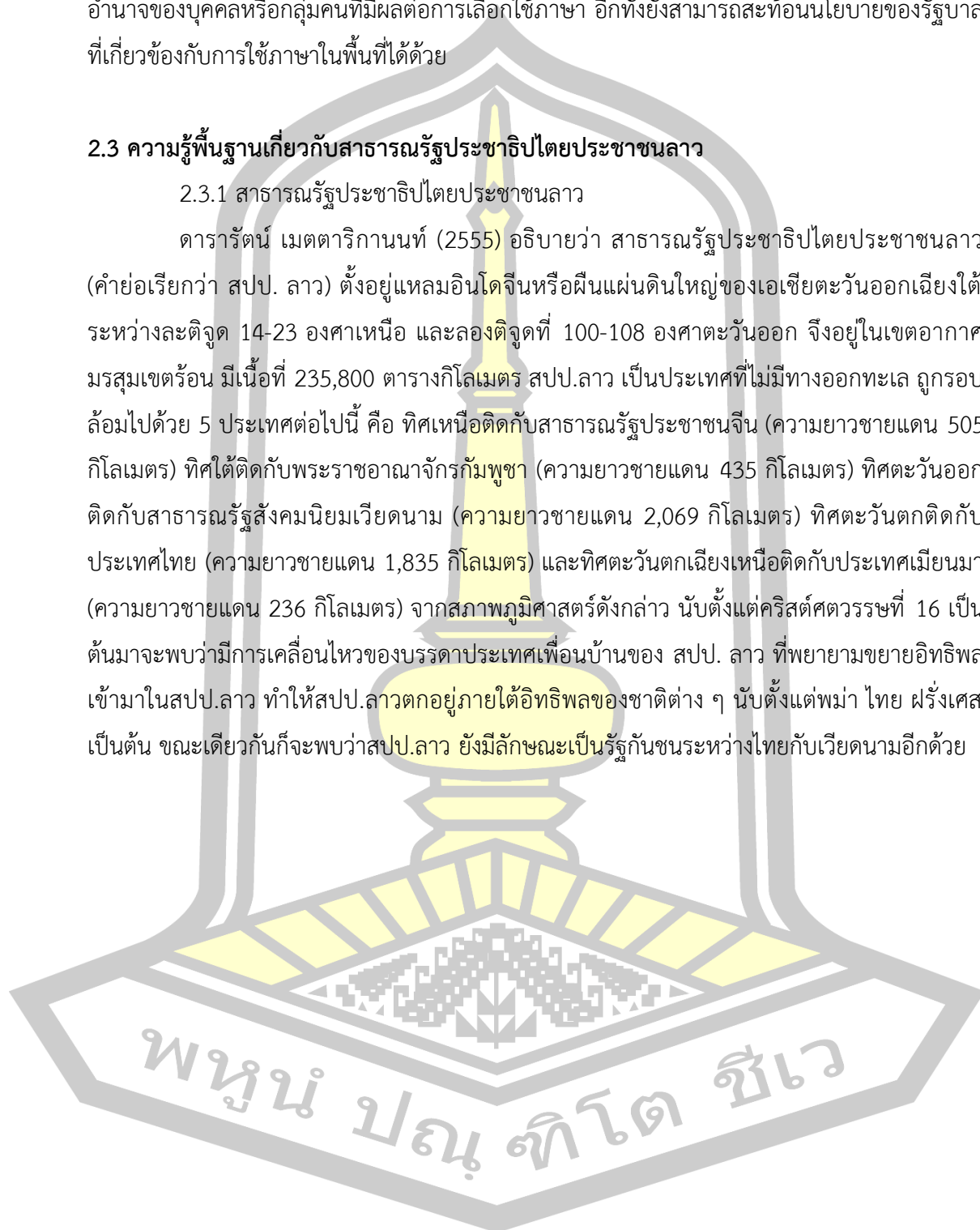
ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการศึกษาการใช้ภาษาและรูปแบบการเขียนบนป้ายสาธารณะ เนื่องจากป้ายสาธารณะเป็นสื่อกลางที่สะท้อนการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร การศึกษาภาษาและรูปแบบการเขียนบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐ

ประชาธิปไตยประชาชนลาวในครั้งนี้ จะทำให้เห็นถึงสถานการณ์ทางภาษา บทบาทของภาษา และ อำนาจของบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีผลต่อการเลือกใช้ภาษา อีกทั้งยังสามารถสะท้อนนโยบายของรัฐบาล ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษาในพื้นที่ได้ด้วย

2.3 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

2.3.1 สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ดารารัตน์ เมตตาริกานนท์ (2555) อธิบายว่า สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (คำย่อเรียกว่า สปป. ลาว) ตั้งอยู่แหลมอินโดจีนหรือผืนแผ่นดินใหญ่ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ระหว่างละติจูด 14-23 องศาเหนือ และลองจิจูดที่ 100-108 องศาตะวันออก จึงอยู่ในเขตอากาศ มรสุมเขตร้อน มีเนื้อที่ 235,800 ตารางกิโลเมตร สปป.ลาว เป็นประเทศที่ไม่มีทางออกทะเล ถูกรอบ ล้อมไปด้วย 5 ประเทศต่อไปนี้ คือ ทิศเหนือติดกับสาธารณรัฐประชาชนจีน (ความยาวชายแดน 505 กิโลเมตร) ทิศใต้ติดกับพระราชอาณาจักรกัมพูชา (ความยาวชายแดน 435 กิโลเมตร) ทิศตะวันออก ติดกับสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม (ความยาวชายแดน 2,069 กิโลเมตร) ทิศตะวันตกติดกับ ประเทศไทย (ความยาวชายแดน 1,835 กิโลเมตร) และทิศตะวันตกเฉียงเหนือติดกับประเทศเมียนมา (ความยาวชายแดน 236 กิโลเมตร) จากสภาพภูมิศาสตร์ดังกล่าว นับตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 16 เป็นต้นมาจะพบว่ามี การเคลื่อนไหวของบรรดาประเทศเพื่อนบ้านของ สปป. ลาว ที่พยายามขยายอิทธิพล เข้ามาในสปป.ลาว ทำให้สปป.ลาวตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของชาติต่าง ๆ นับตั้งแต่พม่า ไทย ฝรั่งเศส เป็นต้น ขณะเดียวกันก็จะพบว่าสปป.ลาว ยังมีลักษณะเป็นรัฐกึ่งชนระหว่างไทยกับเวียดนามอีกด้วย





ภาพประกอบ 4 แผนที่สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ที่มา: <https://www.globalsecurity.org/military/world/laos/maps.htm>

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวแบ่งออกเป็น 3 เขต ได้แก่ 1. เขตภูเขาสูง คือพื้นที่ที่สูงกว่าระดับน้ำทะเลโดยเฉลี่ย 1,500 เมตรขึ้นไป พื้นที่นี้อยู่ในเขตภาคเหนือของประเทศ 2. เขตที่ราบสูง คือพื้นที่ซึ่งสูงกว่าระดับน้ำทะเลเฉลี่ย 1,000 เมตร พื้นที่นี้อยู่ในทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของที่ราบสูงเมืองพวนไปจนถึงชายแดนกัมพูชา เขตที่ราบสูงนี้มีที่ราบสูงขนาดใหญ่อยู่ 3 แห่ง ได้แก่ ที่ราบสูงเมืองพวน (แขวงเชียงขวาง), ที่ราบสูงนากาย (แขวงคำม่วน) และที่ราบสูงบริเวณ (ภาคใต้) และ 3. เขตที่ราบลุ่ม เป็นเขตที่ราบตามแนวฝั่งแม่น้ำโขงและแม่น้ำต่าง ๆ เป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์มากที่สุดในเขตพื้นที่ทั้ง 3 เขต นับเป็นพื้นที่ที่ชุ่มชื้นน้ำที่สำคัญของประเทศ แนวที่ราบลุ่มเหล่านี้เริ่มปรากฏตั้งแต่บริเวณตอนใต้ของแม่น้ำโขง เรียกว่า ที่ราบลุ่มเวียงจันทน์ ผ่านที่ราบลุ่มสะหวันนะเขต ซึ่งอยู่ตอนใต้เซบั้งไฟและเซบั้งเหียง และที่ราบจำปาสักทางภาคใต้ของลาว ซึ่งปรากฏตามแนวแม่น้ำโขงเรื่อยไปจนถึงชายแดนประเทศกัมพูชา ภูมิประเทศส่วนใหญ่ (พื้นที่ของเขตภูเขาสูงและเขตที่ราบสูง) ร้อยละ 90 เป็นภูเขาและที่ราบสูง

สำหรับรูปร่างของลาวนั้นมีรูปร่างยาวตามเส้นแวง ภาคเหนือกว้าง แต่ภาคกลางและใต้แคบ ความกว้างสุดของประเทศกว้างประมาณ 500 กิโลเมตร ส่วนแคบสุดประมาณ 150 กิโลเมตร พื้นที่ส่วนใหญ่ของลาวเป็นภูเขาและที่ราบสูง ทางภาคเหนือของลาวเป็นที่ราบสูงยูเนียน ซึ่งต่อเนื่องมาจากทางใต้ของจีน ต่อลงมาเป็นเทือกเขาอันนัม ทำให้ลาวมีพื้นที่ราบน้อยมากคือที่ราบริมฝั่ง แม่น้ำโขง ซึ่งลาวมีแม่น้ำโขงซึ่งเป็นแม่น้ำนานาชาติไหลผ่านทางทิศตะวันตก (ความยาวที่ไหลผ่านลาว 1,898 กิโลเมตร โดยที่ไหลผ่านลาว-ไทย 919 กิโลเมตร) นอกนั้นมีแม่น้ำสายสั้น ๆ ได้แก่ แม่น้ำอู ไหลผ่านแขวงพงสาลี-หลวงพระบาง (ความยาว 448 กิโลเมตร) แม่น้ำจิม ไหลผ่านเชียงขวาง-เวียงจันทน์ (ยาว 354 กิโลเมตร) แม่น้ำเซบั้งเหียน ไหลผ่านแขวงสะหวันนะเขต (ยาว 338 กิโลเมตร) และแม่น้ำทาไหลผ่านหลวงพระบาง-บ่อแก้ว (ยาว 325 กิโลเมตร) เป็นต้น (คณะกรรมการแผนการแห่งรัฐ., 2543)

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีแขวงทั้งหมด 17 แขวงและ 1 เขตพิเศษ คือ แขวงนครเวียงจันทน์ แขวงพงสาลี แขวงไซยะบูลี แขวงเชียงขวาง แขวงหลวงพระบาง แขวงหลวงน้ำทา แขวงเวียงจันทน์ แขวงอุดมไซ แขวงบ่อแก้ว แขวงหัวพัน แขวงบอลิคำไซ แขวงคำม่วน แขวงสะหวันนะเขต แขวงสาละวัน แขวงเซกอง แขวงอัตตะปือ แขวงจำปาสัก และเขตพิเศษไซสมบูน มีเวียงจันทน์เป็นเมืองหลวง ส่วนหลวงพระบางซึ่งเป็นเมืองหลวงเก่า นั้น คณะผู้แทนองค์การยูเนสโกได้ประกาศในปี พ.ศ. 2537 ว่าหลวงพระบางเป็นเมืองที่ได้รับการดูแลรักษาดีที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และในปี พ.ศ. 2538 ก็ได้เข้าไปอยู่ในบัญชีมรดกโลก

ด้านระบบการปกครองแบบสังคมนิยมคอมมิวนิสต์โดยพรรคการเมืองเดียวคือพรรคประชาชนปฏิวัติลาว ส่วนวันชาติของลาวถือเอาวันที่ 2 ธันวาคมของทุกปีเป็นวันชาติ ซึ่งวันดังกล่าวเป็นวันที่ลาวได้เปลี่ยนแปลงประเทศจากราชอาณาจักรลาวเป็นสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2518 เป็นต้นมา

รัตนา จันทร์เทาว์ (2560) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวสถาปนาประเทศขึ้นเมื่อปีพ.ศ. 2518 เป็นช่วงเวลาใกล้เคียงกับกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่เข้าสู่ประเทศต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว รวมถึงสปป.ลาว โดยเฉพาะสังคมเมือง แม้ว่าประชาชนที่อาศัยอยู่ในเมืองหลักของสปป.ลาว จะเป็นเพียงประชาชนส่วนน้อยของประเทศ แต่ประชาชนกลุ่มนี้มีอำนาจด้านการปกครองและเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นการใช้ภาษาและการเผยแพร่การใช้ภาษาลาวของคนในสังคมเมืองย่อมส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงภาษาลาวในพื้นที่อื่น ๆ ด้วย หนังสือส่วนใหญ่เกี่ยวกับประเทศลาวที่เขียนโดยชาวต่างประเทศหลายเล่ม กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมลาวจากอดีตสู่ปัจจุบันและสัมพันธ์กับพัฒนาการของภาษาลาวในแต่ละช่วงเวลา อาทิ อินวาสสัน (Invarsson, 2008) เขียนหนังสือเรื่อง Creating Laos: The Mekong of a Lao Space between Indochina and Siam, 1860-1945 กล่าวถึงการสร้างอัตลักษณ์ลาวในช่วงประวัติศาสตร์ที่ลาวอยู่ภายใต้อิทธิพล

ของสยามและฝรั่งเศสในด้านสังคม ภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม ที่ส่งผลมาถึงการเปลี่ยนแปลงประเทศลาวในปัจจุบัน ทั้งนี้ Invarsson ยังกล่าวถึงความยากลำบากของการสร้างอัตลักษณ์ทางภาษาประจำชาติ (national language) เนื่องจากลาวรับอิทธิพลจากภาษาไทยอย่างมากตั้งแต่อดีต อีกทั้งภาษาไทยและภาษาลาวมีลักษณะใกล้เคียงกันมีคำศัพท์พื้นฐานร่วมกัน ดังนั้น จึงไม่สามารถกล่าวได้ว่าภาษาลาวในช่วงก่อนประวัติศาสตร์แตกต่างจากภาษาไทยในช่วงเวลาเดียวกัน สอดคล้องกับงานของ สจิวต์ ฟอกซ์ (Stuart-Fox, 2002) กล่าวถึง อิทธิพลของฝรั่งเศสที่มีต่อลาวและการวางรากฐานของประเทศลาว โดยเฉพาะด้านการศึกษาและนโยบายการเรียนภาษาฝรั่งเศสในช่วงนั้นเป็นพื้นฐานของการพัฒนาภาษาลาวมาจนถึงปัจจุบัน

การที่ฝรั่งเศสเข้ามาปกครองลาวในฐานะเมืองใต้อาณานิคมเป็นเวลากว่า 60 ปี (Montagnon, 1988) ในช่วงเวลานั้นภาษาลาวไม่ได้รับการพัฒนามากนัก ตรงกันข้ามกับภาษาฝรั่งเศสในสังคมลาวที่บรรจุไว้ในหลักสูตรการเรียนของโรงเรียนทั่วประเทศ เพราะคนลาวต้องเรียนภาษาฝรั่งเศสเพื่อสื่อสารกับชาวฝรั่งเศส ดังนั้น คนลาวที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ในปัจจุบันส่วนมากเคยเรียนภาษาฝรั่งเศส เมื่อ 40 ปีที่ผ่านมา จึงสามารถพูดภาษาฝรั่งเศสได้

ภายหลังการประกาศสถาปนาประเทศรัฐบาลได้ประกาศให้ “ภาษาลาว” (Lao language) เป็นภาษาประจำชาติ (Enfield, 1999) และเกิดการเปลี่ยนแปลงภาษาลาวครั้งสำคัญ โดยนโยบายของรัฐที่มุ่งให้ภาษาลาว เป็นเครื่องมือสำคัญของฝ่ายปกครองเพื่อสื่อสารกับประชาชน ในช่วงเวลาของการฟื้นฟูประเทศจากภาวะสงคราม และด้วยความจำเป็นของการสื่อสารจากระดับบน ก็คือรัฐบาลไปยังระดับล่างก็คือประชาชนลาว ซึ่งพูดภาษาแตกต่างกันมาก ดังนั้น นโยบายการเขียนสะกดตามเสียงพูด (วีระ โอสถาภิรัตน์, 2553) จึงเป็นหลักสำคัญ สำหรับการเรียนภาษาลาวที่สะดวก รวดเร็วกว่าการใช้ภาษาลาวล้านช้าง โดยเฉพาะสำหรับประชาชนที่ไม่ได้พูดภาษาตระกูลไท ถึงแม้ว่าในช่วงแรกของการเปลี่ยนแปลงภาษาด้วยกฎการเขียนตามเสียงพูดนี้จะเกิดความสับสนต่อการใช้ภาษาลาวสมัยใหม่อยู่บ้าง แต่ปัจจุบันหน่วยงานรัฐ อาทิ กระทรวงศึกษาธิการและกีฬาจึงได้พยายามปรับปรุงแบบเรียนภาษาลาวให้สอดคล้องกับการใช้ภาษาลาว ในปัจจุบันรัฐยังสนับสนุนการเผยแพร่หนังสือความรู้ภาษาลาว การจัดพิมพ์พจนานุกรมภาษาลาวและพจนานุกรมสองภาษา เหล่านี้เป็นกระบวนการสร้างมาตรฐานทางภาษาลาว

ภายหลังของการฟื้นฟูประเทศ รัฐบาลมีนโยบายเปิดรับการลงทุนและความช่วยเหลือจากต่างประเทศ ในปี ค.ศ. 1986 รัฐประกาศนโยบายเปิดประเทศของลาว (Open door policy) ส่งผลให้ลาวก้าวเข้าสู่บริบทสากลมากขึ้น Voraphet (2015) กล่าวถึงนโยบายการพัฒนาประเทศของรัฐบาลผ่านแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 5 ว่า การพัฒนาประเทศครั้งสำคัญ โดยการเข้าเป็นสมาชิก ASEAN การเปิดรับนักท่องเที่ยวและความช่วยเหลือจากต่างประเทศล้วน ส่งผลให้สังคมลาวพัฒนาอย่างรวดเร็ว

เว็บไซต์สถานเอกอัครราชทูต ณ เวียงจันทน์ (2565) ระบุว่า สปป.ลาว เป็นพื้นที่ที่ธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ มีวัฒนธรรมที่หลากหลายและน่าสนใจ ภาคบริการการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ สร้างโอกาสการจ้างงาน และส่งเสริมสาขาการบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่อง เช่น ธุรกิจอาหาร โรงแรม สปา จัดประชุม การขายสินค้าท้องถิ่น การให้บริการรถเช่า ฯลฯ มีการขยายตัวควบคู่กันไป

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ สปป.ลาว น่าสนใจและมีศักยภาพ เนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและอุดมสมบูรณ์ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ และสถานที่ท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมที่หลากหลาย เนื่องจาก สปป.ลาว มีกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีวิถีชีวิตจารีตประเพณี ภาษา และการนุ่งห่มที่เป็นเอกลักษณ์ กลุ่มนักท่องเที่ยวหลักที่เดินทางมา สปป.ลาว แบ่งเป็น 6 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งเดินทางท่องเที่ยวในหลายประเทศหลังเกษียณอายุส่วนใหญ่เดินทางมาจากยุโรปเพื่อมาพักผ่อน สนใจเรียนรู้วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ 2) กลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ วัยกลางคน ส่วนใหญ่มาจากสหราชอาณาจักรออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา และชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย ซึ่งนิยมเดินทางมาเป็นคู่หรือแบบครอบครัว 3) กลุ่มนักท่องเที่ยวไทย วัยกลางคนและสูงอายุ สนใจการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับศาสนาไหว้พระทำบุญ 4) กลุ่มนักท่องเที่ยวเกาหลี ส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นคณะ ชอบการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ธรรมชาติ และดีกอล์ฟ 5) กลุ่มนักท่องเที่ยวจีน ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในนครหลวงเวียงจันทน์ วังเวียงหลวงพระบาง นิยมมาพักผ่อนคลาย ชื้อของตลาดกลางคืน และ 6) กลุ่มนักท่องเที่ยวในรูปแบบจัดการประชุม MICE จากฮ่องกง มาเลเซีย สิงคโปร์ ซึ่งมักเดินทางไปเขตท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับร่องรอยประวัติศาสตร์และมรดกโลก ภายหลังการประชุมเสร็จสิ้น

ก่อนสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 เมื่อปี 2562 นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมา สปป.ลาว เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.44 เมื่อเทียบกับปีที่ 2561 โดยเป็นนักท่องเที่ยวไทยจำนวนมากที่สุด 2,160,300 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.94 อันดับที่สองคือ จีน 1,022,727 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.92 และอันดับที่สามคือ เวียดนาม 924,875 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.60 (ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวในช่วงเดือน ม.ค. – ก.ย. 2562) สามารถสร้างรายได้ให้แก่ สปป. ลาว 934 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 5.14 ของ GDP ปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เนื่องจาก สปป. ลาว มีพื้นที่ตั้งอยู่จุดศูนย์กลางประเทศอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง มีเส้นทางหลวงหลายสายที่เชื่อมต่อกับหลายประเทศ รวมทั้งมีเส้นทางทางน้ำและเป็นจุดเชื่อมต่อทางอากาศไปยังประเทศต่าง ๆ อาทิ จีน เวียดนามไทย กัมพูชา นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในรูปแบบ combined destination มักจะเดินทางมายัง สปป.ลาว

ตาราง 4 สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	รายได้ (ดอลลาร์สหรัฐ)	สัดส่วนของ GDP
2558	4,684,429	724,832,231	5.04
2559	4,239,047	716,121,209	4.53
2560	3,858,838	648,067,008	3.85
2561	4,186,432	811,010,661	4.52
2562	4,791,065	934,710,412	5.14

สปป.ลาว เป็นอีกหนึ่งประเทศที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคโควิด-19 โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ส่งผลให้ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2563 จำนวนชาวต่างชาติลดลงติดลบร้อยละ 60 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา บริษัทที่ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องประมาณร้อยละ 90 ได้ยุติการให้บริการและได้รับผลกระทบด้านการเงิน ปัจจุบันกระทรวงแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว สปป. ลาว จึงอยู่ระหว่างยกร่างแผนพัฒนางานแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว 5 ปี (2564-2568) โดยตั้งเป้าหมายในปี 2564 จะเร่งพัฒนาและฟื้นฟูการท่องเที่ยวลาวหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ด้วยการสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวภายในและต่างประเทศ โดยการปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ และประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวภายในประเทศให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ออกกฏระเบียบเกี่ยวกับการต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม ใน สปป. ลาว ร่วมมือกับภาคธุรกิจในการประชาสัมพันธ์ พัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และการบริการให้มีความยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม พัฒนาบุคลากรทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ ปลุกจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยวให้ประชาชน และประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาและคุ้มครองการท่องเที่ยว

เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม พ.ศ. 2565 สปป.ลาว ได้กลับมาเปิดประเทศอย่างเต็มรูปแบบ มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมา สปป. ลาว 56,986 คน โดยภาครัฐเร่งดำเนินแผนพัฒนาการท่องเที่ยว สปป.ลาว 5 ปี (2564-2568) เพื่อเตรียมความพร้อมและอำนวยความสะดวกจัดทำข้อมูลข่าวสารการเดินทาง ที่พัก ปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวและบริการในแขนงต่าง ๆ ประชาสัมพันธ์มาตรการเดินทางเข้ามาใน สปป. ลาว ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อีกทั้งพลิกวิกฤตปัญหาเงินก๊อปปี้

เป็นโอกาสในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ เนื่องจากสามารถนำเงินตราต่างประเทศมาแลกเปลี่ยนได้มากขึ้นและใช้จ่ายคุ้มค่ากว่าเดิม

การเปิดประเทศหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 จึงส่งผลให้ สปป.ลาว เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ดังที่ พูเงิน ปออุ่นวง (2551) ได้กล่าวว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม สามารถสร้างรายได้ในแต่ละปีให้แก่ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ทั้งที่เป็นประเทศพัฒนาแล้วหรือประเทศที่กำลังพัฒนา ล้วนมีบทบาทสนับสนุนทั้งทางตรงและทางอ้อม ช่วยให้ส่วนงานอื่นได้รับการพัฒนา เช่น การเกษตรกรรม โภชนาการ การผลิตสินค้าของที่ระลึก การค้าปลีก ธุรกิจช้อปปิ้ง การบริการด้านการสื่อสาร ประกันภัย ธุรกิจก่อสร้าง โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ภัตตาคาร การเงิน ฯลฯ การเติบโตทางด้านธุรกิจดังกล่าวทำให้เกิดการว่างงานมากขึ้น ทั้งในเขตตัวเมืองและชนบท สามารถลดอัตราการว่างงานของประชาชนลงเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนและทำให้ระดับมาตรฐานการครองชีพสูงขึ้น นอกจากนี้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังเป็นหน่วยงานที่นำเงินตราจากต่างประเทศเข้าสู่ประเทศโดยตรง ลดการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ และทำให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศมีความมั่นคง เพราะฉะนั้นในปัจจุบัน จึงมีหลายประเทศที่ให้ความสนใจ และนำเอาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเข้ามาเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมของประเทศ รวมทั้ง สปป.ลาว

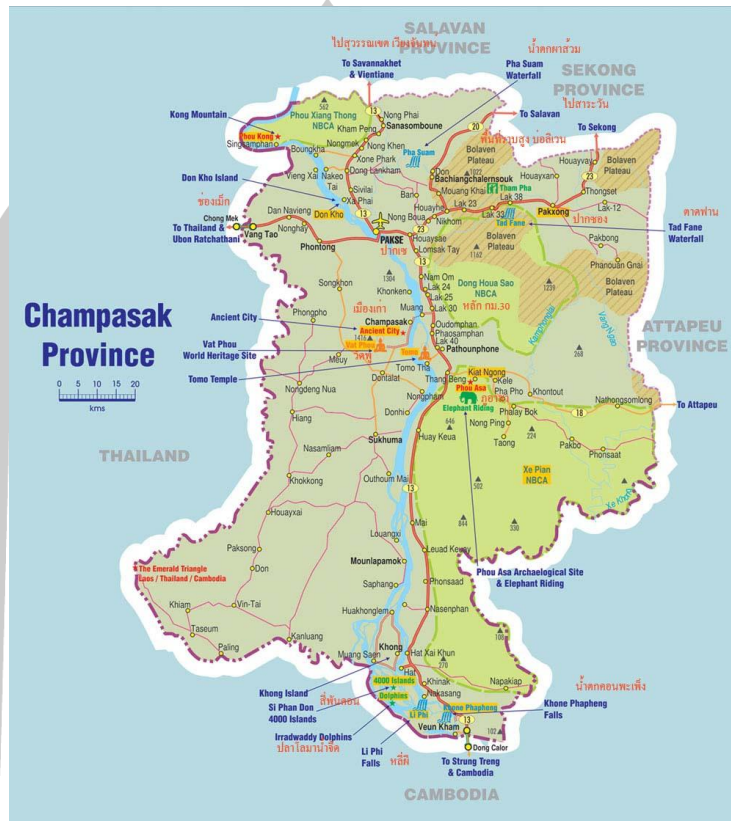
ทั้งนี้ เนื่องจาก สปป.ลาว เป็นประเทศที่มีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีพื้นที่ป่าไม้รวมร้อยละ 41 ของพื้นที่ทั้งประเทศ ประชากรมีความหลากหลาย ทางด้านวัฒนธรรม เป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชมในความงามของธรรมชาติที่ยังคงสภาพดั้งเดิม เพื่อการพักผ่อน การรักษาสุขภาพ และเพื่อการศึกษาค้นคว้าทางด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม สปป.ลาว มีที่ตั้งอยู่ใจกลางของอนุภาคพื้นแม่น้ำโขง มีพรมแดนเชื่อมต่อกับเพื่อนบ้าน 5 ประเทศ ทั้งทางบกและทางน้ำ คือ จีน พม่า ไทย กัมพูชา และเวียดนาม รัฐบาลลาวได้ให้ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเน้นการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดความยั่งยืน รัฐบาลแห่ง สปป.ลาว ได้เอาใจใส่ในการเข้าร่วมและดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการค้าและการท่องเที่ยวทั้งในส่วนภูมิภาค ระดับท้องถิ่นและระดับสากลมากขึ้น เช่น การเข้าร่วมข้อตกลง ลาว กัมพูชา เวียดนาม และไทย ว่าด้วยการตกลงร่วมมือในการพัฒนาลุ่มแม่น้ำโขงแบบยั่งยืน การยกระดับให้สนามบินหลวงพระบางและสนามบินปากเซ เป็นสนามบินนานาชาติเหมือนกับสนามบินเวียงจันทน์ การสร้างสะพานข้ามแม่น้ำโขง เพื่อเชื่อมเส้นทางเวียงจันทน์-หนองคาย สะพานข้ามแม่น้ำโขงเมืองปากเซ สู่ด่านสากลวังเต่า-ช่องเม็ก และสะพานข้าม แม่น้ำโขง แขวงสะหวันนะเขต-จังหวัดมุกดาหาร ประเทศไทย การเปิดด่านสากลตามเขตชายแดนลาว กับประเทศเพื่อนบ้าน การบูรณะและก่อสร้างเส้นทางให้สามารถไปมาได้สะดวก การเปิดสาย

การบินกับต่างประเทศเพิ่มขึ้นรวมทั้งในโอกาสที่เมืองหลวงพระบางและวัดพูจำปาสักได้รับเกียรติให้เป็นมรดกโลกทำให้ สปป.ลาว กลายเป็นที่รู้จักจากนานาชาติประเทศมากขึ้น

ในช่วงปี ค.ศ. 1999-2000 เพื่อเป็นการโฆษณาด้านการท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว สปป.ลาว ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ในเขตเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ให้มากขึ้น รัฐบาลแห่ง สปป.ลาว ได้จัดให้เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวลาวขึ้นเป็นครั้งแรกและประสบผลสำเร็จเป็นที่น่าพอใจ ถึงต้นปี ค.ศ. 2004 สปป.ลาว ได้รับเกียรติเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม The ASEAN Tourism Forum (ATF) ของกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้มีความมั่นใจในการปฏิบัติตามนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของลาวตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวเข้า สปป.ลาว นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 1991 เป็นต้นมา มีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้น เช่น ในปี ค.ศ. 1991 จำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาทั้งหมด 37,613 คน และเพิ่มขึ้นเป็น 636,361 คน ในปี ค.ศ. 2003 หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณ ร้อยละ 30 ต่อปี ในส่วนของรายได้ ก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เช่น ในปี ค.ศ. 1991 มีรายได้จากการท่องเที่ยว เป็นเงินตราต่างประเทศ มูลค่า 2,250,000 เหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นเป็น 87,3002,412 เหรียญ สหรัฐในปี ค.ศ. 2003 หรือ เพิ่มขึ้นเฉลี่ย ประมาณร้อยละ 42 ต่อปี แขวงที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากที่สุด คือ นครหลวงเวียงจันทน์ แขวงสะหวันนะเขต แขวงหลวงพระบาง และแขวงจำปาสัก ตามลำดับ โดยแขวงจำปาสักเป็นหนึ่งใน 17 แขวงของ สปป.ลาว จัดเป็นแขวงที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศรองจากแขวงสะหวันนะเขต และนครหลวงเวียงจันทน์ มีพื้นที่ 15,410 ตารางกิโลเมตร ตั้งอยู่ตอนใต้สุดของประเทศในเขตลุ่มน้ำโขงตอนล่าง ห่างจากนครหลวงเวียงจันทน์ 675 กิโลเมตร เป็นศูนย์กลางทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมของภูมิภาคทางภาคใต้ สปป.ลาว

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว หรือ สปป.ลาว เป็นประเทศที่ไม่มีทางออกสู่ทะเล ถูกล้อมด้วยประเทศจีน กัมพูชา เวียดนาม ไทย และเมียนมา มีระบบการปกครองแบบสังคมนิยมคอมมิวนิสต์ เคยตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของชาติต่าง ๆ เช่น พม่า ไทย ฝรั่งเศส ภายหลังได้เปิดประเทศในปี พ.ศ. 2529 สำหรับรับความช่วยเหลือและการลงทุนจากต่างชาติ ส่งผลให้ สปป.ลาว เข้าสู่บริบทสากลมากขึ้น อีกทั้งมีการสร้างเส้นทางเพื่อใช้ในการเชื่อมต่อกันระหว่าง สปป.ลาว กับต่างประเทศ เกิดการไปมาหาสู่ซึ่งกันและกัน จึงมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งด้านภาษาและวัฒนธรรม นอกจากนี้ สปป.ลาว ยังมีธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ มีวัฒนธรรมที่น่าสนใจและมีศักยภาพ ทำให้เกิดการท่องเที่ยวและการลงทุนจากต่างชาติ ซึ่งถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้กับประเทศ จากการที่มีชาวต่างชาติเข้ามาค้าขาย ท่องเที่ยว และลงทุน จึงส่งผลให้ สปป.ลาว เป็นประเทศมีความเป็นหลากหลายทางภาษาและวัฒนธรรม

2.3.2 แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว



ภาพประกอบ 5 แผนที่แขวงจำปาสัก

ที่มา: <https://laostai.com/แผนที่จำปาสัก>

แขวงจำปาสัก เป็นแขวงที่สำคัญของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวตอนใต้ สุนันทา เจริญปัญญา ยิ่ง และธนวัฒน์ เดชปรอธ (2561) อธิบายไว้ว่า แขวงจำปาสัก ทิศเหนือติดกับ แขวงสาละวัน ทิศใต้ติดกับกัมพูชา ทิศตะวันออกติดกับแขวงเซกอง แขวงอัตตะปือ และ ทิศตะวันตกติดกับจังหวัดอุบลราชธานี แบ่งเขตการปกครอง 10 เมือง ได้แก่ ปากเซ บาเลียงจะเลิน สุก จำปาสัก ปะทุมพอน สุขุมมา มูนละป่าโมก ชะนะสมบูน ปากซอง โพนทอง เมืองโขง ในแขวงนี้ มีประชากรมากที่สุดในประเทศ คือ ประมาณ 643,785 คน ความหนาแน่นของประชากรอยู่ที่ 42 คน/ตารางกิโลเมตร ประชากรวัยแรงงานคิดเป็นร้อยละ 74 ของประชากรแขวงประกอบอาชีพ เกษตรกรรม ร้อยละ 74 บริการ (เช่น ค้าขาย ขนส่ง ท่องเที่ยว) พนักงานรัฐ/เอกชน ร้อยละ 23 ว่างงานร้อยละ 3 มี 18 ชนเผ่า ได้แก่ ลาวลุ่ม ลาวส่วย ละเวน ผู้ไท กะตาง ตะโอย ยาเหิน ชะแมลาว ละแว ออง อาลัก แกะ กะตุ เจง อินหรือโอย กะเสง มั่ง และตะเหลียง มีรายได้ต่อหัวต่อปีอยู่ที่ 1,097 เหรียญสหรัฐ (ปี 2556)

ทรัพยากรธรรมชาติ พื้นที่กสิกรรม คิดเป็นร้อยละ 37 ของพื้นที่แขวง สินค้าหลัก ได้แก่ ข้าว ไม้แปรรูป กาแฟ พืชผักและผลไม้ โค กระบือ พื้นที่ป่า 931,349 เฮกตาร์ คิดเป็นร้อยละ 58 ของพื้นที่แขวง มีป่าสงวนแห่งชาติขนาดใหญ่ 3 แห่ง รวมเนื้อที่เป็น 309,000 เฮกตาร์ และมีป่าสงวนของแขวงอีก 11 แห่ง ทรัพยากรน้ำ มีแม่น้ำหลายสาย อาทิ เซโดน ห้วยบังเลียง ห้วยโตะโหมะ เซล้าเพา ห้วยตวย เซค้ำพอ ฯลฯ มีน้ำใช้ตลอดปี เหมาะสำหรับพัฒนาเขื่อนไฟฟ้าพลังน้ำ การขนส่ง การเกษตร การท่องเที่ยว ล่าสัตว์โครงการเซเปียน-เซิน้ำน้อย เป็นเขื่อนกั้นห้วยหมากจัน เพื่อผันน้ำมาลงลำน้ำเซเปียน และสร้างเขื่อนกั้นลำน้ำเซเปียนเพื่อผันน้ำมาลงที่ลำน้ำเซิน้ำน้อย และสุดท้ายสร้างเขื่อนกั้นลำน้ำเซิน้ำน้อย เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าและผันน้ำลงลำน้ำเซกอง กำลังผลิต 390 เมกะวัตต์ (มีบริษัทผลิตไฟฟ้าให้กับไทยเพื่อรองรับความต้องการในจังหวัดอุบลราชธานี และยโสธร (กำหนดส่งกระแสไฟฟ้าในปี 2561) แร่ธาตุ เกลือ (เมือง ปะทุมพอน) ดินเหนียว (เมืองปะทุมพอน เมืองชนะสมบุญ) ทองแดง (เมืองสุขุมมา เมืองจำปาสัก เมืองโพน ทอง เมืองชนะสมบุญ) แร่บอกไซต์ (เมืองปากซ่อง) ตะกั่ว (เมืองปะทุมพอน) ถ่านหิน (เมืองปะทุมพอน) และยังมีแหล่งแร่แบไรต์และพาลีโคไตต์ (เมืองปะทุมพอน) และอะเมทิส (เมืองโขง)

จุดเด่นของแขวง คือ มีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์เป็นจุดเชื่อมโยงเครือข่ายคมนาคมทางบกระหว่าง ไทย-ลาว-กัมพูชา ตามเส้นทางอุบลราชธานี-จำปาสัก-อัตตะปือ-สตริงแตง (กัมพูชา) และจุดเชื่อมต่อ ไทย-ลาว-เวียดนามโดยเชื่อมต่อไทยกับทะเลจีนใต้ ตามเส้นทางอุบลราชธานี-จำปาสัก-ดานัง-เว้ หรือเชื่อมต่อไทยไปยังปากแม่น้ำโขง ตามเส้นทางอุบลราชธานี-จำปาสัก-โฮจิมินห์-คุชี-วังเตา (เวียดนาม) นอกจากนี้ ยังเป็นจุดเชื่อมเครือข่ายคมนาคมทางบกระหว่างประเทศให้กับแขวงอื่น ๆ ภายในประเทศ โดยเฉพาะแขวงที่ไม่มีด่านพรมแดน ได้แก่ แขวงสาละวัน เซกอง และอัตตะปือ

แขวงจำปาสักมีศักยภาพที่จะพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากมีความอุดมสมบูรณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติและภูมิอากาศ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้แขวงจำปาสักสามารถผลิตพืชผลทางเกษตร เพียงพอสำหรับการบริโภคและการส่งออก เช่น ข้าว เมล็ดกาแฟ ผักผลไม้ และพืชไร่ต่าง ๆ โดยเฉพาะเมืองปากซ่อง ซึ่งเป็นเมืองที่ตั้งอยู่บริเวณที่ราบสูง มีสภาพอากาศเย็นตลอดทั้งปี และมีฝนตกชุก เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการเพาะปลูก และมีเขตอุตสาหกรรมในพื้นที่ 2,500 เฮกตาร์ มีโรงงานอุตสาหกรรม 3,519 แห่ง โดยส่วนใหญ่เป็นโรงงานแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร และป่าไม้ (ร้อยละ 84)

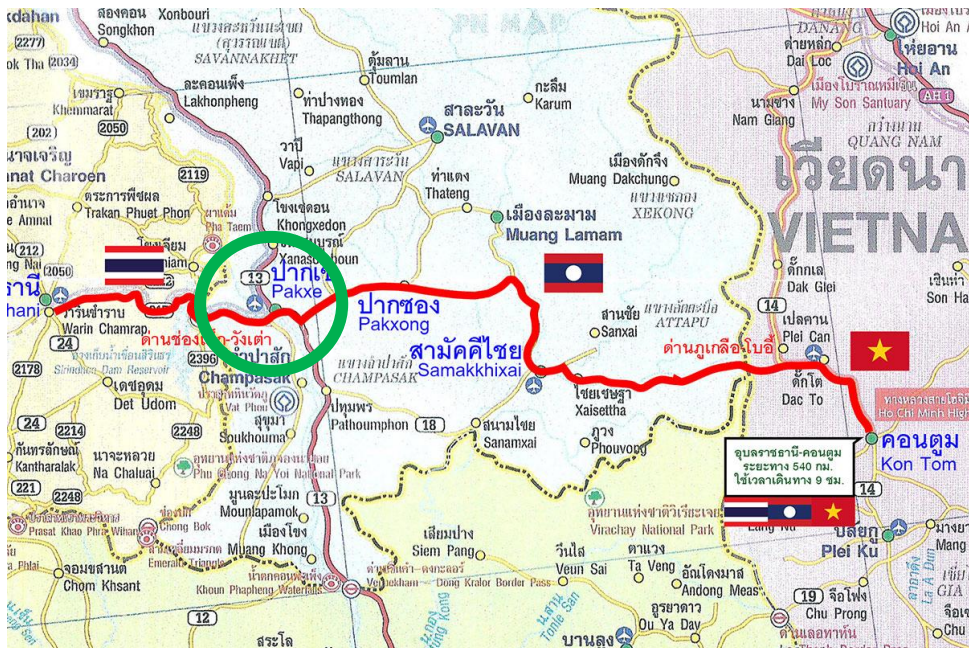
นอกจากนี้ แขวงจำปาสักมีศักยภาพสูงมากในด้านการท่องเที่ยว โดยมีแหล่งท่องเที่ยว 95 แห่ง ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 41 แห่ง ทางประวัติศาสตร์ 25 แห่ง ทางวัฒนธรรม 29 แห่ง โดยใน 95 แห่งได้รับการสำรวจแล้ว 43 แห่ง และเปิดบริการแล้ว 33 แห่ง สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น มรดกโลกที่ปราสาทหินวัดพู น้ำตกคอนพะเพ็ง (ในแองการาแห่งเอเชีย) น้ำตกหลี่ผี น้ำตกตาดพาน น้ำตกผาส้ม ปลาโลมาน้ำจืดที่เวินคาม ดอนโขง ฯลฯ

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า แขวงจำปาสัก เป็นแขวงที่มีพื้นที่ติดกับประเทศไทยและกัมพูชา ประกอบด้วย 10 เมือง ได้แก่ ปากเซ บาเจียงจะลินสุก จำปาสัก ปะทุมพอน สุขุมามูนละปาโมก ชนะสมบูน ปากซอง โพนทอง และเมืองโขง แขวงจำปาสักเป็นแขวงที่มีผู้คนหลากหลายชาติพันธุ์และมีประชากรมากที่สุดในสปป.ลาว มีเส้นทางคมนาคมติดต่อทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ กับประเทศเพื่อนบ้าน แขวงจำปาสักมีภูมิอากาศที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูก จึงผลิตพืชผลทางการเกษตรสำหรับบริโภคและส่งออก นอกจากนี้ ยังมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ จึงมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม อีกทั้งยังมีปราสาทหินวัดพู มรดกโลกแห่งที่สองของสปป.ลาว ส่งผลให้แขวงจำปาสักมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวจากหลายประเทศแวะเวียนมาเยี่ยมจำปาสักเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะนครปากเซที่เปรียบเสมือนประตูสู่ลาวใต้

2.3.3 นครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

นครปากเซ เมืองเอกของแขวงจำปาสักและเป็นเมืองที่ใหญ่อันดับ 2 ของ สปป.ลาว เป็นชุมทางของลาวใต้ เป็นตลาดการค้าขนาดใหญ่ (สุนันทา เจริญปัญญา ยิ่ง และธนวัฒน์ เดชปรอท, 2561) นอกจากนี้ เกียรติศักดิ์ บังเพลิง (2564) ได้กล่าวถึงเมืองปากเซว่า เมืองปากเซถือเป็นเมืองสำคัญทางการค้าและเศรษฐกิจ เป็นเสมือนหัวใจสำคัญของลาวใต้ในฐานะเป็นนครหลวงที่สำคัญทางเศรษฐกิจ เป็นจุดเชื่อมต่อของการแลกเปลี่ยนซื้อขายถ่ายโอนเครื่องอุปโภคบริโภค เครื่องจักร การเกษตรและเทคโนโลยีไปยังเมือง (อำเภอ) และชนบท ตลอดถึงแขวงอื่นของ สปป.ลาว ตอนใต้

นครปากเซ มีอาณาเขตทางทิศตะวันตกติดกับชายแดนประเทศไทยทางด้านช่องเม็ก อำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี ทิศใต้ติดต่อกับเขตจังหวัดกัมปงทมของประเทศกัมพูชา มีพื้นที่ประมาณ 15,415 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยเมืองต่าง ๆ คือ เมืองปากเซ ชนะสมบูน ปากซอง ปะทุมพร สุขุม่า จำปาสัก โพนทอง เมืองโขง มุลละปาโมก ในอดีตแขวงจำปาสักมีชื่อเรียกว่า เขตแคว้นของนครกาลละจำบาทนาคะบุรีลี เป็นศูนย์รวมของศิลปวัฒนธรรม การเมือง เศรษฐกิจ ของประเทศลาวตอนใต้ แต่ภายหลังที่ฝรั่งเศสเจ้าอาณานิคมตั้งเมืองปากเซขึ้นเป็นเมืองหลวง ในปี พ.ศ. 2448 เมืองจำปาสักซึ่งเป็นเมืองหลวงเก่าของแขวงจำปาสักจึงถูกลดระดับความสำคัญลงไป ทั้งนี้ แม้เมืองปากเซไม่มีอารยธรรมเก่าแก่เหมือนกับเมืองจำปาสัก แต่กลับมีความหลากหลายของเชื้อชาติ ประเพณี และวัฒนธรรม มีจำนวนประชากรประมาณ 70,000 คน นอกจากชาวลาว แล้วยังมีชาวจีนและเวียดนามเข้ามาตั้งรกรากเป็นจำนวนมาก บรรยากาศทั่วไปของเมืองปากเซ ยังเงียบสงบเป็นธรรมชาติและชาวบ้านมีวิถีชีวิตเรียบง่าย (อุบลทวนัน, 2560)



ภาพประกอบ 6 แผนที่นครปากเซ

ที่มา: <http://www.areeyasupland.com/potentiality.html>

นครปากเซ เป็นเมืองศูนย์กลางและเป็นเมืองท่องเที่ยวหลักของแขวงจำปาสักที่ตั้งอยู่ปากแม่น้ำเซโดนไหลลงสู่แม่น้ำโขง มีทิวทัศน์ธรรมชาติและตัวเมืองสวยงาม มีด่านชายแดนติดกับประเทศไทยและกัมพูชา จึงเป็นจุดพักของนักท่องเที่ยวก่อนไปจุดอื่น ๆ อีกทั้งยังเป็นเส้นทางยุทธศาสตร์จากฝั่งตะวันตกจรดฝั่งตะวันออก โดยมีเส้นทางคมนาคมทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ส่งผลให้นครปากเซมีความสำคัญและถือเป็นศูนย์กลาง การปกครอง อุตสาหกรรมและเศรษฐกิจของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวตอนใต้

จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงสามารถสรุปได้ว่า เมืองปากเซ เป็นเมืองขนาดใหญ่ในแขวงจำปาสัก มีพื้นที่ชายแดนติดกับประเทศไทยและประเทศกัมพูชา นอกจากนี้ เมืองปากเซยังเป็นเมืองการค้าขนาดใหญ่และเป็นเมืองท่องเที่ยว จึงได้รับการยกฐานะให้เป็นนครหลวงเนื่องจากนครปากเซเป็นศูนย์กลาง ด้านการค้า การท่องเที่ยว การปกครอง อุตสาหกรรม และเศรษฐกิจของลาวได้ส่งผลให้นครปากเซมีความหลากหลายของภาษาบนป้ายสาธารณะ เพื่อใช้ในการสื่อสารกับคนในพื้นที่และนอกพื้นที่ที่เดินทางแวะเวียนมายังนครปากเซ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ได้กล่าวมาทั้งหมด ทำให้ผู้ศึกษาสนใจศึกษาบนป้ายสาธารณะ
ในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยการศึกษาการใช้ภาษาและ
หน้าที่ของภาษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ประเด็นแรก คือ การศึกษาการใช้ภาษา ผู้ศึกษาจะแบ่งเป็น 2 ประเด็นย่อย ได้แก่
การศึกษาภาษาและรูปแบบการเขียน การศึกษาการใช้ภาษาและการปรากฏของภาษา ผู้ศึกษา
เลือกใช้แนวคิดของ Landry and Bourhis (1997) การศึกษารูปแบบการเขียน ผู้ศึกษาเลือกใช้
แนวคิดของ Backhaus (2007) และประเด็นที่สอง คือ การศึกษาหน้าที่ของภาษา ผู้ศึกษาใช้แนวคิด
ของ Ben-Rafael et al. (2006) โดยผู้ศึกษาจะวิเคราะห์หน้าที่ของภาษาที่สะท้อนจากการใช้ภาษา
การปรากฏของภาษา และรูปแบบการเขียนบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว



บทที่ 3

การใช้ภาษา การปรากฏของภาษา และรูปแบบการเขียน บนป้ายสาธารณะ ในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ในบทนี้ ผู้ศึกษาจะนำเสนอผลการวิเคราะห์การใช้ภาษา การปรากฏของภาษา และรูปแบบการเขียน บนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 858 ป้าย โดยวิเคราะห์การใช้ภาษาและการปรากฏของภาษาตามกรอบแนวคิดของ Landry and Bourhis (1997) และวิเคราะห์รูปแบบการเขียนตามกรอบแนวคิดของ Backhaus (2007) โดยผู้ศึกษาจะนำเสนอผลการศึกษา ดังนี้

3.1 การใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

การศึกษาคำที่ใช้ภาษาปรากฏบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ ผู้ศึกษาพิจารณาจากตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายว่าเป็นตัวอักษรที่ใช้เขียนภาษาใดก็นับเป็นภาษานั้น โดยนับการปรากฏการใช้ภาษาเป็นแห่ง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบการใช้ภาษาทั้งหมด 8 ภาษา ได้แก่ ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาเวียดนาม ภาษาฝรั่งเศส ภาษาไทย ภาษาเกาหลี และภาษาญี่ปุ่น ตามลำดับรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 5 การใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ที่	การใช้ภาษา	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ
1	ภาษาลาว	815	56.17
2	ภาษาอังกฤษ	550	37.90
3	ภาษาจีน	31	2.14
4	ภาษาเวียดนาม	29	2.00
5	ภาษาฝรั่งเศส	15	1.03
6	ภาษาไทย	7	0.48
7	ภาษาเกาหลี	3	0.21
8	ภาษาญี่ปุ่น	1	0.07
รวม		1,451	100.00

ตาราง 6 การใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะแต่ละประเภทในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ที่	การใช้ภาษา	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ
1	3.1.1 ภาษาลาว	815	56.17
	3.1.1.1 ป้ายร้านค้า	311	21.43
	3.1.1.2 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์	292	20.12
	3.1.1.3 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน	171	11.85
	3.1.1.4 ป้ายบอกทาง	40	2.77
2	3.1.2 ภาษาอังกฤษ	550	37.90
	3.1.2.1 ป้ายร้านค้า	216	14.89
	3.1.2.2 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์	167	11.51
	3.1.2.3 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน	135	9.37
	3.1.2.4 ป้ายบอกทาง	31	2.14
3	3.1.3 ภาษาจีน	31	2.14
	3.1.3.1 ป้ายร้านค้า	18	1.24
	3.1.3.2 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์	9	0.62
	3.1.3.3 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน	2	0.21
	3.1.3.4 ป้ายบอกทาง	1	0.07
4	3.1.4 ภาษาเวียดนาม	29	2.00
	3.1.4.1 ป้ายร้านค้า	22	1.52
	3.1.4.2 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์	4	0.28
	3.1.4.3 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน	3	0.20
5	3.1.5 ภาษาฝรั่งเศส	15	1.03
	3.1.5.1 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน	11	0.75
	3.1.5.2 ป้ายร้านค้า	4	0.28
6	3.1.6 ภาษาไทย	7	0.48
	3.1.6.1 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์	4	0.34
	3.1.6.2 ป้ายร้านค้า	2	0.14
7	3.1.7 ภาษาเกาหลี	3	0.21
	3.1.7.1 ป้ายร้านค้า	3	0.21

ที่	การใช้ภาษา	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ
8	3.1.8 ภาษาญี่ปุ่น	1	0.07
	3.1.8.1 ป้ายร้านค้า	1	0.07
รวม		1,451	100.00

3.1.1 ภาษาลาว

ภาษาลาว หมายถึง การใช้ตัวอักษรภาษาลาวที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะ โดยปรากฏพบเพียงภาษาเดียวและปรากฏร่วมกับภาษาอื่น พบจำนวน 815 แห่ง บนป้ายร้านค้า ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ป้ายสถานที่และหน่วยงาน และป้ายบอกทาง คิดเป็นร้อยละ 56.17 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.1.1.1 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 7 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาลาว

จากตัวอย่างภาพประกอบ 7 “นางน้อย แหวงสี” เป็นป้ายร้านค้าที่ปรากฏการใช้ภาษาลาว คำว่า “นางน้อย แหวงสี” ปรากฏเพียงภาษาเดียว



ภาพประกอบ 8 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาลาว

จากตัวอย่างภาพประกอบ 8 “MK ปะด๋บยิม AUTO CAR” “ແຕ່ງລາຍລິດ” “ອອກແບບຕາມໃຈລູກຄ້າ” “ຕິດຟິມກອງແສງ ແລະ ຕິດຕັ້ງເຄື່ອງສຽງ” เป็นป้ายร้านค้าที่ปรากฏการใช้ภาษาลาว

ຂໍ້ຄວາມວ່າ “ປະດັບຍົນ” “ແຕ່ງລາຍລົດ” “ອອກແບບຕາມໃຈລູກຄ້າ” “ຕິດພິມກອງແສງ ແລະ ຕິດຕັ້ງເຄື່ອງສູງ” ປຣາກຸຣຸ່ມກັບພາສາອັງກິດ



ຮູບຮ່າງຮູບຮ່າງ 9 ປ້າຍຮ້ານຄ້າທີ່ໃຊ້ພາສາລາວ

ຈາກຕົວຢ່າງຮູບຮ່າງຮູບຮ່າງ 9 “ຮ້ານແລກປ່ຽນເງິນຕາ” “ນາງແໜດ” “MB:020 55530333” “TEL:031 212333/0305724088” ເປັນປ້າຍຮ້ານຄ້າທີ່ປຣາກຸຣຸ່ມການໃຊ້ພາສາລາວ ຂໍ້ຄວາມວ່າ “ຮ້ານແລກປ່ຽນເງິນຕາ” “ນາງແໜດ” ປຣາກຸຣຸ່ມກັບພາສາອັງກິດ

3.1.1.2 ປ້າຍໂພສະນາແລະປະຊາສັມພັນ



ຮູບຮ່າງຮູບຮ່າງ 10 ປ້າຍໂພສະນາແລະປະຊາສັມພັນທີ່ໃຊ້ພາສາລາວ

ຈາກຕົວຢ່າງຮູບຮ່າງຮູບຮ່າງ 10 “ຊົມເຊີຍ ວັນສ້າງຕັ້ງກອງບັນຊາການທະຫານ ແຂວງຈໍາປາສັກ ຄົບຮອບ 60 ປີ ຢ່າງສຸດໃຈ (15 ພຶດສະພາ 1962-15 ພຶດສະພາ 2022)” ເປັນປ້າຍໂພສະນາແລະປະຊາສັມພັນທີ່ປຣາກຸຣຸ່ມການໃຊ້ພາສາລາວ ຂໍ້ຄວາມວ່າ “ຊົມເຊີຍ ວັນສ້າງຕັ້ງກອງບັນຊາການທະຫານ ແຂວງຈໍາປາສັກ ຄົບຮອບ 60 ປີ ຢ່າງສຸດໃຈ (15 ພຶດສະພາ 1962-15 ພຶດສະພາ 2022)” ປຣາກຸຣຸ່ມພຶງພາສາເຕີຍ



ภาพประกอบ 11 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาลาว

จากตัวอย่างภาพประกอบ 11 “ອີຊຸຊູ” “ໃໝ່! ອີຊຸຊູດີແມັກ ຜູ້ນຳແຫ່ງໂລກກະບະ...ເໝືອຂີດຈຳກັດ” “MY NEW ID ISUZU D-MAX” “ໂທ: (021) 613 141-4 ຫລື ໂທ: (021) 213 715-4” ເປັນປ້າຍໂພສະນາແລະປະສາສັມພັນທີ່ປະກາດການໃຊ້ຮາຟາລາວ ຂໍ້ຄວາມວ່າ “ອີຊຸຊູ” “ໃໝ່! ອີຊຸຊູດີແມັກ ຜູ້ນຳແຫ່ງໂລກກະບະ...ເໝືອຂີດຈຳກັດ” “ໂທ” “ຫລື ໂທ” ປະກາດຮູ້ວ່າກັບຮາຟາອັງຄະຊ



ภาพประกอบ 12 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาลาว

จากตัวอย่างภาพประกอบ 12 “BLACK” “ກາເຟດຳ ເຂັ້ມຂຸ້ນ” “Dao Coffee” ເປັນປ້າຍໂພສະນາແລະປະສາສັມພັນທີ່ປະກາດການໃຊ້ຮາຟາລາວ ຄຳວ່າ “ກາເຟດຳ ເຂັ້ມຂຸ້ນ” ປະກາດຮູ້ວ່າກັບຮາຟາອັງຄະຊ

3.1.1.3 ປ້າຍສະຖານທີ່ແລະໜ່ວຍງານ



ຮູບຮ່າງຮູບ 13 ປ້າຍສະຖານທີ່ແລະໜ່ວຍງານທີ່ໃຊ້ພາສາລາວ

ຈາກຕົວຢ່າງຮູບຮ່າງຮູບ 13 “ຕຶກປຶ່ງປຶ່ງສາກົນ ຈຳປາສັກ” ເປັນປ້າຍສະຖານທີ່ແລະໜ່ວຍງານທີ່ປະກາດການໃຊ້ພາສາລາວ ຄຳວ່າ “ຕຶກປຶ່ງປຶ່ງສາກົນ ຈຳປາສັກ” ປະກາດພຽງພາສາເທົ່າ



ຮູບຮ່າງຮູບ 14 ປ້າຍສະຖານທີ່ແລະໜ່ວຍງານທີ່ໃຊ້ພາສາລາວ

ຈາກຕົວຢ່າງຮູບຮ່າງຮູບ 14 “ຕຶກສາກົນໂຮງໝໍ ຈຳປາສັກ” “ສູນ ຟອກໝາກໄຂ່ຫລັງ” “HEMODIALYSIS UNIT” ເປັນປ້າຍສະຖານທີ່ແລະໜ່ວຍງານທີ່ປະກາດການໃຊ້ພາສາລາວ ຄຳວ່າ “ຕຶກສາກົນໂຮງໝໍ ຈຳປາສັກ” “ສູນ ຟອກໝາກໄຂ່ຫລັງ” ປະກາດຮ່ວມກັບພາສາອັງກິດ



ภาพประกอบ 15 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาลาว

จากตัวอย่างภาพประกอบ 15 “ອົງການພັດທະນາ ແລະ ບໍລິຫານຕົວເມືອງ (ອພບຕ)” “URBAN DEVELOPMENT AND ADMINISTRATION AUTHORITY (U D A A)” ເປັນປ້າຍສະຖານທີ່ ແລະ ຫ້ອງການທີ່ປະກາດການໃຊ້ຮາຮາລາວ ຂໍ້ຄວາມວ່າ “ອົງການພັດທະນາ ແລະ ບໍລິຫານຕົວເມືອງ (ອພບຕ)” ປະກາດຮ່ວມກັບຮາຮາອັງກິດ

3.1.1.4 ປ້າຍບອກທາງ



ภาพประกอบ 16 ป้ายบอกทางที่ใช้ภาษาลาว

จากตัวอย่างภาพประกอบ 16 “ໄປຊື້ ແລະ ລ້ຽວ ຂວາໄດ້ ແຕ່ຕ້ອງ ລະວັງ” ເປັນປ້າຍບອກທາງ ທີ່ປະກາດການໃຊ້ຮາຮາລາວ ຂໍ້ຄວາມວ່າ “ໄປຊື້ ແລະ ລ້ຽວ ຂວາໄດ້ ແຕ່ຕ້ອງ ລະວັງ” ປະກາດເພິ່ງຮາຮາ ເຕີຍາ



ภาพประกอบ 17 ป้ายบอกทางที่ใช้ภาษาลาว

จากตัวอย่างภาพประกอบ 17 “ເມືອງໂຂງ 140 ກມ. KHONG DISTRICT 140 KM” “ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ 667 ກມ. VIENTIANE CAPITAL 667 KM” เป็นป้ายบอกทางที่ปรากฏการใช้ภาษาลาว ข้อความว่า “ເມືອງໂຂງ 140 ກມ.” “ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ 667 ກມ.” ปรากฏร่วมกับภาษาอังกฤษ



ภาพประกอบ 18 ป้ายบอกทางที่ใช้ภาษาลาว

จากตัวอย่างภาพประกอบ 18 “ສວນແຄມຂອງ MEKONG PARK” “ທາງເລກທີ 13 NR 13” “ປັກຄອງແຂວງ GOVERNOR'S OFFICE” เป็นป้ายบอกทางที่ปรากฏการใช้ภาษาลาว ข้อความว่า “ສວນແຄມຂອງ” “ທາງເລກທີ 13” “ປັກຄອງແຂວງ” ปรากฏร่วมกับภาษาอังกฤษ

จากการปรากฏการใช้ภาษาลาวบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ พบการใช้ภาษาลาวบน 1) ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นป้ายของภาครัฐเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลและการรณรงค์ตามนโยบายของภาครัฐ ส่วนภาคเอกชนมักเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การขายสินค้าและบริการ การรับสมัครงาน ป้ายห้าม และอื่น ๆ สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายหลักของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์คือผู้ที่รู้ภาษาลาวเป็นหลัก ถัดมาคือ

2) ป้ายร้านค้า พบการใช้ภาษาลาวบนป้ายร้านค้าและบริการต่าง ๆ ทั้งนี้ ป้ายร้านค้าส่วนใหญ่ไม่เพียงแต่ใช้ภาษาลาวเท่านั้น ยังมีการเลือกใช้สัญลักษณ์หรือรูปภาพประกอบอยู่บนป้ายร่วมกับการใช้ลาวอีกด้วย สะท้อนให้เห็นว่าร้านค้าและบริการต่าง ๆ มีกลุ่มลูกค้าหลักคือผู้ที่รู้ภาษาลาว โดยเฉพาะป้ายร้านอาหารและเครื่องดื่ม 3) ป้ายสถานที่และหน่วยงาน ส่วนใหญ่เป็นป้ายที่คู่กับภาษาต่างประเทศ เพียงแต่ติดตั้งป้ายอยู่ตรงข้ามกัน ส่วนภาคเอกชนพบการใช้ภาษาลาวหนึ่งภาษา โดยไม่มีป้ายคู่กับภาษาต่างประเทศ และ 4) ป้ายบอกทาง มักปรากฏการใช้ลาวเป็นข้อความสั้น ๆ และมีการใช้รูปภาพและสัญลักษณ์การจราจร เพื่อช่วยในการสื่อสารประกอบกับภาษา ซึ่งการพบภาษาลาวบนป้ายมากที่สุด อาจเป็นเพราะว่าป้ายสาธารณะที่ศึกษาอยู่ในพื้นที่สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและประชากรส่วนใหญ่เป็นคนลาว ผู้เขียนป้ายจึงเลือกใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร

3.1.2 ภาษาอังกฤษ

ภาษาอังกฤษ หมายถึง การใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะ โดยปรากฏพบเพียงภาษาเดียวและปรากฏร่วมกับภาษาอื่น พบจำนวน 550 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 37.90 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.1.2.1 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 19 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 19 “Delta” “from our plantation to your cup” “Lao Coffee” เป็นภาพป้ายร้านค้าที่ปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “Delta” “from our plantation to your cup” “Lao Coffee” ปรากฏเพียงภาษาเดียว



ภาพประกอบ 20 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 20 “Pizza King” เป็นภาพป้ายร้านค้าที่ปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษ คำว่า “Pizza King” ปรากฏเพียงภาษาเดียว



ภาพประกอบ 21 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 21 “Second Floor” “MALISA” “GALLERY” “COFFEE” เป็นภาพป้ายร้านค้าที่ปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษ คำว่า “Second Floor” “MALISA” “GALLERY” “COFFEE” ปรากฏเพียงภาษาเดียว

3.1.2.2 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์



ภาพประกอบ 22 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 22 “MOTOR BIKES FOR RENT” “HONDA WAVE SEMI-AUTO 100 CC” “one day 50.000 kip” เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “MOTOR BIKES FOR RENT” “HONDA WAVE SEMI-AUTO 100 CC” “one day 50.000 kip” ปรากฏเพียงภาษาเดียว



ภาพประกอบ 23 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 23 “Open” “Sunny Laundry” “Opposite the church Free laundry collection and delivery within a 10 Km radius” “Tel: 020 55 289 111” “Open hours Mon-Fri 8:00am - 5:30pm Sat-Sun 8:30am - 5:00pm” เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “Open” “Sunny Laundry” “Opposite the church Free laundry collection and delivery within a 10 Km radius” “Tel: 020 55 289 111” “Open hours Mon-Fri 8:00am - 5:30pm Sat-Sun 8:30am - 5:00pm” ปรากฏเพียงภาษาเดียว



ภาพประกอบ 24 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 24 “CLOSED” “WHEN ONE DOOR CLOSSES ANOTHER OPENS ALL YOU HAVE TO DO IS WALK IN” เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “CLOSED” “WHEN ONE DOOR CLOSSES ANOTHER OPENS ALL YOU HAVE TO DO IS WALK IN” ปรากฏเพียงภาษาเดียว

3.1.2.3 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน



ภาพประกอบ 25 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 25 “Sanya Hostel” “Breakfast lunch dinner coffee wifi souvenir” “Tel: + 856(0) 31253899; +856(0) 20 55831999; E-mail: booking@sanga hostel.com” เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “Sanya Hostel” “Breakfast lunch dinner coffee wifi souvenir” “Tel: + 856(0) 31253899; +856(0) 20 55831999; E-mail: booking@sangahostel.com” ปรากฏเพียงภาษาเดียว



ภาพประกอบ 26 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 26 “THE ANJOLIE'S” เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “THE ANJOLIE'S” ปรากฏเพียงภาษาเดียว



ภาพประกอบ 27 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 27 “krungsri” เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษ คำว่า “krungsri” ปรากฏเพียงภาษาเดียว

พูน ปรุ ทิโต ชีเว

3.1.2.4 ป้ายบอกทาง



ภาพประกอบ 28 ป้ายบอกทางที่ใช้ภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 28 “EXIT” เป็นภาพป้ายบอกทางที่ปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษ คำว่า “EXIT” ปรากฏร่วมกับภาษาลาว



ภาพประกอบ 29 ป้ายบอกทางที่ใช้ภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 29 “ກມ ໐ ປາກເຊ” “PAKSE KM 0” เป็นป้ายบอกทางที่ปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษ คำว่า “PAKSE KM 0” ปรากฏร่วมกับภาษาลาว



ภาพประกอบ 30 ป้ายบอกทางที่ใช้ภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 30 “ເຂດຊຸມຊົນ ຫຼຸດຜ່ອນຄວາມໄວ” “City Limit Reduce Speed” เป็นป้ายบอกทางที่ปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “City Limit Reduce Speed” ปรากฏร่วมกับภาษาลาว

จากการปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ พบการใช้ภาษาอังกฤษบน 1) ป้ายร้านค้ามากที่สุด โดยเป็นป้ายของภาคเอกชนทั้งหมด เช่น ร้านขายทอง ร้านขายยา ร้านขายรถ ร้านขายส่งอะไหล่รถ ร้านเครื่องใช้ไฟฟ้า ร้านสินค้าไอที ร้านตัดเย็บ ร้านจำหน่ายโทรศัพท์ และอะไหล่โทรศัพท์ ร้านแลกเปลี่ยนเงิน ร้านเสริมสวย ร้านอาหาร ร้านนวด ร้านดอกไม้ ร้านแว่นตา ร้านถ่ายเอกสาร เป็นต้น โดยภาษาอังกฤษมักเขียนชื่อร้าน ช่องทางการติดต่อ แบนด์สินค้า และคำศัพท์ทางเทคโนโลยี แสดงให้เห็นว่าในนครปากเซมีชาวต่างชาติอยู่ในพื้นที่และเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ส่วนร้านเกี่ยวกับเทคโนโลยีและการสื่อสาร แสดงให้เห็นว่านครปากเซได้รับสินค้าด้านเทคโนโลยีจากต่างประเทศเข้ามาค้าขาย โดยป้ายเทคโนโลยีและการสื่อสารส่วนใหญ่มักจะใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่คนทั่วไปสามารถเข้าใจได้ รองลงมาคือ 2) ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่เป็นป้ายของเอกชน เช่น ป้ายประกาศรับสมัครงานและสมัครเรียน ป้ายประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ การท่องเที่ยว เช่าซื้อขายบ้านและที่ดิน เป็นต้น ส่วนป้ายของภาครัฐ เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ป้ายรณรงค์ โดยป้ายทั้งภาครัฐและเอกชนมักใช้ภาษาอังกฤษเขียนข้อความหลัก รายละเอียด การประชาสัมพันธ์ และช่องทางการติดต่อ เป็นต้น แสดงให้เห็นว่าในนครปากเซใช้ภาษาอังกฤษทางธุรกิจการค้าและการท่องเที่ยวเพื่อสื่อสารกับคนต่างชาติหรือผู้ที่รู้ภาษาอังกฤษ 3) ป้ายสถานที่และหน่วยงาน ส่วนใหญ่เป็นป้ายของเอกชน เช่น โรงเรียนกวดวิชา

ธนาคาร สถาบันการเงิน โรงแรม บ้านพัก คลินิก เป็นต้น ส่วนป้ายของภาครัฐ เช่น ป้ายสถานที่
หน่วยงาน สำนักงาน กระทรวง และสมาคมของทางราชการ โดยป้ายทั้งภาครัฐและเอกชนมักใช้
ภาษาอังกฤษเขียนชื่อสถานที่และหน่วยงาน รายละเอียดการให้บริการของสถานที่ ช่องทางการติดต่อ
 เป็นต้น และ 4) ป้ายบอกทาง ส่วนใหญ่เป็นป้ายของภาครัฐ โดยป้ายทั้งภาครัฐและเอกชน
มักใช้ภาษาอังกฤษเขียนชื่อสถานที่ รายละเอียดการเดินทาง ข้อมูลการใช้รถและถนน เป็นต้น
อาจวิเคราะห์ได้ว่าสาเหตุที่เลือกใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารรองลงมาจากภาษาลาวเป็นเพราะ
ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลที่นิยมใช้อย่างแพร่หลาย จึงทำให้มีการเลือกใช้ภาษาอังกฤษบนป้าย
สาธารณะในนครปากเซเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจสืบเนื่องมาจากปัจจัยทางประวัติศาสตร์ที่มีการล่า
อาณานิคมในอดีตอีกด้วย

3.1.3 ภาษาจีน

ภาษาจีน หมายถึง การใช้ตัวอักษรภาษาจีนที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะ โดยปรากฏพบเพียง
ภาษาเดียวและปรากฏร่วมกับภาษาอื่น พบจำนวน 31 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 2.00 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.1.3.1 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 31 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาจีน

จากตัวอย่างภาพประกอบ 31 “ร้าน อาขาม เขมยขึง” “美玲” “Meiling Restaurant”
“Tel: 020 22422455, 28929654” เป็นภาพร้านค้าที่ปรากฏการใช้ภาษาจีน คำว่า “美玲” ปรากฏ
ร่วมกับภาษาลาวและภาษาอังกฤษ



ภาพประกอบ 32 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาจีน

จากตัวอย่างภาพประกอบ 32 “ร้านอาหารชาวมอญจ๋วยไช่” “湘聚楼食府” “TEL:020 91119835 020 91119836” เป็นภาพป้ายร้านค้าที่ปรากฏการใช้ภาษาจีน ข้อความว่า “湘聚楼食府” ปรากฏร่วมกับภาษาลาวและภาษาอังกฤษ



ภาพประกอบ 33 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาจีน

จากตัวอย่างภาพประกอบ 33 “ร้านอาหารชาวมอญ” “王府酒楼” เป็นภาพร้านค้าที่ปรากฏการใช้ภาษาจีน ข้อความว่า “王府酒楼” ปรากฏร่วมกับภาษาลาว

3.1.3.2 ປ້າຍໂພສະນາແລະປະຈາສັມພັນທີ່ໃຊ້ພາສາຈີນ



ຖານປະກອບ 34 ປ້າຍໂພສະນາແລະປະຈາສັມພັນທີ່ໃຊ້ພາສາຈີນ

ຈາກຕົວຢ່າງຖານປະກອບ 34 “ເປັນເຈົ້າຂອງເຮືອນຫ້ອງແຖວ 3 ຊັ້ນ 三层楼房, 期价开始” “ຂາຍ 2xx.xxx\$” “ຜ່ອນຍາວ 15 ປີ ຈຳກັດຈ່າຍຍາວ 15 ປີ” “ເຊົ່າ 10.xxx\$/ປີ ກິດຈະການ” “ເບີໂທຕິດຕໍ່: 030 578 7578 联系方式: 030 578 7578” ເປັນຖານປ້າຍໂພສະນາແລະປະຈາສັມພັນທີ່ປະກາດການໃຊ້ພາສາຈີນ ຂໍ້ຄວາມວ່າ “三层楼房, 期价开始” “卖” “分期付款长15年” “租出每年” “联系方式: 030 578 7578” ປະກາດຮ່ວມກັບພາສາລາວແລະພາສາອັງກິດ



ຖານປະກອບ 35 ປ້າຍໂພສະນາແລະປະຈາສັມພັນທີ່ໃຊ້ພາສາຈີນ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 35 “ບໍລິການຂົນສົ່ງ ແລະຮັບສົ່ງສິນຄ້າຈາກຈີນ” “中国-老挝 快递” “ລາຄາພຽງ 15,000 ກີບ/KG” “ຮັບຂົນສົ່ງດ່ວນ ພາຍໃນ 3-7 ມື້ !!!” “AC ຂົນສົ່ງຈີນລາວ” ເປັນຖານພ້າຍໂພຊະນາແລະປະຊາສັມພັນທີ່ປະກາດການໃຊ້ພາສາຈີນ ຂໍ້ຄວາມວ່າ “中国-老挝 快递” ປະກາດຮ່ວມກັບພາສາລາວແລະພາສາອັງກິດ

3.1.3.3 ພ້າຍສະຖານທີ່ແລະໜ່ວຍງານ



ຖານພ້າຍສະຖານທີ່ແລະໜ່ວຍງານທີ່ໃຊ້ພາສາຈີນ

ຈາກຕົວຢ່າງຖານພ້າຍສະຖານທີ່ແລະໜ່ວຍງານ 36 “ສູນສາສາຈີນ” “中文培训中心” “ສູນສາສາຈີນ PAKSE-QC” ເປັນຖານພ້າຍສະຖານທີ່ແລະໜ່ວຍງານທີ່ປະກາດການໃຊ້ພາສາຈີນ ຄຳວ່າ “中文培训中心” ປະກາດຮ່ວມກັບພາສາລາວ ແລະພາສາອັງກິດ



ຖານພ້າຍສະຖານທີ່ແລະໜ່ວຍງານທີ່ໃຊ້ພາສາຈີນ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 37 “ธนาคารร่วมพัฒนา” “联合发展银行” “Joint Development Bank” เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ปรากฏการใช้ภาษาจีน ข้อความว่า “联合发展银行” ปรากฏร่วมกับภาษาลาวและภาษาอังกฤษ

3.1.3.4 ป้ายบอกทาง



ภาพประกอบ 38 ป้ายบอกทางที่ใช้ภาษาจีน

จากตัวอย่างภาพประกอบ 38 “ສະພາການຄ້າຈີນປະຈຳປາກເຊ” “老挝占巴色中国商会” “TEL: 020 55151333 020 91230888” เป็นภาพป้ายบอกทางที่ปรากฏการใช้ภาษาจีน ข้อความว่า “老挝占巴色中国商会” ปรากฏร่วมกับภาษาลาว และภาษาอังกฤษ แสดงให้เห็นว่า ผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาจีน ภาษาลาว และภาษาอังกฤษ

จากการปรากฏการใช้ภาษาจีนบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ พบการใช้ภาษาจีนบน

- 1) ป้ายร้านค้ามากที่สุด เป็นป้ายของภาคเอกชนทั้งหมด เช่น ร้านขายทอง ร้านขายส่งอุปกรณ์ไฟฟ้า ร้านขายอะไหล่รถ ร้านขายส่งเครื่องอะไหล่ ร้านอาหาร ร้านแว่นตา ร้านขายผ้าผ้าม่าน เป็นต้น โดยภาษาจีนมักเขียนชื่อร้าน รายละเอียดร้านค้า รายละเอียดการขาย แสดงให้เห็นว่าในนครปากเซ มีคนเชื้อสายจีนมาทำการค้าและอาศัยอยู่ในพื้นที่ มีการนำเข้าสินค้าจากประเทศจีนมาค้าขาย ในนครปากเซ หรือผู้เขียนป้ายอาจเลือกใช้ภาษาจีนบนป้ายเนื่องจากมีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นคนจีน หรือผู้รู้ภาษาจีน หรือเพื่อแสดงเอกลักษณ์ของสินค้าและทำให้ป้ายมีความน่าสนใจมากขึ้น รองลงมา คือ 2) ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นป้ายของภาคเอกชนทั้งหมด เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ขายเช่าซื้อบ้านและที่ดิน ประชาสัมพันธ์ขนส่งสินค้า เป็นต้น โดยภาษาจีนมักใช้เขียนหัวข้อหลักของการประชาสัมพันธ์ รายละเอียดสินค้าและบริการ ส่วนใหญ่เป็นการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการเช่าและซื้อขายบ้านพัก ที่ดิน และตึก แสดงให้เห็นว่ามีคนจีนหรือผู้รู้ภาษาจีนเป็นเป้าหมายหลัก

ในการเช่าและซื้อขาย 3) ป้ายสถานที่และหน่วยงาน พบบนป้ายธนาคารและป้ายศูนย์สอนภาษาจีน ซึ่งธนาคารดังกล่าวเป็นธนาคารเอกชนชั้นนำอันดับต้นที่โดดเด่นในเรื่องของการบริการที่ครบวงจร และได้รับความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในสังคมลาว รองจากธนาคารของรัฐ (เส้นทางเศรษฐกิจออนไลน์, 2563) จึงอาจวิเคราะห์ได้ว่าธนาคารดังกล่าวใช้ภาษาจีนในการเขียนเพื่อดึงดูดชาวจีนและนักลงทุนชาวจีน ส่วนป้ายศูนย์สอนภาษาจีน แสดงให้เห็นว่าในนครปากเซ มีผู้สนใจเรียนภาษาจีน เพื่อการศึกษาธุรกิจการค้า การท่องเที่ยว และอื่น ๆ และ 4) ป้ายบอกทาง พบบนป้ายของภาคเอกชนเพียงหนึ่งป้ายคือป้ายบอกทางไปยังสภากาชาดจีนประจำปากเซ โดยการใช้ภาษาจีนบนป้ายดังกล่าว ใช้เขียนชื่อสถานที่ แสดงให้เห็นว่าจีนและสปป.ลาว มีการรับส่งสินค้าระหว่างประเทศอยู่เสมอ จึงมีสภากาชาดประจำในนครปากเซ และใช้การใช้จ่ายเงินเพื่อการสื่อสารกับคนจีนหรือผู้ที่รู้ภาษาจีน

การรับเอาภาษาจีนเข้ามาใช้ในลาวมีปัจจัยด้านประวัติศาสตร์ ดังที่ Karber (2010, อ้างถึงใน ยศ สันตสมบัติ, 2562) ประวัติศาสตร์ของชุมชนจีนปากเซนั้นเริ่มต้นในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 ในหนังสือบันทึกความทรงจำในวาระครบรอบ 75 ปีของโรงเรียนจีนปากเซระบุว่าชาวจีนคนแรกที่มาตั้งถิ่นฐานยังปากเซนั้นเป็นชาวจีนจากมณฑลกวางตุ้งซึ่งเคยตั้งถิ่นฐานอยู่ในเวียดนามและได้เดินทางมายังปากเซตามคำแนะนำของผู้ปกครองฝรั่งเศสในปี ค.ศ.1906 ก่อนที่จะชักชวนชาวจีนอื่น ๆ เข้ามาตั้งถิ่นฐานเพิ่มในเวลาต่อมา (Huang & Qiu 2004) อย่างไรก็ตาม ป้ายสาธารณะในนครปากเซพบภาษาจีนจำนวนไม่มากนัก โดยส่วนใหญ่การใช้เงินที่พบจะปรากฏบนป้ายร้านค้ามากที่สุด อาจเป็นผลมาจากภายหลังการปฏิวัติชาวจีนในนครปากเซลดลงอย่างรวดเร็ว ก่อนการปฏิวัติชาวจีนในปากเซ มีมากกว่า 10,000 คน แต่ลดเหลือต่ำกว่า 1,000 คน ภายหลังการเปลี่ยนระบอบการปกครอง แม้รัฐบาลคอมมิวนิสต์ไม่ได้สั่งปิดโรงเรียนจีน แต่จำนวนนักเรียนในโรงเรียนจีนลดลงราว 5 เท่าจาก 1,500 คน เหลือเพียงราว 300 คน เท่านั้น (Huang & Qiu 2004)

หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง แม้ชาวจีนบางส่วนยังอยู่ในปากเซ แต่ร้านรวงและกิจการต่าง ๆ ของชาวจีนได้ปิดตัวลง นโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลใหม่นั้นในด้านหนึ่งได้ลดทอนอิทธิพลทางเศรษฐกิจที่เป็นทางการของชาวจีน แต่ในขณะเดียวกันก็ได้เปิดโอกาสสำหรับการสะสมทุนของชาวจีนโพ้นทะเลผ่านเศรษฐกิจที่ไม่เป็นทางการ รัฐบาลใหม่เข้ากำหนดราคาสินค้าที่วางขายในร้านค้าของรัฐ อย่างไรก็ตาม การประสบปัญหาขาดแคลนสินค้าอุปโภคบริโภคภายหลังเปลี่ยนแปลงการปกครองนำไปสู่การเกิดขึ้นของ “ตลาดมืด” ความต้องการที่มีมากได้ทำให้ราคาของสินค้าที่ซื้อขายในตลาดมืดนั้นสูงกว่าราคาที่รัฐบาลกำหนดหลายเท่า ชาวจีนที่ยังคงอยู่ในปากเซเห็นช่องทางการสะสมทุนผ่านตลาดมืดและเริ่มเข้ามาทำธุรกิจในตลาดมืด สินค้าที่นำเข้ามาจำหน่าย ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภคก่อสร้างขนาดเล็ก และอะไหล่รถจักรยาน สินค้าเหล่านี้ถูกนำเข้าผ่านพ่อค้าจีนในฝั่งไทยและชาวบ้านที่ตั้งบ้านเรือนในพื้นที่ชายแดน การค้าในตลาดมืดมิได้เป็นเพียงช่องทางการอยู่รอดภายใต้ระบอบใหม่เท่านั้น แต่ยังเป็นหนทางใหม่ในการสะสมความมั่งคั่งของชาวจีนที่ยังอยู่ในสปป.ลาว

จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงอาจเป็นปัจจัยที่ทำให้พบการใช้ภาษาจีนบนป้ายร้านค้าเป็นส่วนใหญ่ โดยป้ายร้านค้าที่พบเป็นสินค้าเกี่ยวกับสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ทองคำ อุปกรณ์ไฟฟ้า เครื่องใช้ชนิดต่าง ๆ อุปกรณ์และอะไหล่โทรศัพท์ บุหรี่ เหล้า เครื่องสำอาง ขนม ผ้าม่าน พรม ร้านขายส่ง อะไหล่รถยนต์และรถจักรยานยนต์ ร้านกระจก อะลูมิเนียม ประตูบานเลื่อน ร้านอาหารจีน ร้านดอกไม้ ซึ่งถือว่าสินค้าแต่ละประเภทมีความหลากหลายเป็นอย่างมาก ซึ่งนอกจากการค้าขายของชาวจีนแล้วนั้น รัตนา จันทรเทาว์ (2560) ได้กล่าวว่าคนลาวมีถิ่นฐานเดิมอยู่บริเวณตอนใต้ของประเทศจีน ภายหลังจึงอพยพมาตั้งถิ่นฐานในบริเวณประเทศลาวในปัจจุบัน ดังนั้น ในภาษาลาวจึงมีคำยืมภาษาจีน อยู่จำนวนหนึ่งจากประวัติศาสตร์ลาวดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันประเทศจีนและประเทศลาวมีความสัมพันธ์กันแนบแน่นทั้งด้านการปกครองในระบบบอลิเควียงกัน และด้านเศรษฐกิจ ประชาชนจีนเข้ามาอาศัยอยู่ในประเทศลาวมากขึ้นจากนโยบายที่รัฐบาลลาวเปิดให้เช่าที่ดินเพื่อทำประโยชน์ในภาคเหนือของประเทศ นอกจากนี้ นโยบายความร่วมมือรัฐต่อรัฐของลาว-จีนยังส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างกันในแต่ละปีการศึกษามีนักศึกษาที่เรียนภาษาลาวในประเทศจีนเข้ามาศึกษาในประเทศลาว ขณะที่นักศึกษาของลาวที่เลือกเรียนวิชาเอกภาษาจีนก็ไปศึกษาในประเทศจีน ส่งผลให้เกิดความร่วมมือด้านธุรกิจและความสัมพันธ์ตามมา จึงส่งผลให้มีการใช้ภาษาจีนในนครปากเซจนถึงปัจจุบัน

3.1.4 ภาษาเวียดนาม

ภาษาเวียดนาม หมายถึง การใช้ตัวอักษรภาษาเวียดนามที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะ โดยปรากฏพบเพียงภาษาเดียวและปรากฏร่วมกับภาษาอื่น พบจำนวน 29 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 2.00 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.1.4.1 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 39 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาเวียดนาม

จากตัวอย่างภาพประกอบ 39 “HAIR SALON” “ร้านเสริมสวย” “HÔNG” “CẮT TÓC - CAO MẶT - RÁY TAI - GỘI ĐẦU - UÓN - DUỖI - NHUỘM - PHỤC HỒI TÓC HƯ TỒN” “TẠO MẪU TÓC CHUYÊN NGHIỆP - NHẬN ĐÀO TẠO HỌC VIÊN” เป็นภาพป้ายร้านค้าที่ปรากฏการใช้ภาษาเวียดนาม ข้อความว่า “HÔNG” “CẮT TÓC - CAO MẶT - RÁY TAI - GỘI ĐẦU - UÓN - DUỖI - NHUỘM - PHỤC HỒI TÓC HƯ TỒN” “TẠO MẪU TÓC CHUYÊN NGHIỆP - NHẬN ĐÀO TẠO HỌC VIÊN” ปรากฏร่วมกับภาษาลาว และภาษาอังกฤษ



ภาพประกอบ 40 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาเวียดนาม

จากตัวอย่างภาพประกอบ 40 “ตัดผมชาย-หญิง” “Cắt tóc Nam-Nữ” “BẢO HÂN” “ลื้อน-ลิด-สะ-เปါ-ย้อมผม ถัดสื้อ-เร็ดเล็บ แย่ซู่-ลอกซ้่า-มอดซ้่า” “UÓN ÉP GỘI SÁY NHUỘM TÓC” “LÁY RÁY TÁI” “CAO MẶT LỘT MỤN, LÀM MÓNG” เป็นภาพป้ายร้านค้าที่ปรากฏการใช้ภาษาเวียดนาม ข้อความว่า “Cắt tóc Nam-Nữ” “BẢO HÂN” “UÓN ÉP GỘI SÁY NHUỘM TÓC” “LÁY RÁY TÁI” “CAO MẶT LỘT MỤN, LÀM MÓNG” ปรากฏร่วมกับภาษาลาว และภาษาอังกฤษ



ภาพประกอบ 41 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาเวียดนาม

จากตัวอย่างภาพประกอบ 41 “ຕ່ວນ ຕາບຢາງລົດ (ຄູ້ມໂພນໄຊ)” “TIRES - SERVICE” “TUẤN” “TUẤN VÀ LỐP XE” เป็นภาพป้ายร้านค้าที่ปรากฏการใช้ภาษาเวียดนาม ข้อความว่า “TUẤN” “TUẤN VÀ LỐP XE” ปรากฏร่วมกับภาษาลาว และภาษาอังกฤษ

3.1.4.2 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์



ภาพประกอบ 42 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาเวียดนาม

จากตัวอย่างภาพประกอบ 42 “CÁM ĐẬU XE MÁY” เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏการใช้ภาษาเวียดนาม ข้อความว่า “CÁM ĐẬU XE MÁY” ปรากฏเพียงภาษาเดียว



ภาพประกอบ 43 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาเวียดนาม

จากตัวอย่างภาพประกอบ 43 “ร้านให้เช่า” “Có quán cho thuê” “店出租” “Tel: 020 5693 9999” เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏการใช้ภาษาเวียดนาม ข้อความว่า “Có quán cho thuê” ปรากฏร่วมกับภาษาลาว ภาษาจีน และภาษาอังกฤษ



ภาพประกอบ 44 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาเวียดนาม

จากตัวอย่างภาพประกอบ 44 “เรือนให้เช่า” “NHÀ CHO THUÊ” “房屋出租” “Tel: 95934545 22759555” เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏการใช้ภาษาเวียดนาม ข้อความว่า “NHÀ CHO THUÊ” ปรากฏร่วมกับภาษาจีน และภาษาอังกฤษ

3.1.4.3 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน



ภาพประกอบ 45 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาเวียดนาม

จากตัวอย่างภาพประกอบ 45 “สมาคมชาวเวียดนาม แอวจำปาสัก” “HỘI NGƯỜI VIỆT NAM TỈNH CHAMPASAK” เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ปรากฏการใช้ภาษาเวียดนาม ข้อความว่า “HỘI NGƯỜI VIỆT NAM TỈNH CHAMPASAK” ปรากฏร่วมกับภาษาลาว



ภาพประกอบ 46 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาเวียดนาม

จากตัวอย่างภาพประกอบ 46 “โรงพยาบาล โพนไซ” “TRƯỜNG MẪU GIÁO PHONSAY” เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ปรากฏการใช้ภาษาเวียดนาม ข้อความว่า “TRƯỜNG MẪU GIÁO PHONSAY” ปรากฏร่วมกับภาษาลาว



ภาพประกอบ 47 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาเวียดนาม

จากตัวอย่างภาพประกอบ 47 “โรงแรม แอวี่” “LV HOTEL” “Khách sạn LV” เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ปรากฏการใช้ภาษาเวียดนาม ข้อความว่า “Khách sạn” ปรากฏร่วมกับภาษาลาวและภาษาอังกฤษ

จากการปรากฏการใช้ภาษาเวียดนามบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ พบการใช้ภาษาเวียดนามบน 1) ป้ายร้านค้ามากที่สุด เป็นป้ายของภาคเอกชนทั้งหมด เช่น ร้านขายทอง ร้านปะยาง ร้านตัดเย็บ ร้านโทรศัพท์ ร้านเสริมสวย ร้านขายส่งรองเท้า ร้านอาหาร ร้านซักผ้า เป็นต้น โดยภาษาเวียดนามมักเขียนชื่อร้าน รายละเอียดการขายและบริการของร้านค้า แสดงให้เห็นว่ามีคนเวียดนามทำการค้าและอาศัยอยู่ในนครปากเซ หรือมีการนำเข้าสินค้าจากเวียดนามมาค้าขาย หรือผู้เขียนป้ายอาจเลือกใช้ภาษาเวียดนามเพราะมีกลุ่มเป้าหมายการขายคือเป็นคนเวียดนามหรือผู้ที่รู้ภาษาเวียดนาม รองลงมาคือ 2) ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นป้ายของภาคเอกชนทั้งหมด ได้แก่ ป้ายให้เช่าบ้านและร้าน โดยภาษาเวียดนามใช้เขียนหัวข้อหลักในการประชาสัมพันธ์ปล่อยเช่า แสดงให้เห็นว่ามีคนเวียดนามหรือผู้ที่รู้ภาษาเวียดนามเป็นเป้าหมายในการเช่าบ้านและร้านดังกล่าว และป้ายแจ้งเตือนการจอดจักรยานยนต์ โดยภาษาเวียดนามใช้เขียนบอกข้อปฏิบัติ แสดงให้เห็นว่ามีคนเวียดนามอาศัยหรืออาจทำงานอยู่ในพื้นที่นั้น และ 3) ป้ายสถานที่และหน่วยงาน เป็นป้ายของภาครัฐ ได้แก่ ป้ายโรงเรียน และป้ายสมาคมเวียดนาม โดยใช้ภาษาเวียดนามเขียนชื่อสถานที่ดังกล่าว ส่วนป้ายของภาคเอกชน ได้แก่ ป้ายธนาคาร และป้ายโรงแรม แสดงให้เห็นว่ามีคนเวียดนามอยู่ในนครปากเซผู้เขียนป้ายจึงเลือกใช้ภาษาเวียดนามในการสื่อสาร โดยเฉพาะป้ายร้านค้าที่ปรากฏภาษาเวียดนามมีความน่าสนใจ ส่วนใหญ่พบบนป้ายร้านโทรศัพท์และร้านเสริมสวยเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจเป็นผลมาจากปัจจัยประวัติศาสตร์ ที่ชาวเวียดนามอพยพและย้ายถิ่นฐานเข้ามาอาศัยอยู่ในนครปากเซ ดังที่ Harmand (1997, อ้างถึงใน พิมพ์ปฏิมา นเรศศิริกุล, 2020) ได้กล่าวถึงกลุ่มชาติพันธุ์เวียดนาม ไว้ว่าเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีถิ่นฐานอยู่บริเวณเวียดนามตอนใต้ใกล้รอยตะเข็บ

ชายแดนลาวและเวียดนามคนเวียดนามเข้ามาในลาวตอนใต้เพื่อทำการค้าเช่นเดียวกับคนจีน และสามารถพูดได้หลายภาษาบ้างก็เข้ามาในฐานะทาส สอดคล้องกับ ญัตินันท์ สุวรรณวงศ์ (2559) กล่าวไว้ว่าตลอดระยะเวลาที่ฝรั่งเศสเข้ามามีอิทธิพลในอินโดจีน ทำให้เกิดปรากฏการณ์การย้ายถิ่นของชาวเวียดนามเข้ามาดินแดนของลาวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ในช่วงค.ศ. 1897 ทั้งนี้การย้ายถิ่นที่ไม่เป็นทางการระหว่างชาวลาวและชาวเวียดนามเกิดขึ้นอยู่เรื่อยมา สาเหตุในการย้ายถิ่นส่วนใหญ่มักมาจากปัจจัยทางด้านสงคราม การเมือง เศรษฐกิจ สังคม ที่เกิดขึ้นในสองประเทศเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่เสมอ ซึ่งลาวและเวียดนามมีพรมแดนติดต่อกันยาวถึง 2,069 กิโลเมตร และชาวเวียดนามมองว่าประเทศลาวเป็นประเทศที่มีพื้นที่ทำกินกว้างขวางมากแต่มีประชากรภายในประเทศจำนวนน้อย จึงเป็นปัจจัยดึงดูดให้กับชาวเวียดนามอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในลาว ส่งผลทำให้พื้นที่ ส่วนต่าง ๆ ของลาวตั้งแต่เหนือจรดใต้มีชาวเวียดนามอยู่อาศัยเกือบในทุกเมือง จึงอาจวิเคราะห์ได้ว่าจากการอพยพและย้ายถิ่นฐานของคนเวียดนามทำให้ในนครปากเซมีคนเวียดนามอาศัยอยู่ในพื้นที่จนถึงปัจจุบัน จึงมีการเลือกใช้ภาษาเวียดนามบนป้ายสาธารณะ เพื่อสื่อสารกับคนเวียดนามและผู้รู้ภาษาเวียดนาม

3.1.5 ภาษาฝรั่งเศส

ภาษาฝรั่งเศส หมายถึง การใช้ตัวอักษรภาษาฝรั่งเศสที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะ โดยปรากฏพบเพียงภาษาเดียวและปรากฏร่วมกับภาษาอื่น พบจำนวน 15 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 1.03 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.1.5.1 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน



ภาพประกอบ 48 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาฝรั่งเศส

จากตัวอย่างภาพประกอบ 48 “ພະແນກສຶກສາທິການ ແລະ ກິລາ ແຂວງຈຳປາສັກ” “Service Provincial de l'Education et des Sports” “ໂຮງຮຽນມັດທະຍົມສົມບູນ ໂພນໄຊ” “Lycée PHONXAY” เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ปรากฏการใช้ภาษาฝรั่งเศส ข้อความว่า

“Service Provincial de l'Education et des Sports” “Lycée PHONXAY” ปรากฏร่วมกับภาษาลาว



ภาพประกอบ 49 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาฝรั่งเศส

จากตัวอย่างภาพประกอบ 49 “ສະຫະພັນນັກຮົບເກົ່າ ແຂວງຈຳປາສັກ” “La fédération des vétérans” เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ปรากฏการใช้ภาษาฝรั่งเศส ข้อความว่า “La fédération des vétérans” ปรากฏร่วมกับภาษาลาว



ภาพประกอบ 50 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้ภาษาฝรั่งเศส

จากตัวอย่างภาพประกอบ 50 “ໂຮງແຮມ ເລີ ຈາແດງ” “Le Jardin” “HOTEL DE PAKSE” เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ปรากฏการใช้ภาษาฝรั่งเศส ข้อความว่า “Le Jardin HOTEL DE” ปรากฏร่วมกับภาษาลาว และภาษาอังกฤษ

3.1.5.2 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 51 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาฝรั่งเศส

จากตัวอย่างภาพประกอบ 51 “Café Amazon” เป็นภาพป้ายร้านค้าที่ปรากฏการใช้ภาษาฝรั่งเศส คำว่า “Café” ปรากฏร่วมกับภาษาอังกฤษ



ภาพประกอบ 52 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาฝรั่งเศส

จากตัวอย่างภาพประกอบ 52 “ร้านอาหาร มูร์ซึโอ” “Plúσιο” เป็นภาพป้ายร้านค้าที่ปรากฏการใช้ภาษาฝรั่งเศส คำว่า “Plúσιο” ปรากฏร่วมกับภาษาลาว

พหุ ประเด็น ชีว



ภาพประกอบ 53 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาฝรั่งเศส

จากตัวอย่างภาพประกอบ 53 “เล็ปาเต่ LPT Le pâté” “เจ้าจี้ ปาเต่ 10.000 บาท” “เจ้าจี้ ไข่ต้ม 10.000 บาท” “เจ้าจี้ ปาเต่ 15.000 บาท” “เจ้าจี้ ไข่ต้ม+ไข่ดาว 15.000 บาท” “เจ้าจี้ บั๊ก 15.000 บาท” “เจ้าจี้ ไข่ดาว 10.000 บาท” “เต้าฮู้ ไข่เจียว 5.000 บาท” “เต้าฮู้ 5.000 บาท” “เต้าฮู้ ไข่เจียว 5.000 บาท” “เต้าฮู้รวม 5.000 บาท” “เต้าฮู้เย็น 5.000 บาท” เป็นภาพป้ายร้านค้าที่ปรากฏการใช้ภาษาฝรั่งเศส ข้อความว่า “Le pâté” ปรากฏร่วมกับภาษาลาว

จากการปรากฏการใช้ภาษาฝรั่งเศสบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ พบการใช้ภาษาฝรั่งเศสบน 1) ป้ายสถานที่และหน่วยงานมากที่สุด โดยการใช้ภาษาฝรั่งเศสบนป้ายสถานที่และหน่วยงานของภาครัฐ มักปรากฏคู่กับป้ายภาษาลาว เช่น ป้ายโรงเรียน ป้ายหน่วยงานราชการ เป็นต้น สาเหตุที่พบภาษาฝรั่งเศสบนป้ายสถานที่และหน่วยงานภาครัฐ อาจเป็นเพราะสปป.ลาว เคยเป็นอาณานิคมของฝรั่งเศส ดังที่ รัตนา จันทร์เทาว์ (2560) อธิบายว่า ฝรั่งเศสเข้ามาปกครองดินแดนฝั่งซ้ายของ

แม่น้ำโขง รวมถึงประเทศลาวในเป็นเวลากว่า 60 ปีนี้ ฝรั่งเศสได้อนุญาตให้ลาวจัดตั้งรัฐบาลลาว (Royal Laos Government) ภายใต้การกำกับของฝรั่งเศส (French Union) แต่การเรียนการสอนภาษาลาวสมัยนั้นไม่เพียงพอหรือพัฒนาไม่มากนัก เพราะฝรั่งเศสกำหนดให้โรงเรียนทั่วประเทศสอนภาษาฝรั่งเศสเป็นหลักวันละหลายชั่วโมงเพื่อให้คนลาวสามารถสื่อสารกับชาวฝรั่งเศสได้ และไม่ให้มีการเรียนการสอนภาษาลาวในโรงเรียน ดังนั้น คนลาวในช่วงสมัยนั้นซึ่งปัจจุบันมีอายุมากกว่า 50 ปี จึงสามารถพูดภาษาฝรั่งเศสในระดับสื่อสารได้ สมแสง ไชยะวง (2005, อ้างถึงใน รัตนา จันทร์เทว (2560) กล่าวว่า ภาษาฝรั่งเศสเริ่มมีบทบาทเพิ่มขึ้นในประเทศลาวตั้งแต่ปีค.ศ. 1930 เป็นต้นมา เพราะผู้ที่มีทักษะภาษาฝรั่งเศสจะได้เข้าทำงานในหน่วยงานของรัฐและได้สิทธิประโยชน์อื่น ๆ อันสืบเนื่องจากความสามารถทางภาษาฝรั่งเศส ต่อมาฝรั่งเศสได้ขยายจำนวนโรงเรียนเพิ่มขึ้นทั่วประเทศ เพื่อให้คนลาวมีการเรียนภาษาฝรั่งเศสอย่างกว้างขวาง ดังนั้น อิทธิพลของภาษาฝรั่งเศสต่อภาษาลาวในช่วงเวลานั้นไม่เพียงแต่ทำให้คนลาวเรียนรู้ภาษาต่างประเทศเพิ่มขึ้นเท่านั้น แต่การเรียนรู้ภาษาฝรั่งเศสยังทำให้คนลาวได้รู้จักภาษาลาติน (ภาษาลาวเรียก ลาแต็ง) ภาษากรีกที่มีอยู่ในรากศัพท์ภาษาฝรั่งเศส และทำให้ภาษาลาวมีคำยืมภาษาเหล่านั้น โดยช่วงเวลาที่ลาวอยู่ภายใต้การปกครองของฝรั่งเศส รัฐบาลได้เผยแพร่พจนานุกรมภาษาลาว-ฝรั่งเศส เพื่ออธิบายความหมายการใช้คำและเป็นการรวบรวมคำศัพท์สำหรับคนลาวที่จะเรียนภาษาฝรั่งเศส จึงกล่าวได้ว่า คำยืมภาษาฝรั่งเศสในภาษาลาวมีใช้อย่างแพร่หลาย ในช่วงเวลานั้นและหลายคำยังคงใช้มาจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะภาษาฝรั่งเศสในแวดวงของหน่วยงานราชการ

3.1.6 ภาษาไทย

ภาษาไทย หมายถึง การใช้ตัวอักษรภาษาไทยที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะ โดยปรากฏพบเพียงภาษาเดียวและปรากฏร่วมกับภาษาอื่น พบจำนวน 7 แห่ง คิดเป็น ร้อยละ 0.48 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.1.6.1 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์



ภาพประกอบ 54 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาไทย

จากตัวอย่างภาพประกอบ 54 “ขอความร่วมมือลูกค้าทุกท่าน ใส่หน้ากากอนามัยก่อนเข้าร้าน” “Please wear face mask while in store” เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏการใช้ภาษาไทย ข้อความว่า “ขอความร่วมมือลูกค้าทุกท่าน ใส่หน้ากากอนามัยก่อนเข้าร้าน” ปรากฏร่วมกับภาษาอังกฤษ



ภาพประกอบ 55 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาไทย

จากตัวอย่างภาพประกอบ 55 “เลื่อน” เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏการใช้ภาษาไทย คำว่า “เลื่อน” ปรากฏเพียงภาษาไทยเดียว

3.1.6.2 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 56 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาไทย

จากตัวอย่างภาพประกอบ 56 “อินซอน ไก่ทอดเกาหลี” เป็นภาพป้ายร้านค้าที่ปรากฏการใช้ภาษาไทย ข้อความว่า “อินซอน ไก่ทอดเกาหลี” เพียงภาษาไทยเดียว แต่ใช้รูปแบบฟอนต์เป็นภาษาเกาหลี

จากการปรากฏการใช้ภาษาไทยบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ พบการใช้ภาษาไทยบน

1) ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากที่สุด โดยส่วนใหญ่เป็นการโฆษณาสินค้าที่นำเข้าจากประเทศไทย สะท้อนให้เห็นว่าสปป.ลาว นำเข้าสินค้าเกี่ยวกับอาหาร สินค้าเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง สินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าเกษตรกรรมจากประเทศไทย รองลงมาคือ 2) ป้ายร้านค้า พบบนป้ายร้านพิซซ๋า และร้านไก่ทอดเกาหลี ซึ่งการเลือกใช้ภาษาไม่สอดคล้องกับอาหารที่ขาย กล่าวคือ พบการใช้ภาษาไทยบนป้ายร้านขายอาหารอิตาเลียนและร้านอาหารเกาหลี จึงอาจวิเคราะห์ได้ว่าเจ้าของร้านดังกล่าวอาจเป็นคนไทยหรือซื้อแฟรนไชส์มาจากประเทศไทยก็ได้ อย่างไรก็ตาม ป้ายที่ใช้ภาษาไทยปรากฏเพียงเล็กน้อยในนครปากเซ แม้ว่านครปากเซจะมีพรมแดนติดกับประเทศไทย แสดงให้เห็นว่าภาษาไทยไม่มีบทบาทในนครปากเซ นอกจากนี้ อาจวิเคราะห์ได้ว่าเนื่องจากภาษาลาวมีความคล้ายคลึงกับภาษาไทย คนไทยที่เดินทางมานครปากเซจึงสามารถอ่านป้ายภาษาลาวได้ ตามที่ รัตนา จันทร์เทาว์ (2554) ได้อธิบายเกี่ยวกับภาษาลาวและภาษาไทยไว้ว่า ภาษาไทยและภาษาลาวแม้ว่าเป็นภาษาที่มีความใกล้เคียงกันและอยู่ในตระกูลภาษาเดียวกัน คือ ภาษาตระกูลไท (Tai language family) แต่ด้วยการแบ่งของรัฐบาลทำให้สองภาษามีสถานภาพเป็นภาษาประจำชาติ (National language) ของแต่ละประเทศ ดังที่เข้าใจว่าภาษาลาวและภาษาไทยถิ่นอีสานมีความใกล้เคียงกันมากกว่าภาษาไทยถิ่นอื่น ๆ คนไทยและคนอีสานจึงสามารถสื่อสารกันได้ด้วยการใช้ภาษาแม่ (Mother tongue) ของตนเอง แม้ไม่มีโรงเรียนสอนภาษาไทยคนลาวก็สามารถเรียนรู้ภาษาไทยด้วยตนเอง เนื่องจากประเทศไทยและสปป.ลาวมีพรมแดนติดกันส่งผลให้คนไทยและคนลาวสามารถไปมาหาสู่กันได้อย่างสะดวกสบาย อีกทั้งคนลาวดูสื่อไทยจึงเกิดการเรียนรู้และสามารถพูด อ่าน และเขียนภาษาไทยได้ ทำให้เกิดการสื่อสารซึ่งกันและกัน ลักษณะทางภาษาดังกล่าว รัตนา จันทร์เทาว์ (2554) เรียกว่า การสัมผัสภาษา (Language contact) เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเนื่องจากบุคคลที่เป็นผู้รู้สองภาษาหรือรู้หลายภาษาใช้ภาษาสองภาษาสลับกันไปมา ทำให้ภาษาทั้งสองภาษาเกิดอิทธิพลต่อกัน และปรากฏการณ์สัมผัสภาษานี้มักจะเกิดในพื้นที่ชายแดนซึ่งมีผู้รู้สองภาษาจำนวนมาก รวมถึงพื้นที่นครปากเซซึ่งมีชายแดนติดกับประเทศไทย นอกจากนี้ คนลาวยังรับชมรายการโทรทัศน์จากประเทศไทย โดยผลจากการรับสื่อสารมวลชนทำให้คนลาวสามารถเรียนรู้ภาษาไทยจากสื่อเหล่านี้ และสามารถพูดภาษาไทยได้จากความสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว ธุรกิจ และการเข้ามาซื้อสินค้าและบริการในประเทศไทย

3.1.7 ภาษาเกาหลี

ภาษาเกาหลี หมายถึง การใช้ตัวอักษรภาษาเกาหลีที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะ โดยปรากฏพบเพียงภาษาเดียวและปรากฏร่วมกับภาษาอื่น พบจำนวน 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.21 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.1.7.1 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 57 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาเกาหลี

จากตัวอย่างภาพประกอบ 57 “PAKSE KOREA” “ร้านอาหาร 2 แดจางึม 2” “대장금” “大長今” เป็นภาพป้ายร้านค้าที่ปรากฏการใช้ภาษาเกาหลี ข้อความว่า “대 장금” และการใช้เกาหลีโบราณ ข้อความว่า “大長今” ปรากฏร่วมกับภาษาลาว



ภาพประกอบ 58 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาเกาหลี

จากตัวอย่างภาพประกอบ 58 “ปักษ์เซ แดจางึม” “ร้านอาหาร แดจางึม” “PAKSE KOREA” “KOREAN RESTAURANT” “대장금, ปักษ์เซ 대장금” “大長今” “Tel: 020 9114 3166 020 5694 0426” เป็นภาพป้ายร้านค้าที่ปรากฏการใช้ภาษาเกาหลี ข้อความว่า “ปักษ์เซ 대장금” และการใช้เกาหลีโบราณ ข้อความว่า “大長今” ปรากฏร่วมกับภาษาลาวและภาษาอังกฤษ



ภาพประกอบ 59 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาเกาหลี

จากตัวอย่างภาพประกอบ 59 “ร้านอาหาร ลาว - เกาหลี” “LAO KOREAN RESTAURANT” “한국 식당” เป็นภาพป้ายร้านค้าที่ปรากฏการใช้ภาษาเกาหลี ข้อความว่า “한국 식당” ปรากฏร่วมกับภาษาลาวและภาษาอังกฤษ

จากการปรากฏการใช้ภาษาเกาหลีบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ พบการใช้ภาษาเกาหลีบนป้ายร้านค้าประเภทร้านอาหารเกาหลีทั้งหมด โดยผู้เขียนป้ายอาจเลือกใช้ภาษาเกาหลีบนป้ายเพื่อแสดงเอกลักษณ์ของอาหารเกาหลีหรือเพื่อให้ป้ายมีความน่าสนใจมากขึ้น เนื่องจากภาษาและวัฒนธรรมเกาหลีมีการถ่ายทอดผ่านสื่อเกาหลี ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในหลายประเทศ รวมถึงสปป.ลาว ซึ่งนอกจากความสนุกสนานแล้ว ทรูทีวี เครื่องแต่งอยู่ (2560) อธิบายว่า สื่อเกาหลียังนำเสนอวัฒนธรรมอาหารเกาหลีผ่านรายการวาไรตี้เกาหลี แม้ไม่ใช่รายการเกี่ยวกับวัฒนธรรมด้านอาหาร แต่มักจะสอดแทรกวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหารโดยที่ผู้ชมไม่รู้ตัวสื่อเกาหลี จึงมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเกาหลีของคนลาว ซึ่งนอกจากจะรับภาษาเกาหลีเข้ามา คนลาวยังรับวัฒนธรรมอาหารเกาหลีเข้ามาอีกด้วย จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงพบการใช้ภาษาเกาหลีบนป้ายร้านอาหารเกาหลีในนครปากเซ อย่างไรก็ตาม นอกจากการชมสื่อเกาหลี รัตนา จันทรเทาว์ (2560) ได้กล่าวถึง กระแสภาษาต่างประเทศในลาวว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษาและนักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยนิยมเรียน

ภาษาเกาหลี ภาษาญี่ปุ่น เนื่องจากรัฐบาลลาวและประเทศเหล่านั้น มีทุนการศึกษาและทุนแลกเปลี่ยนนักเรียนและนักศึกษาลาวไปศึกษาต่อระยะสั้นในประเทศเกาหลีและญี่ปุ่น ดังนั้น การเรียนภาษาเกาหลีและภาษาญี่ปุ่นของวัยรุ่นลาวจึงกลายเป็นแฟชั่นทางภาษา ในปัจจุบันอีกด้วย สอดคล้องกับ Yenjabok (2016) ที่กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการครอบงำ และสูญสลายของวัฒนธรรมในประเทศภูมิภาคอาเซียน รวมถึงสปป.ลาวที่ได้รับอิทธิพลวัฒนธรรมเกาหลีเพียงบางส่วน โดยมีการเปลี่ยนแปลงในระดับที่มองเห็นเพียงในกลุ่มวัยรุ่น เพราะรับพฤติกรรม การเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีเพียงบางส่วนที่รับผ่านสื่อไทย

3.1.8 ภาษาญี่ปุ่น

ภาษาญี่ปุ่น หมายถึง การใช้ตัวอักษรภาษาญี่ปุ่นที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะ โดยปรากฏพบเพียงภาษาเดียวและปรากฏร่วมกับภาษาอื่น พบจำนวน 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.07 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.1.8.1 ป้ายร้านค้า

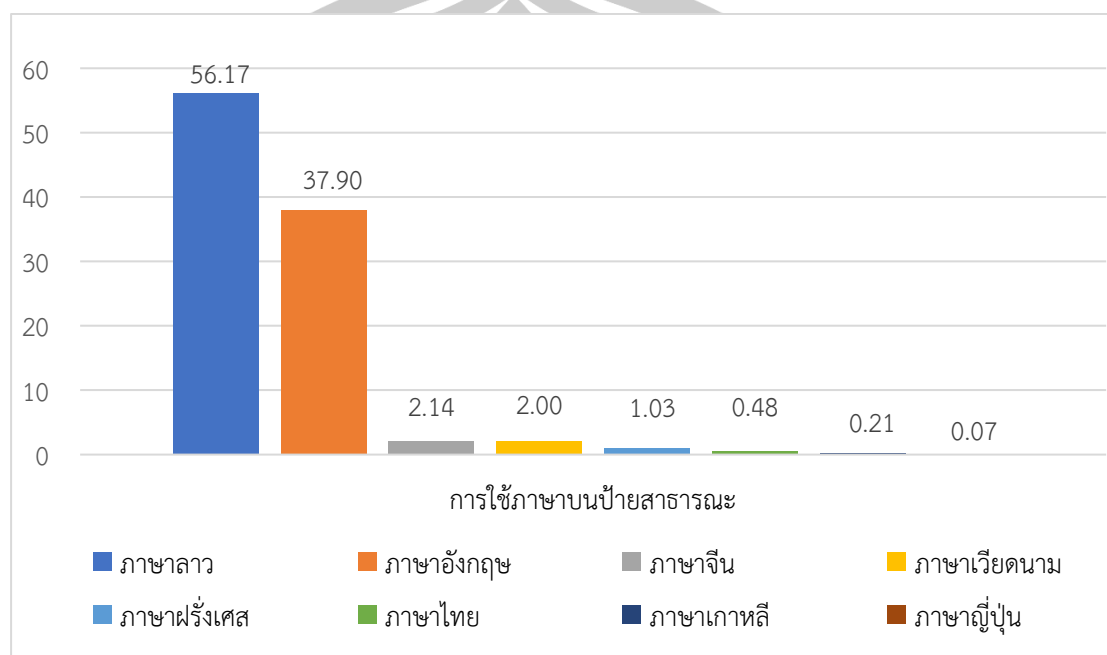


ภาพประกอบ 60 ป้ายร้านค้าที่ใช้ภาษาญี่ปุ่น

จากตัวอย่างภาพประกอบ 60 “TAKOYAKI SHIM” “たこやき” เป็นภาพป้ายร้านค้า ที่ปรากฏการใช้ภาษาญี่ปุ่น ข้อความว่า “たこやき” ปรากฏร่วมกับภาษาอังกฤษ

จากการปรากฏการใช้ภาษาญี่ปุ่นบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ พบการใช้ภาษาญี่ปุ่นบนป้ายร้านค้าประเภทร้านอาหารญี่ปุ่นเพียงหนึ่งป้าย คือ ร้านขายทาโกะยากิ ซึ่งเป็นอาหารที่ทานง่าย และได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั่วโลก รวมถึงสปป.ลาว โดยผู้เขียนป้ายอาจต้องการแสดงเอกลักษณ์ของอาหารญี่ปุ่นหรือเพื่อให้ป้ายมีความน่าสนใจจึงเลือกใช้ภาษาญี่ปุ่นบนป้าย อีกทั้งตามที่ได้กล่าวไปแล้วว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษาและนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในสปป.ลาว นิยมเรียนภาษาญี่ปุ่น เนื่องจากรัฐบาลลาวมีทุนการศึกษาและทุนแลกเปลี่ยนนักเรียนลาวไปศึกษา

ประเทศดังกล่าว ทำให้ภาษาญี่ปุ่นเป็นแฟชั่นทางภาษาของวัยรุ่นลาว ซึ่งการสอบแข่งขันในแต่ละปี รัฐบาลญี่ปุ่นได้รับนักศึกษาลาวที่มีผลการเรียนดีจำนวนหลายคนไปศึกษาต่อยังประเทศญี่ปุ่น จึงอาจ กระตุ้นให้คนลาวเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น จึงพบการใช้ภาษาญี่ปุ่นบนป้ายในนครปากเซ



ภาพประกอบ 61 แผนภูมิแสดงความถี่การใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

จากการศึกษาการใช้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบการใช้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะ จำนวน 8 ภาษา โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังรายละเอียดต่อไปนี้ 1) ภาษาลาว พบมากที่สุด จำนวน 815 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 56.17 พบบนป้ายร้านค้ามากที่สุด 311 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 21.43 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ 292 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20.12 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน 172 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 11.85 ป้ายบอกทาง 40 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 2.76 รองลงมาคือ 2) ภาษาอังกฤษ จำนวน 550 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 37.90 พบบนป้ายร้านค้ามากที่สุด 216 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 14.89 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ 167 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 11.51 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน 136 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 9.37 ป้ายบอกทาง 31 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 2.14 3) ภาษาจีน จำนวน 31 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 2.14 พบบนป้ายร้านค้ามากที่สุด 18 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 1.24 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ 9 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.62 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.21 ป้ายบอกทาง 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.07 4) ภาษาเวียดนาม จำนวน 29 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 2.00 พบบนป้ายร้านค้า

มากที่สุด 22 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 1.52 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ 4 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.28 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.20 5) ภาษาฝรั่งเศส จำนวน 15 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 1.03 พบบนป้ายสถานที่และหน่วยงานมากที่สุด 11 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.75 ป้ายร้านค้า 4 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.28 6) ภาษาไทย จำนวน 7 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.48 พบบนป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากที่สุด 5 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.34 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.14 7) ภาษาเกาหลี จำนวน 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.21 พบบนป้ายร้านค้ามากที่สุด 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.21 และ 8) ภาษาญี่ปุ่น จำนวน 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.07 พบบนป้ายร้านค้ามากที่สุด 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.07 ตามลำดับ

3.2 การปรากฏของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

การศึกษาการปรากฏของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ พบการปรากฏของภาษาทั้งหมด 4 รูปแบบ ซึ่งผู้ศึกษานับการปรากฏของภาษาโดยมีหน่วยนับเป็นจำนวนป้าย และนำเสนอจำนวนการพบตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ป้ายที่ใช้สองภาษา ป้ายที่ใช้หนึ่งภาษา ป้ายที่ใช้สามภาษา และป้ายที่ใช้สี่ภาษา รายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 7 การปรากฏของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ที่	การปรากฏของภาษา	จำนวน	ร้อยละ
1	3.2.1 ป้ายที่ใช้สองภาษา	491	57.23
2	3.2.2 ป้ายที่ใช้หนึ่งภาษา	316	36.83
3	3.2.3 ป้ายที่ใช้สามภาษา	47	5.47
4	3.2.4 ป้ายที่ใช้สี่ภาษา	4	0.47
รวม		858	100.00

ตาราง 8 การปรากฏของภาษาบนป้ายสาธารณะแต่ละประเภทในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

การปรากฏของภาษาบนป้ายสาธารณะ		ความถี่	ร้อยละ
3.2.1 ป้ายที่ใช้สองภาษา		491	57.23
3.2.1.1 ป้ายภาษาลาว และภาษาอังกฤษ	3.2.1.1.1 ป้ายร้านค้า	168	19.58
	3.2.1.1.2 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์	145	16.90

การปรากฏของภาษาบนป้ายสาธารณะ		ความถี่	ร้อยละ
	3.2.1.1.3 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน	123	14.34
	3.2.1.1.4 ป้ายบอกทาง	29	3.38
3.2.1.2 ป้ายภาษาลาว และภาษาฝรั่งเศส	3.2.1.2.1 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน	7	0.81
	3.2.1.2.2 ป้ายร้านค้า	1	0.12
3.2.1.3 ป้ายภาษาลาว และภาษาเวียดนาม	3.2.1.3.1 ป้ายร้านค้า	4	0.47
	3.2.1.3.2 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน	2	0.23
3.2.1.4 ป้ายภาษาลาว และภาษาจีน	3.2.1.4.1 ป้ายร้านค้า	5	0.58
3.2.1.5 ป้ายภาษาอังกฤษ และภาษาไทย	3.2.1.5.1 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์	1	0.12
	3.2.1.5.2 ป้ายร้านค้า	1	0.12
3.2.1.6 ป้ายภาษาอังกฤษ และภาษาจีน	3.2.1.6.1 ป้ายร้านค้า	2	0.23
3.2.1.7 ป้ายภาษาอังกฤษ และภาษาฝรั่งเศส	3.2.1.7.1 ป้ายร้านค้า	2	0.23
3.2.1.8 ป้ายภาษาอังกฤษ และภาษาญี่ปุ่น	3.2.1.8.1 ป้ายร้านค้า	1	0.12
3.2.2 ป้ายที่ใช้หนึ่งภาษา		316	36.83
3.2.2.1 ป้ายภาษาลาว	3.2.2.1.1 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์	136	15.85
	3.2.2.1.2 ป้ายร้านค้า	101	11.77
	3.2.2.1.3 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน	33	3.84
	3.2.2.1.4 ป้ายบอกทาง	10	1.17
3.2.2.2 ป้ายภาษาอังกฤษ	3.2.2.2.1 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์	13	1.51
	3.2.2.2.2 ป้ายร้านค้า	11	1.28
	3.2.2.2.3 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน	6	0.70
	3.2.2.2.4 ป้ายบอกทาง	1	0.12
3.2.2.3 ป้ายภาษาฝรั่งเศส	3.2.2.3.1 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน	2	0.23
3.2.2.4 ป้ายภาษาไทย	3.2.2.4.1 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์	1	0.12
	3.2.2.4.2 ป้ายร้านค้า	1	0.12
3.2.2.5 ป้ายภาษาเวียดนาม	3.2.2.5.1 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์	1	0.12

การปรากฏของภาษาบนป้ายสาธารณะ		ความถี่	ร้อยละ
3.2.3 ป้ายที่ใช้สามภาษา		47	5.48
3.2.3.1 ป้ายภาษาลาว	3.2.3.1.1 ป้ายร้านค้า	17	1.98
ภาษาอังกฤษ และภาษาเวียดนาม	3.2.3.1.2 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน	2	0.23
3.2.3.2 ป้ายภาษาลาว	3.2.3.2.1 ป้ายร้านค้า	10	1.17
ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน	3.2.3.2.2 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์	6	0.70
	3.2.3.2.3 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน	2	0.23
	3.2.3.2.4 ป้ายบอกทาง	1	0.12
3.2.3.3 ป้ายภาษาลาว	3.2.3.3.1 ป้ายร้านค้า	3	0.35
ภาษาอังกฤษ และภาษาเกาหลี			
3.2.3.4 ป้ายภาษาลาว	3.2.3.4.1 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน	2	0.23
ภาษาอังกฤษ และภาษาฝรั่งเศส	3.2.3.4.2 ป้ายร้านค้า	1	0.12
3.2.3.5 ป้ายภาษาลาว	3.2.3.5.1 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์	2	0.23
ภาษาอังกฤษ และภาษาไทย			
3.2.3.6 ป้ายภาษาลาว	3.2.3.6.1 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์	1	0.12
ภาษาเวียดนาม และภาษาจีน			
3.2.4 ป้ายที่ใช้สี่ภาษา		4	0.47
3.2.4.1 ป้ายภาษาลาว	3.2.4.1.1 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์	2	0.23
ภาษาเวียดนาม ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน	3.2.4.1.2 ป้ายร้านค้า	1	0.12
3.2.4.2 ป้ายภาษาลาว	3.2.4.2.1 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์	1	0.12
ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาไทย			
รวม		858	100.00

3.2.1 ป้ายที่ใช้สองภาษา

ป้ายที่ใช้สองภาษา หมายถึง ป้ายสาธารณะที่ปรากฏการใช้ภาษาสองภาษาอยู่ร่วมกัน ซึ่งพบมากที่สุด จำนวน 491 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 57.29 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.2.1.1 ป้ายภาษาลาวและภาษาอังกฤษ หมายถึง ป้ายที่ใช้สองภาษาโดยปรากฏการใช้ภาษาลาวและภาษาอังกฤษบนป้ายสาธารณะ พบจำนวน 465 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 57.28 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.2.1.1.1 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 62 ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 62 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ຊັກລິດ ຊັກແຫ້ງ” 2) ภาษาอังกฤษ คำว่า “LAUNDRY” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว โดยภาษาลาวและภาษาอังกฤษถูกใช้เขียนแจ้งการบริการของร้านค้า



ภาพประกอบ 63 ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 63 เป็นป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว คำว่า “ຮ້ານຂາຍຢາ ທອງດີ ຟຣາມາຊີ” อยู่ข้างบนสุดของป้ายและมีขนาดใหญ่ที่สุด

และ 2) ภาษาอังกฤษ คำว่า “THONGDI PHARMACY” อยู่ด้านล่างภาษาลาว โดยภาษาลาวและภาษาอังกฤษถูกใช้เขียนชื่อร้านค้า จากนั้นด้านล่างสุดของป้าย คำว่า “Tel: 020 5583 7636-030 956 0963” จัดวางอยู่ด้านล่างสุดของป้าย ถูกเขียนเพื่อแจ้งช่องทางการติดต่อร้านค้า



ภาพประกอบ 64 ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 64 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่

- 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ร้าน สิมใจ” อยู่ข้างบนสุดของป้ายและมีขนาดใหญ่ที่สุดเนื่องจากเป็นชื่อร้าน ข้อความว่า “สิมชาย บัณฑิตตัดชาย” เขียนแจ้งข้อมูลการให้บริการของร้าน และ
- 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “Somchai Tailor” เขียนเป็นชื่อร้านค้า และคำว่า “Tel: 030 5354774, 020 97952225” จัดวางอยู่ด้านล่างสุดของป้าย ถูกเขียนเพื่อแจ้งช่องทางการติดต่อร้านค้า



ภาพประกอบ 65 ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 65 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว คำว่า “ร้านแลกป๋มเวีงตา นาวปียะนุด(นุด)” อยู่ข้างบนสุดและมีขนาดใหญ่สุด และ 2) ภาษาอังกฤษ คำว่า “Exchange Money” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว และคำว่า “Tel: 020 58821818-020 59981818” จัดวางอยู่ด้านล่างสุดของป้าย ถูกเขียนเพื่อแจ้งช่องทางการติดต่อร้านค้า



ภาพประกอบ 66 ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 66 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ร้านอาขาน” และ “ตั๊นโผ ทาราโอเถะ” 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “TonPho Karaoke” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว และคำว่า และ “Tel: 020 5601 8523, 020 5563 2525” จัดวางอยู่ด้านล่างสุดของป้าย ถูกเขียนเพื่อแจ้งช่องทางการติดต่อร้านค้า

3.2.1.1.2 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์



ภาพประกอบ 67 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 67 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ຢາກເວົ້າພາສາອັງກິດເປັນບໍ່?” เป็นการโฆษณาด้วยการตั้งคำถามเพื่อให้ผู้อ่านสนใจอยู่ข้างบนสุดของป้าย ข้อความว่า “ເປີດເຮີຍນ 07/02-02/06” “15 ອາທິດ ວັນຈັນ - ວັນພະຫັດ” “ມາເສັງທຽບລະດັບ ມື້ນີ້” “ຫ້ອງການ (031) 254 188” เขียนแจ้งรายละเอียดต่าง ๆ ของการเรียน และข้อความว่า “ມີຖື : (020) 227 66 173” จัดวางอยู่ด้านล่างสุดของป้าย ถูกเขียนเพื่อแจ้งช่องทางการติดต่อร้านค้า และ 2) ภาษาอังกฤษ คำว่า “Vida English classes” “LAOVIDA” ถูกเขียนเป็นชื่อสถาบัน และข้อความว่า “WhatsApp: (020) 227 66 173” จัดวางอยู่ด้านล่างสุดของป้ายคู่กับภาษาลาว ถูกเขียนเพื่อแจ้งช่องทางการติดต่อร้านค้า



ภาพประกอบ 68 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 68 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ກະລຸນາໃສ່ຜ້າປິດປາກ ກ່ອນເຂົ້າຮ້ານ” อยู่ข้างบนสุดของป้าย และ 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “Please wear a face mask before entering this area” อยู่ด้านล่างสุดของป้าย โดยทั้งสองภาษาถูกเขียนเพื่อขอความร่วมมือในการสวมหน้ากากอนามัยก่อนเข้าร้าน



ภาพประกอบ 69 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 69 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “เรือนไท่เฮ้อ” อยู่ข้างบนสุดของป้าย ถูกเขียนเป็นการประชาสัมพันธ์ให้เช่าบ้าน จากนั้นเป็นการแจ้งช่องทางการติดต่ออยู่ด้านล่างสุดป้าย คำว่า “โทร: 020 2366551, 020 2278733” และ 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “House For Rent” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว ถูกเขียนเป็นการประชาสัมพันธ์ให้เช่าบ้าน

3.2.1.1.3 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน



ภาพประกอบ 70 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 70 เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานของภาครัฐที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “สำนักงวน แฉวงจำปาสัก” จัดวางอยู่ข้างบนภาษาอังกฤษ และ 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “GOVERNOR'S OFFICE OF CHAMPASAK PROVINCE” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว โดยภาษาลาวและภาษาอังกฤษ ถูกเขียนเป็นชื่อสำนักงาน



ภาพประกอบ 71 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 71 เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานของภาครัฐที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ກົມກອງພັດທະນາ” “ວິທະຍາໄລ ວິທະຍາສາດ ສຸຂະພາບ ຈຳປາສັກ” และ 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “CHAMPASAK COLLEGE OF HEALTH SCIENCES” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว โดยภาษาลาวและภาษาอังกฤษ ถูกเขียนเป็นชื่อสำนักงาน



ภาพประกอบ 72 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 72 เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานของภาครัฐที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ຕະຫລາດໃໝ່ ເມືອງປາກເຊ” และ 2) ภาษาอังกฤษ จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว คำว่า “PAKSE NEW MARKET” โดยภาษาลาวและภาษาอังกฤษ ถูกเขียนเป็นชื่อสำนักงาน



ภาพประกอบ 73 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 73 เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ໂຮງແຮມ ລາວຈະເລີນ” ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่ ข้อความว่า “ໂທ (031) 25 1333-25 1137 ແຟັກ: 251138 ມືຖື: 55530 136” จัดวางอยู่ด้านล่างสุดของป้าย ถูกเขียนเพื่อแจ้งช่องทางการติดต่อร้านค้า และ 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “LAO CHA LEUNE HOTEL” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่



ภาพประกอบ 74 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 74 เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ຢູເອັມພາຍລ ໂຮດເທວ” ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่ และ 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “You Empire HOSTEL & BAR” มีขนาดตัวอักษรใหญ่ที่สุดและโดดเด่นที่สุด ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่และการให้บริการ และคำว่า “30 M” ถูกเขียนเพื่อบอกระยะทางของโรงแรม



ภาพประกอบ 75 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 75 เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “จำปาสัก แกรนด์ โฮเทล” ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่ และ 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “CHAMPASAK GRAND HOTEL” อยู่ด้านล่างภาษาลาว โดยทั้งสองภาษามีขนาดตัวอักษรเท่ากัน ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่เหมือนกัน

3.2.1.1.4 ป้ายบอกทาง



ภาพประกอบ 76 ป้ายบอกทางที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 76 เป็นภาพป้ายบอกทางของภาครัฐที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว คำว่า “วัดพู” ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่ และ 2) ภาษาอังกฤษ คำว่า “Vat Phou” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว โดยทั้งสองภาษาถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่เหมือนกัน และคำว่า “41 km” ถูกเขียนเพื่อบอกระยะทางของการเดินทางไปวัดพู



ภาพประกอบ 77 ป้ายบอกทางที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 77 เป็นภาพป้ายบอกทางของภาครัฐที่ใช้สองภาษา ได้แก่

- 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ມ. ປາກຊ່ອງ ມ. ໂຂງ” “ດ່ານສາກົນວັງເຕົ້າ” ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่ และ
- 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “PAKSONG 50 KM KHONG ISLAND 140 KM” “VANGTAO BORDER 43 KM” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่และบอกระยะทาง และคำว่า “AH11 NR13” ถูกเขียนเพื่อบอกเส้นทางและหมายเลขถนน



ภาพประกอบ 78 ป้ายบอกทางที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 78 เป็นภาพป้ายบอกทางของภาครัฐที่ใช้สองภาษา ได้แก่

- 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ເມືອງໂຂງ 140 ກມ” “ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ 667 ກມ” ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่และบอกระยะทาง
- 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “KHONG DISTRICT 140 KM” “VIENTIANE CAPITAL 667 KM” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่และบอกระยะทาง แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวและภาษาอังกฤษที่สัญจรในนครปากเซ เพื่อบอกเกี่ยวกับข้อมูลการเดินทางไปเมืองโขงและนครหลวงเวียงจันทน์



ภาพประกอบ 79 ป้ายบอกทางที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 79 เป็นภาพป้ายบอกทางของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ลาว โตโยต้า ทางใต้” ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่ และ 2) ภาษาอังกฤษอยู่ด้านล่างภาษาลาว ข้อความว่า “LAO TOYOTA SOUTHERN 9KM” ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่และบอกระยะทาง แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวและภาษาอังกฤษที่สัญจรในนครปากเซเพื่อให้ทราบเกี่ยวกับข้อมูลการเดินทางไปศูนย์โตโยต้า



ภาพประกอบ 80 ป้ายบอกทางที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 80 เป็นภาพป้ายบอกทางของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “บ่อจอดรถ” ถูกเขียนแจ้งบริเวณที่จอดรถ และ 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “PARKING” อยู่ด้านล่างภาษาลาว ถูกเขียนแจ้งบริเวณที่จอดรถเช่นกัน คำว่า “2.5 M” ถูกเขียนแจ้งระยะทาง แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวและภาษาอังกฤษ ทราบว่าเลี้ยวขวาอีก 2.5 เมตรจะเป็นที่จอดรถ



ภาพประกอบ 81 ป้ายบอกทางที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 81 เป็นภาพป้ายบอกทางของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว คำว่า “ທາງອອກ” ถูกเขียนแจ้งว่าเป็นทางออก และ 2) ภาษาอังกฤษ คำว่า “EXIT” อยู่ข้างบนภาษาลาว ถูกเขียนแจ้งว่าเป็นทางออกเช่นกัน แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวและภาษาอังกฤษที่เดินทางมาหน่วยงานทราบว่าจุดนี้เป็นทางออก

จากการศึกษาการปรากฏของภาษาพบป้ายที่ใช้สองภาษามากที่สุด โดยปรากฏการใช้ภาษาลาวและภาษาอังกฤษมากที่สุด จำนวน 465 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 54.20 จากจำนวนป้ายทั้งหมด 858 ป้าย ซึ่งเป็นครึ่งหนึ่งของจำนวนป้ายทั้งหมด โดยป้ายที่ใช้ภาษาลาวและภาษาอังกฤษ พบบน 1) ป้ายร้านค้ามากที่สุด โดยพบบนป้ายร้านค้าภาคเอกชนทั้งหมด เช่น ร้านขายทอง ป้ายร้านขายยา ป้ายร้านตัดเย็บ ร้านแลกเปลี่ยนเงิน ร้านอาหาร ร้านนวด ร้านถ่ายรูป ร้านถ่ายเอกสาร และร้านอื่น ๆ โดยป้ายส่วนใหญ่เลือกใช้การใช้ภาษาลาวขนาดใหญ่กว่าภาษาอังกฤษ ถัดมาคือ 2) ป้ายสถานที่และหน่วยงาน ซึ่งพบบนป้ายของภาครัฐทั้งหมด โดยส่วนใหญ่การใช้ภาษาลาวอยู่ข้างบนภาษาอังกฤษ และการใช้ภาษาลาวมีขนาดใหญ่กว่าภาษาอังกฤษ และภาษาอังกฤษส่วนใหญ่เป็นการแปลภาษาจากชื่อสถานที่และหน่วยงานภาษาลาว เช่นเดียวกันกับป้ายร้านค้า 3) ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่เป็นป้ายของภาครัฐ การใช้ภาษาลาวอยู่ข้างบนภาษาอังกฤษ แต่มีการใช้ภาษาลาวและภาษาอังกฤษขนาดเท่ากัน และ 4) ป้ายบอกทาง เป็นของภาครัฐทั้งหมด ส่วนใหญ่การใช้ภาษาลาวมีขนาดการใช้ใหญ่กว่าภาษาอังกฤษและอยู่ข้างบนภาษาอังกฤษ ส่วนของภาคเอกชนมีป้ายบางส่วนใช้การใช้ภาษาอังกฤษใหญ่กว่าภาษาลาว

3.2.1.2 ป้ายภาษาลาวและภาษาฝรั่งเศส หมายถึง ป้ายที่ใช้สองภาษาโดยปรากฏการใช้ภาษาลาวและภาษาฝรั่งเศสบนป้ายสาธารณะ พบจำนวน 8 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.93 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.2.1.2.1 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน



ภาพประกอบ 82 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 82 เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานของภาครัฐที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ທ້ອງຖານສຶກສາທິການ ແລະ ກິລາ ເມືອງປາກເຊ” จัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย “ໂຮງຮຽນອະນຸບານ ໂພນໄຊ” จัดวางอยู่กลางป้าย ถูกเขียนแจ้งชื่อสถานที่ และ 2) ภาษาฝรั่งเศส ข้อความว่า “Bureau de l'education et du sport du district de Pakse” “Ecole maternelle PHONXAY” อยู่ด้านล่างภาษาลาว ถูกเขียนแจ้งชื่อสถานที่เช่นกัน แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวและภาษาฝรั่งเศสทราบว่าสถานที่นี้คือสำนักงานการศึกษาและกีฬา เมืองปากเซ และโรงเรียนอนุบาลโพนไซ



ภาพประกอบ 83 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 83 เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานของภาครัฐที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ພະແນກສຶກສາທິການ ແລະ ກິລາ ແຂວງຈໍາປາສັກ” จัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย “ໂຮງຮຽນມັດທະຍົມສົມບູນ ໂພນໄຊ” จัดวางอยู่กลางป้าย ถูกเขียนแจ้งชื่อสถานที่ และ 2) ภาษาฝรั่งเศส ข้อความว่า “Service Provincial de l'Education et des Sports” “Lycée

PHONXAY” อยู่ด้านล่างภาษาลาว ถูกเขียนแจ้งชื่อสถานที่เช่นกัน แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวและภาษาฝรั่งเศสทราบว่าสถานที่นี้ คือกรมการศึกษาธิการและการกีฬาแขวงจำปาสัก และโรงเรียนมัธยมโพนไซ



ภาพประกอบ 84 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 84 เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานของภาครัฐที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ກະຊວງສຶກສາທິການ ແລະ ກິລາ” จัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย ถัดมาข้อความว่า “ພະແນກສຶກສາທິການ ແລະ ກິລາ ແຂວງ ຈຳປາສັກ” มีตัวอักษรขนาดใหญ่ที่สุด และโดดเด่นที่สุด ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่ และ 2) ภาษาฝรั่งเศส ข้อความว่า “MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION ET DES SPORTS” “SERVICE PROVINCIAL DE L'ÉDUCATION ET DES SPORTS DE CHAMPASAK” อยู่ด้านล่างภาษาลาว ถูกเขียนแจ้งชื่อสถานที่เช่นกัน แสดงให้เห็นว่าป้ายดังกล่าวต้องการแจ้งกับผู้รู้ภาษาลาวและภาษาฝรั่งเศสทราบว่าสถานที่นี้คือกระทรวงศึกษาธิการและการกีฬา กรมการศึกษาธิการและการกีฬาแขวงจำปาสัก

3.2.1.2.2 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 85 ป้ายร้านอาหารที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 85 เป็นภาพป้ายร้านอาหารของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว จัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย ข้อความว่า “ຮ້ານອາຫານ ພູຣຊີ ໂອ້” ถูกเขียนเป็นชื่อร้าน และ 2) ภาษาฝรั่งเศส คำว่า “Plusio” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว แต่มีตัวอักษรขนาดใหญ่และโดดเด่นที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารให้ผู้รู้ภาษาลาวและภาษาฝรั่งเศสทราบว่าร้านนี้คือร้านอาหารอิตาเลียน เนื่องจากการตั้งชื่อร้านให้มีความเป็นอิตาเลียน เพื่อดึงดูดให้คนที่ชอบหรือสนใจอาหารอิตาเลียนมากขึ้น

จากการศึกษาการปรากฏของภาษาพบป้ายที่ใช้สองภาษา ปรากฏการใช้ภาษาลาวและภาษาฝรั่งเศส พบบน 1) ป้ายสถานที่และหน่วยงานมากที่สุด ซึ่งเป็นป้ายของภาครัฐทั้งหมด โดยป้ายส่วนใหญ่เลือกใช้ตัวอักษรภาษาลาวขนาดใหญ่กว่าภาษาฝรั่งเศส บางป้ายมีขนาดตัวอักษรเท่ากัน อย่างไรก็ตาม ทุกป้ายจัดวางภาษาลาวอยู่ข้างบนภาษาฝรั่งเศส 2) ป้ายร้านค้า พบบนป้ายร้านอาหารอิตาเลียน แสดงให้เห็นว่าในนครปากเซมีฝรั่งเศสอาศัยอยู่ในพื้นที่หรือร้านค้าอาจต้องการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ชาวฝรั่งเศสหรือผู้รู้ภาษาฝรั่งเศสมาทานอาหารที่ร้าน

3.2.1.3 ป้ายภาษาลาวและภาษาเวียดนาม หมายถึง ป้ายที่ใช้สองภาษาโดยปรากฏการใช้ภาษาลาวและภาษาเวียดนามบนป้ายสาธารณะ จำนวน 6 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.70 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.2.1.3.1 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 86 ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา

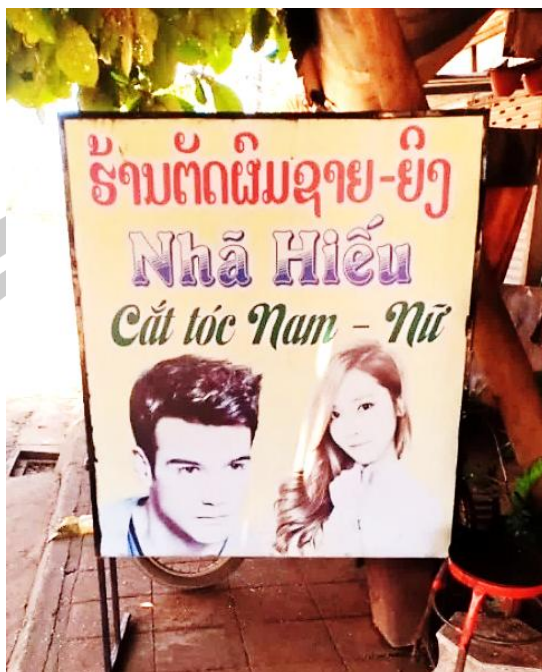
จากตัวอย่างภาพประกอบ 86 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ຮ້ານ ອຽນ+ລັນ ຂາຍເກີບ ສິ່ງ ແລະ ຍ່ອຍ” ถูกเขียนแจ้งชื่อร้านและรูปแบบการขายสินค้า ข้อความว่า “ຕະຫຼາດດາວເຮືອງ ໂທ: 020.5679.97.77-9190 7766” ถูกเขียนแจ้งสถานที่ตั้งร้านและช่องทางการติดต่อ และ 2) ภาษาเวียดนาม ข้อความว่า “YÊN +

LÀNH” ถูกเขียนเป็นชื่อร้านค้า แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวและภาษาเวียดนามทราบว่าที่นี่คือร้านขายรองเท้า ส่งและปลีก



ภาพประกอบ 87 ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 87 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว จัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย คำว่า “ร้านรองเท้า” ถูกเขียนแจ้งว่าเป็นร้านทำเล็บ คำว่า “ดอวเดียม” ถูกเขียนเป็นชื่อร้าน และคำว่า “รองเท้า” “ตุ้มรองเท้า” “รองเท้าผ้าใบ” “รับซักเสื่อผ้า” “ซักผ้าไหม” ถูกเขียนเป็นรายละเอียดการให้บริการ และ 2) ภาษาเวียดนาม คำว่า “Quán Làm Móng” ถูกเขียนแจ้งว่าเป็นร้านทำเล็บ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับ ผู้ที่รู้ภาษาลาวและภาษาเวียดนามทราบว่าร้านนี้คือร้านเสริมสวยและรับซักเสื่อผ้า



ภาพประกอบ 88 ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 88 เป็นภาพป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว จัดวางอยู่ข้างบนสุด ข้อความว่า “ร้านตัดผมชาย-หญิง” ถูกเขียนแจ้งว่าเป็นร้านตัดผมชาย-หญิง และ 2) ภาษาเวียดนาม คำว่า “Nhà Hiếu” ถูกเขียนเป็นชื่อร้าน “Cắt tóc Nam – Nữ” ถูกเขียนแจ้งว่าเป็นร้านตัดผมชาย-หญิง แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวและภาษาเวียดนามทราบว่าที่นี่คือร้านตัดผมชาย-หญิง

3.2.1.3.2 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน



ภาพประกอบ 89 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 89 เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว จัตวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย ข้อความว่า “ສະມາຄົມຫວຽດນາມ ແຂວງຈໍາປາສັກ” และ 2) ภาษาเวียดนาม คำว่า “HỘI NGƯỜI VIỆT NAM TỈNH CHAMPASAK” ถูกจัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว มีขนาดตัวอักษรใกล้เคียงกัน โดยทั้งสองภาษา ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารให้ผู้รู้ภาษาลาวและภาษาเวียดนามทราบว่าที่นี่คือสมาคมชาวเวียดนาม



ภาพประกอบ 90 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 90 เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ໂຮງຮຽນອະນຸບາມ ໂພນໄຊ” และ 2) ภาษาเวียดนาม ข้อความว่า “TRƯỜNG MẪU GIÁO PHÔNGSAY” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว และมีขนาดตัวอักษรเล็กกว่าภาษาลาว โดยทั้งสองภาษาถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารให้ผู้รู้ภาษาลาวและภาษาเวียดนามทราบว่าที่นี่คือโรงเรียนอนุบาลโพนไซ

จากการศึกษาการปรากฏของภาษาพบป้ายที่ใช้สองภาษา ปรากฏการใช้ภาษาลาวและภาษาเวียดนามบนป้ายของภาคเอกชนและภาครัฐ ภาคเอกชนพบเพียงประเภทเดียว คือ ป้ายร้านค้า เช่น ร้านขายส่งอะไหล่ ร้านเสริมสวย ซึ่งป้ายดังกล่าวปรากฏชื่อร้านค้าโดยเขียนขนาดตัวอักษรภาษาลาวใหญ่กว่าภาษาเวียดนาม ข้อมูลที่เป็นรายละเอียดมีขนาดตัวอักษรเท่ากัน ส่วนภาครัฐพบบนป้ายสถานที่และหน่วยงานของภาครัฐ ป้ายดังกล่าวปรากฏเขียนขนาดตัวอักษรภาษาลาวและภาษาเวียดนามมีขนาดเท่ากัน อย่างไรก็ตาม ภาษาลาวจัดวางอยู่ข้างบนภาษาเวียดนาม แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวมากกว่าภาษาเวียดนาม

3.2.1.4 ป้ายภาษาลาวและภาษาจีน หมายถึง ป้ายที่ใช้สองภาษาโดยปรากฏการใช้ภาษาลาวและภาษาจีนบนป้ายสาธารณะ พบจำนวน 5 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.58 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.2.1.4.1 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 91 ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 91 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ร้านอาบิม” จัดวางอยู่ข้างบนสุด มีขนาดตัวอักษรใหญ่ที่สุดและโดดเด่นที่สุด ถูกเขียนเป็นชื่อร้าน จากนั้นเป็นข้อความว่า “ขายเสื้อผ้า-ย้อย ภามฮู้ผ่านออนไลน์” เขียนแจ้งข้อมูลการขาย และ 2) ภาษาจีน ข้อความว่า “零售-批发网络代购” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว ถูกเขียนแจ้งประเภทและรูปแบบของการขาย แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวและภาษาจีนทราบว่าที่นี่ขายสินค้าส่ง-ปลีก



ภาพประกอบ 92 ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 92 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “โทร: 020-54320308 020-96305525 030-9841661” จัดวางอยู่ด้าน

ล่างสุดของป้าย ถูกเขียนเป็นช่องทางการติดต่อ และ 2) ภาษาจีน ข้อความว่า “窗帘 地毯 床上用品 批发” จัดวางอยู่ข้างบนสุด และมีขนาดตัวอักษรใหญ่ที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวและภาษาจีนทราบว่านี่คือขายผ้าผ้าม่าน, พรม, เครื่องนอนขายส่ง นอกจากนี้มีการใช้รูปภาพผ้าผ้าม่าน พรม และชุดเครื่องนอนประกอบป้ายเพื่อให้ผู้อ่านป้ายเห็นภาพชัดเจนมากยิ่งขึ้นอีกด้วย



ภาพประกอบ 93 ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 93 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ร้าน แอ้ม มะมิดา” จัดวางอยู่ข้างบนสุด ถูกเขียนเป็นชื่อร้าน ข้อความว่า “จำหน่ายติดตั้งแอม, อะลูมิเนียม ประตูบานเลื่อน” จัดวางอยู่ด้านล่างของป้าย ถูกเขียนแจ้งสินค้าที่จำหน่าย และ 2) ภาษาจีน ข้อความว่า “卓玉娟” จัดวางอยู่กลางป้าย มีขนาดตัวอักษรใหญ่ที่สุดและโดดเด่นที่สุด ถูกเขียนเป็นชื่อร้าน แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวและภาษาจีนทราบว่านี่คือร้านจำหน่ายและติดตั้งกระจกอะลูมิเนียม และประตูบานเลื่อน

จากการศึกษาการปรากฏของภาษาบนป้ายที่ใช้สองภาษา ปรากฏการใช้ภาษาลาวและภาษาจีน บนป้ายของภาคเอกชนทั้งหมด ซึ่งพบเพียงประเภทเดียว คือ ป้ายร้านค้า เช่น ร้านอาหาร ร้านแว่นตา ร้านขายของส่ง-ปลีก โดยป้ายดังกล่าวเขียนขนาดตัวอักษรภาษาจีนเท่ากับภาษาลาวทั้งหมด นอกจากนี้ รายละเอียดบนป้ายบางป้ายตัวอักษรภาษาลาว มีขนาดเล็กกว่าภาษาจีน แสดงให้เห็นว่าแต่ละป้ายให้ความสำคัญแต่ละภาษาแตกต่างกันขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสาร

3.2.1.5 ป้ายภาษาอังกฤษและภาษาไทย หมายถึง ป้ายที่ใช้สองภาษาโดยปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาไทยบนป้ายสาธารณะ พบจำนวน 2 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.23 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.2.1.5.1 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์



ภาพประกอบ 94 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 94 เป็นภาพโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาไทย ข้อความว่า “ขอความร่วมมือลูกค้าทุกท่าน” ถูกเขียนเพื่อขอความร่วมมือ ข้อความว่า “ใส่หน้ากากอนามัยก่อนเข้าร้าน” จัดวางอยู่กึ่งกลางป้าย และมีขนาดตัวอักษรใหญ่ที่สุด และโดดเด่นที่สุด ถูกเขียนเพื่อแจ้งให้สวมหน้ากากอนามัยก่อนเข้าร้าน 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “Please wear face mask while in store” จัดวางอยู่ข้างของป้าย ถูกเขียนเพื่อขอความร่วมมือให้สวมหน้ากากอนามัยก่อนเข้าร้านเช่นกัน แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาอังกฤษและภาษาไทยทราบว่าให้ใส่หน้ากากอนามัยก่อนเข้าร้าน

3.2.1.5.2 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 95 ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 95 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “PIZZA ALOHA” จัดวางอยู่ข้างบนสุดและโดดเด่นที่สุด ถูกเขียนเป็นชื่อร้านค้า คำว่า “HOT” “NEW” ถูกเขียนเพื่อจูงใจผู้อ่านป้ายให้ซื้อ และข้อความ “www.facebook.com/PizzaAleHa” ถูกเขียนบอกช่องทางการติดต่อทางเฟซบุ๊ก และ 2) ภาษาไทย ข้อความว่า “ฮาวายเอียน” “ซูเปอร์ แซ่บ” “บาร์บีคิว ซอสเซส” “ค็อคเทลปูอัด” “เบคอน ซอสเซส” “ซีฟู้ดสุพริ่ม” “เบคอน คาโบนาร่า” “มิกซ์ คอมโบ” “แฮม ชีส” “ต้มยำกุ้ง” ถูกเขียนเป็นรายละเอียดเมนูหน้าพิซซ่า และข้อความว่า “สนใจธุรกิจพิซซ่า โทร. 081-9228959” ถูกเขียนเป็นช่องทางการติดต่อสำหรับผู้สนใจธุรกิจพิซซ่า แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารให้ผู้ที่รู้ภาษาอังกฤษและภาษาไทยทราบว่าร้านนี้ขายพิซซ่า

จากการศึกษาการปรากฏของภาษาพบป้ายที่ใช้สองภาษา ปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาไทยบน 1) ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชน เป็นป้ายเกี่ยวกับการขอความร่วมมือลูกค้าใส่หน้ากากอนามัยก่อนเข้าร้าน และ 2) ป้ายร้านค้าของภาคเอกชน คือ ร้านขายพิซซ่า ซึ่งการเลือกใช้ภาษาไม่สอดคล้องกับอาหารที่ขาย กล่าวคือ พืชชาเป็นอาหารอิตาเลียน พบการใช้ภาษาไทยบนป้ายร้านขายอาหารอิตาเลียน จึงอาจวิเคราะห์ได้ว่าเจ้าของร้านดังกล่าวอาจเป็นคนไทยหรือซื้อแฟรนไชส์มาจากประเทศไทยก็ได้

3.2.1.6 ป้ายภาษาอังกฤษและภาษาจีน หมายถึง ป้ายที่ใช้สองภาษาโดยปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาจีนบนป้ายสาธารณะ พบจำนวน 2 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.23 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.2.1.6.1 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 96 ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 96 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่

- 1) ภาษาจีน ข้อความว่า “中国客运集团” จัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย มีขนาดตัวอักษรใหญ่ที่สุด และโดดเด่นที่สุด ถูกเขียนแจ้งข้อมูลบริษัทขนส่งผู้โดยสารจีน ข้อความว่า “巴色 (卧铺) 万象” ถูกเขียนแจ้งต้นทางและปลายทาง รวมถึงประเภทที่นั่ง ข้อความว่า “三江市场免费接送” “可直转国际班车” ถูกเขียนเป็นรายละเอียดรับส่ง ข้อความว่า “订票电话” ถูกเขียนเป็นช่องทางการติดต่อสำหรับการจองตั๋ว ข้อความว่า “发车时间” ถูกเขียนแจ้งเวลารถออก และ
- 2) ภาษาอังกฤษ คำว่า “VIP” ค้าย่อจากภาษาอังกฤษ คำว่า Very Important Person หรือ Very Important Peronage ถูกเขียนแจ้งรูปแบบการนั่งรถแบบพิเศษ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารให้ผู้รู้ภาษาอังกฤษและภาษาจีนทราบว่าจุดนี้จำหน่ายตั๋วบริษัทขนส่งผู้โดยสารจีน หรือผู้ต้องการเดินทางในเส้นทางดังกล่าว



ภาพประกอบ 97 ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 97 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่

- 1) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “TONG XIN CO.LTD” ถูกเขียนเป็นชื่อบริษัท และ 2) ภาษาจีน ข้อความว่า “中国客运集团” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาอังกฤษ ถูกเขียนเป็นชื่อบริษัทและแจ้งข้อมูลการขายสินค้า นอกจากนี้ยังมีการนำรูปภาพสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้ามาประกอบป้ายเพื่อให้เข้าใจชัดเจนยิ่งขึ้น แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารให้ผู้รู้ภาษาอังกฤษและภาษาจีนทราบว่าร้านนี้ขายของอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า

จากการศึกษาการปรากฏของภาษาบนป้ายที่ใช้สองภาษา ปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาจีนบนป้ายเอกชนเพียงหนึ่งประเภทเท่านั้น คือ ป้ายร้านค้า เป็นร้านจำหน่ายตัวของบริษัทขนส่งผู้โดยสารจีนสายปากเซ-เวียงจันทน์ โดยข้อมูลบนป้ายใช้ภาษาจีนเกือบทั้งหมด ยกเว้นคำว่า “VIP” ที่ใช้ภาษาอังกฤษ โดยป้ายดังกล่าวเขียนตัวอักษรภาษาจีนขนาดใหญ่ที่สุดและมีความโดดเด่นที่สุด

แสดงให้เห็นว่าป้ายต้องการสื่อสารกับคนจีนหรือผู้ที่รู้ภาษาจีนเป็นหลัก และอีกหนึ่งป้ายเป็นป้ายร้านขายสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าของบริษัทแห่งหนึ่ง โดยป้ายดังกล่าวใช้ภาษาอังกฤษขนาดเท่ากันกับภาษาจีน แต่จัดวางภาษาจีนอยู่ข้างบน แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับคนจีนเป็นหลัก

3.2.1.7 ป้ายภาษาอังกฤษและภาษาฝรั่งเศส หมายถึง ป้ายที่ใช้สองภาษาโดยปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาฝรั่งเศสบนป้ายสาธารณะ พบจำนวน 2 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.23 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.2.1.7.1 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 98 ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 98 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาอังกฤษ คำว่า “Amazon” ถูกเขียนเป็นชื่อร้านค้า และ 2) ภาษาฝรั่งเศส คำว่า “Café” ซึ่งแปลว่าร้านกาแฟในภาษาฝรั่งเศส ถูกเขียนอยู่ด้านบนของชื่อร้าน แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารให้ผู้รู้ภาษาอังกฤษและภาษาฝรั่งเศสเป็นหลัก



ภาพประกอบ 99 ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 99 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาอังกฤษ คำว่า “PARISIEN” ถูกเขียนเป็นชื่อร้านค้า ซึ่งเป็นคำคุณศัพท์ที่แปลว่าชาวปารีส หรือเกี่ยวกับเมืองปารีส เพื่อให้ความรู้สึกถึงความเป็นฝรั่งเศส และ 2) ภาษาฝรั่งเศส คำว่า “CAFÉ” ซึ่งแปลว่าร้านกาแฟในภาษาฝรั่งเศส แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารให้ผู้รู้ภาษาอังกฤษ และภาษาฝรั่งเศสเป็นหลัก

จากการศึกษาการปรากฏของภาษาบนป้ายที่ใช้สองภาษา ปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาฝรั่งเศสบนป้ายของภาคเอกชน ซึ่งพบบนป้ายร้านค้ากาแฟทั้งหมด โดยตัวอักษรภาษาอังกฤษใช้เขียนชื่อร้านค้า ส่วนภาษาฝรั่งเศสเขียนคำว่า “CAFÉ” แปลว่า ร้านกาแฟ ซึ่งแม้จะเป็นภาษาฝรั่งเศส แต่ก็ยังเป็นคำที่แพร่หลายในระดับสากล และมักถูกใช้ในชื่อร้านค้ากาแฟเพื่อสร้างภาพลักษณ์แบบยุโรป หรือฝรั่งเศส

3.2.1.8 ป้ายภาษาอังกฤษและภาษาญี่ปุ่น หมายถึง ป้ายที่ใช้สองภาษาโดยปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาญี่ปุ่นบนป้ายสาธารณะ พบจำนวน 1 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.23 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.2.1.8.1 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 100 ป้ายร้านค้าที่ใช้สองภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 100 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สองภาษา ได้แก่ 1) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “TAKOYAKI SHIM” จัดวางอยู่กึ่งกลางป้าย มีขนาดตัวอักษรใหญ่ที่สุด และโดดเด่นที่สุด ถูกเขียนเป็นชื่อร้าน และ 2) ภาษาญี่ปุ่น ข้อความว่า “たこやき” จัดวางอยู่ข้างบนภาษาลาวแต่มีขนาดตัวอักษรเล็กกว่า ถูกเขียนเพื่อเน้นย้ำถึงความเป็นต้นตำรับ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารให้ผู้รู้ภาษาอังกฤษและภาษาญี่ปุ่นทราบว่าร้านนี้ ขายทาโกะยากิ นอกจากนี้ ยังมีการเลือกใช้รูปภาพของทาโกะยากิ เพื่อให้ผู้อ่านป้ายสามารถเข้าใจป้ายได้มากขึ้น

จากการศึกษาการปรากฏของภาษาพบป้ายที่ใช้สองภาษา ปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาญี่ปุ่น บนป้ายของภาคเอกชน โดยพบบนป้ายร้านอาหารญี่ปุ่น คือ ทาโกะยากิ ซึ่งเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั่วโลก รวมถึงสปป.ลาว โดยป้ายดังกล่าวจัดวางภาษาญี่ปุ่นอยู่ข้างบนภาษาอังกฤษ ทั้งนี้ ตัวอักษรภาษาอังกฤษขนาดใหญ่กว่าภาษาญี่ปุ่นและโดดเด่นกว่า แสดงให้เห็นว่าป้ายให้ความสำคัญภาษาอังกฤษมากกว่าภาษาญี่ปุ่น อย่างไรก็ตาม การปรากฏตัวอักษรภาษาญี่ปุ่นอาจเป็นเพราะผู้เขียนป้ายอาจต้องการแสดงเอกลักษณ์ของร้านอาหารญี่ปุ่นหรือเพื่อให้ป้ายมีความน่าสนใจจึงเลือกใช้ภาษาญี่ปุ่นบนป้าย

3.2.2 ป้ายที่ใช้หนึ่งภาษา

ป้ายที่ใช้หนึ่งภาษา หมายถึง ป้ายสาธารณะที่ปรากฏการใช้ภาษาหนึ่งภาษา พบจำนวน 316 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 36.87 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.2.2.1 ป้ายภาษาลาว หมายถึง ป้ายที่ใช้หนึ่งภาษาโดยปรากฏการใช้ภาษาลาวบนป้ายสาธารณะ พบจำนวน 280 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 32.67 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.2.2.1.1 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์



ภาพประกอบ 101 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 101 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาครัฐที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว ข้อความว่า “เสดทะภิดภ้าวไถ ถ้ำขุมถินร่วมใจ ใช้เงินกิบ” เพื่อรณรงค์ส่งเสริมให้คนลาวใช้เงินกิบ ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าป้ายดังกล่าวเป็นป้ายภาครัฐของสปป.ลาว จึงสะท้อนให้เห็นนโยบายของภาครัฐลาวที่ส่งเสริมให้ใช้เงินกิบ เนื่องจากในปัจจุบันสปป.ลาว นิยมใช้เงินสกุลต่างชาติ เช่น ยูเอสดอลลาร์ เงินบาท เงินหยวน ในด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทางลาวจึงเลือกใช้ภาษาลาวเพื่อสื่อสารกับคนลาวเป็นหลัก



ภาพประกอบ 102 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 102 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาครัฐที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว ข้อความว่า “ສາທາລະນະລັດ ປະຊາທິປະໄຕ ປະຊາຊົນລາວ ໝັ້ນຍືນ. ນໍ້າໃຈວັນຊາດທີ 2 ທັນວາ ໝັ້ນຍືນ.” เพื่อแสดงความยินดีกับการฉลองวันชาติ



ภาพประกอบ 103 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 103 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาครัฐที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว ข้อความว่า “ສະອາດ, ສວຍງາມ, ກ້າຫານ, ອົດທົນ, ເສຍສະຫຼະ, ສາມັກຄີ ມີວິ ໃນແມ່ນມູນເຊື້ອ ອັນໂດດເດັ່ນ, ຂອງ ຄົນຈໍາປາສັກ” เพื่อสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว รักความสะอาด มีความกล้าหาญ อดทน เสียสละ สามัคคีและมีวินัย



ภาพประกอบ 104 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 104 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว ข้อความว่า “ขายลิตทึบไผ่ขี้” เพื่อต้องการสื่อสารและประชาสัมพันธ์การขายรถจักรยานไฟฟ้าให้ผู้รู้ภาษาลาวทราบ



ภาพประกอบ 105 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 105 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว คำว่า “รับสะสมภษะมัทฏฐาน ฝ่ายขาย 1 ตำแหน่ง ฝ่ายส้อมแปง 2 ตำแหน่ง” เพื่อสื่อสารและต้องการประชาสัมพันธ์รับสมัครพนักงาน



ภาพประกอบ 106 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 106 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว ข้อความว่า “อันตราย เขตก่อสร้าง” เขียนเป็นวัตถุประสงค์หลักของการประชาสัมพันธ์ เตือนถึงอันตรายในเขตก่อสร้าง ลำดับถัดมาเป็นการบอก ข้อห้าม ข้อความว่า “ห้ามจอดรถทุกชนิด” เพื่อแจ้งห้ามจอดรถทุกชนิด ข้อความว่า “บ่ลีสัดบ่รับฝัดอุบ” เป็นรายละเอียดหรือข้อตกลงว่าบริษัทจะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใด ๆ ที่เกิดขึ้นทุกกรณี แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวทราบว่าห้ามจอดจักรยานยนต์บริเวณนี้ นอกจากนี้ ยังมีการใช้สัญลักษณ์ห้ามจอดรถซึ่งเป็นสัญลักษณ์สากลในการสื่อสารกับผู้ที่ไม่รู้ภาษาลาวอีกด้วย



ภาพประกอบ 107 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 107 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว ข้อความว่า “รับซื้อรถไทยมีสองทุกชนิด” เขียนเป็นวัตถุประสงค์หลักของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์รับซื้อรถ ลำดับถัดมาเป็นการบอกรายละเอียดต่าง ๆ ข้อความว่า “รถไทยมีสอง” “รถไทยดีดงาม” “รับซื้อรถเร็ว” “รถไทยดีจนน่า” และการบอกข้อมูล

การติดต่อ ข้อความว่า “ท่านใดมีวิดีโอ” “โทรแอมป์ 020 54322299” แสดงให้เห็นว่าผู้เขียน
 ป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวเป็นหลัก



ภาพประกอบ 108 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 108 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชน
 ที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว ข้อความว่า “น้ำแร่ บิวเสียว ชุ่มใจได้ทุกที่ ด้วยแร่ธาตุ
 ดีต่อร่างกาย” เขียนชื่อผลิตภัณฑ์และชื่อสินค้า พร้อมคุณประโยชน์ของสินค้า ข้อความว่า “โ
 บัถาบ
 เณด” “แม็กนิจูม” “โปกตาสจูม” “ແຄລຊຽມ” เป็นการเขียนบอกส่วนผสมต่าง ๆ ของน้ำแร่หัวเสื่อ
 ว่ามีไบคาร์บอเนต แมกนีเซียม โปแทสเซียม แคลเซียม ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการ
 สื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ซึ่งมีรูปภาพครอบครัวถือน้ำดื่ม โดยสมาชิกแต่ละคนมีทุกเพศทุกวัย หมายถึง
 น้ำแร่หัวเสื่อเป็นน้ำดื่มที่คนทุกเพศทุกวัยสามารถดื่มได้ นอกจากนี้ยังมีภาพผลิตภัณฑ์น้ำแร่หัวเสื่อ
 ประกอบเพื่อให้ผู้อ่านป้ายสามารถเห็นสินค้าได้ชัดเจน

3.2.2.1.2 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 109 ป้ายร้านค้าที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 109 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว ข้อความว่า “ຮ້ານອາຫານ ລູບີ” เขียนชื่อร้าน เพื่อสื่อสารกับคนลาวหรือผู้ที่รู้ภาษาลาว ทราบว่าเป็นร้านอาหาร



ภาพประกอบ 110 ป้ายร้านค้าที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 110 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว ข้อความว่า “ຮ້ານອາຫານ ພໍ່ຈ່ອຍ ເຊເວັນ” เขียนชื่อร้าน จากนั้นเป็นการให้ข้อมูลช่องทางการติดต่อ “ໂທ: 020 9799 4123, 030 9985 445” แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว



ภาพประกอบ 111 ป้ายร้านค้าใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 111 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว ข้อความว่า “ນາງ ມິ້ອຍ ຄຳຮຸ່ງ” เขียนเป็นชื่อร้านค้า ถัดมาเป็นการบอกรายละเอียดการซื้อขายและข้อมูลสินค้า ข้อความว่า “ຊື່ ຂາຍ ເງິນ ຄ່າ 9999” แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว



ภาพประกอบ 112 ป้ายร้านค้าใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 112 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว ข้อความว่า “ร้านเล็กจินดา มณี” เขียนเป็นชื่อร้านค้า แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว



ภาพประกอบ 113 ป้ายร้านค้าใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 113 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว ข้อความว่า “รุ่งเรือง เทดสะทอ้ง” เขียนเป็นชื่อร้านค้า ข้อความว่า “ขายฝักรู่มุก และ เถียงย่อย” ถัดมาเป็นการบอกรายละเอียดต่าง ๆ การขาย ข้อความว่า “เว็ท: 030 9346824 - 020 5554 4223” เขียนเป็นข้อมูลช่องทางการติดต่อ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว

3.2.2.1.3 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน



ภาพประกอบ 114 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 114 เป็นภาพป้ายสถานที่ของภาครัฐที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว ข้อความว่า “ຫໍຫຼັກເມືອງ ປາກເຊ” เขียนเป็นชื่อสถานที่ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว



ภาพประกอบ 115 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 115 เป็นภาพป้ายสถานที่ของภาครัฐที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว ข้อความว่า “ກົມກອງພັດທະນາ ໂຮງຫມໍ ຈຳປາສັກ” เขียนเป็นชื่อสถานที่ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวทราบว่าสถานที่แห่งนี้คือกรมโรงพยาบาลจำปาสัก



ภาพประกอบ 116 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 116 เป็นภาพป้ายสถานที่ของภาครัฐที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว ข้อความว่า “โรงเรียน ปะถิม สิมบูน บ้านท่ง” เขียนเป็นชื่อสถานที่ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวทราบว่าสถานที่แห่งนี้เป็นโรงเรียนประถมบ้านท่ง



ภาพประกอบ 117 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 117 เป็นภาพป้ายสถานที่ของภาครัฐที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว ข้อความว่า “โรงเรียนปะถิม สิมบูนปากเซ” เขียนเป็นชื่อสถานที่ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวทราบว่าสถานที่แห่งนี้เป็นโรงเรียนประถมปากเซ

พจนานุกรมศัพท์โต ชีว



ภาพประกอบ 118 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 118 เป็นภาพป้ายหน่วยงานของภาครัฐที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว ข้อความว่า “กองบัญชาการ ป.ก.ส นครปากเซ เข้มแข็ง” เขียนเป็นชื่อสถานที่ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวทราบว่าสถานที่แห่งนี้เป็นหน่วยงาน กองบัญชาการ ป.ก.ส นครปากเซ



ภาพประกอบ 119 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 119 เป็นภาพป้ายหน่วยงานของภาครัฐที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว ข้อความว่า “กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้า กรมอุตสาหกรรมและการค้า แขวงจำปาสัก” เขียนเป็นชื่อสถานที่ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ทราบว่าสถานที่แห่งนี้เป็นหน่วยงานกระทรวงอุตสาหกรรมและการค้า กรมอุตสาหกรรมและการค้า แขวงจำปาสัก



ภาพประกอบ 120 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 120 เป็นภาพป้ายหน่วยงานของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว ข้อความว่า “โรงแรม ปารีส บุติง” เขียนเป็นชื่อสถานที่ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวทราบว่าสถานที่แห่งนี้เป็นโรงแรม



ภาพประกอบ 121 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 121 เป็นภาพป้ายหน่วยงานที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว ข้อความว่า “ຫ້ອງກວດ” เขียนเป็นวัตถุประสงค์หลักของป้าย คือแจ้งว่าเป็นห้องตรวจ ข้อความว่า “ພະຍາດທົ່ວໄປ” เขียนแจ้งรายละเอียดให้ทราบว่าสถานที่นี้ตรวจโรคทั่วไป ข้อความว่า “ຄລີນິກ ມິດຕະພາບ” เขียนบอกชื่อคลินิก และข้อความว่า “ດຣ. ກິ່ງແກ້ວ ລະວຽງວິງ” เขียนชื่อแพทย์ประจำคลินิก ข้อความว่า “ບ. ພະບາດ, ມ. ປາກເຊ, ຂ. ຈຳປາສັກ ໂທ: 031 252 345” แจ้งข้อมูลที่ตั้งและช่องทางการติดต่อคลินิก แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวทราบว่าสถานที่แห่งนี้เป็นคลินิกตรวจพยาธิ

3.2.2.1.4 ป้ายบอกทาง



ภาพประกอบ 122 ป้ายบอกทางที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 122 เป็นภาพป้ายบอกทางของภาครัฐที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว คำว่า “หยุด” เขียนสั่งให้หยุด แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ที่สัญจรในนครปากเซว่าให้หยุดรถ



ภาพประกอบ 123 ป้ายบอกทางที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 123 เป็นภาพป้ายบอกทางของภาครัฐที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว คำว่า “บ่อนจอด” เขียนแจ้งว่าที่จอดรถ โดยปรากฏร่วมกับสัญลักษณ์รูปรถสามล้อและสัญลักษณ์การจราจรสองด้าน แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวทราบว่าบริเวณนี้ คือที่จอดรถสามล้อ ซึ่งมีการใช้รูปภาพรถสามล้อมาใช้ประกอบป้ายเพื่อให้ผู้ไม่รู้ภาษาลาวสามารถเข้าใจได้อีกด้วย



ภาพประกอบ 124 ป้ายบอกทางที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 124 เป็นภาพป้ายบอกทางของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว คำว่า “ທາງເຂົ້າ” เขียนแจ้งว่าเป็นทางเข้า โดยปรากฏร่วมกับสัญลักษณ์จราจรรูปลูกศร แสดงให้เห็นว่าป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวทราบว่าที่นี่คือทางเข้า



ภาพประกอบ 125 ป้ายบอกทางที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 125 เป็นภาพป้ายบอกทางของภาครัฐที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว คำว่า “ທາງອອກ” เขียนแจ้งว่าเป็นทางออก โดยปรากฏร่วมกับสัญลักษณ์จราจรรูปลูกศร แสดงให้เห็นว่าป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวทราบว่าที่นี่คือทางออก ซึ่งมีการใช้สัญลักษณ์จราจรในการสื่อสารอีกด้วย



ภาพประกอบ 126 ป้ายบอกทางที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 126 เป็นภาพป้ายบอกทางของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาลาว ข้อความว่า “ທາງຂຶ້ນໄປ” เขียนแจ้งว่าเป็นทางขึ้น ข้อความว่า “ຊັ້ນ 2 - ຊັ້ນ 3” เขียนแจ้งว่าเป็นชั้น 2 และ ชั้น 3 โดยปรากฏร่วมกับสัญลักษณ์จราจรรูปลูกศร แสดงให้เห็นว่าป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาวทราบว่าจุดนี้คือทางขึ้นไปชั้น 2 - ชั้น 3

จากการศึกษาการปรากฏของภาษาพบป้ายที่ใช้หนึ่งภาษา ปรากฏการใช้ภาษาลาวหนึ่งภาษามากที่สุด พบบน 1) ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากที่สุด เป็นป้ายของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ส่วนป้ายของภาครัฐส่วนใหญ่เป็นป้ายประชาสัมพันธ์และณรงค์ที่ทางการลาวต้องการให้ผู้อ่านป้ายปฏิบัติตาม ส่วนป้ายของภาคเอกชนส่วนใหญ่เป็นการประชาสัมพันธ์การซื้อขายสินค้าและบริการ นอกจากนี้ ยังมีป้ายบอกข้อมูล ป้ายห้าม และป้ายเตือน เป็นต้น 2) ป้ายร้านค้า เป็นป้ายของภาคเอกชนทั้งหมด พบบนร้านทอง ร้านขายยา ร้านเครื่องใช้ไฟฟ้า ร้านตัดเย็บ ร้านเคสโทรศัพท์ ร้านเสริมสวย และร้านอาหาร เป็นต้น 3) ป้ายสถานที่และหน่วยงาน เป็นป้ายของภาครัฐและภาคเอกชน โดยภาครัฐ พบบนป้ายกรมการศึกษาและการกีฬาเมืองปากเซ โรงเรียนหลายโรงเรียน ป้ายกองบัญชาการป.ก.ส กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้า หอหลักเมืองปากเซ อาคารต่าง ๆ ในโรงพยาบาล องค์การพุทธศาสนาสัมพันธ์แห่งลาว สหพันธ์สตรี เป็นต้น ส่วนป้ายของภาคเอกชน พบบนป้ายสถาบันการเงิน โรงแรม บริษัทเอกชน คลินิก เป็นต้น และ 4) ป้ายบอกทาง ส่วนใหญ่เป็นป้ายของภาครัฐ มักเกี่ยวกับป้ายจราจร ป้ายบอกทาง ส่วนป้ายของภาคเอกชนเป็นป้ายบอกทางขึ้นลง และเข้าออก

3.2.2.2 ป้ายภาษาอังกฤษ หมายถึง ป้ายที่ใช้หนึ่งภาษาโดยปรากฏการใช้
ภาษาอังกฤษบนป้ายสาธารณะ พบจำนวน 31 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 3.62 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.2.2.2.1 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์



ภาพประกอบ 127 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 127 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนที่ใช้
หนึ่งภาษา คือ ภาษาอังกฤษ คำว่า “Open” เขียนแจ้งว่าเปิดร้าน ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักของป้าย
คือ ต้องการบอกให้ผู้อ่านรู้ว่าร้านดังกล่าวเปิดให้บริการแล้ว จากนั้นเป็นภาพโลโก้ร้านและข้อความว่า
“VIDA” เขียนชื่อร้าน ข้อความว่า “bakery café” เขียนแจ้งข้อมูลอาหารที่ขาย แสดงให้เห็นว่า
ผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาอังกฤษหรือชาวต่างชาติในพื้นที่นครปากเซป้ายดังกล่าว
ต้องการทราบและเข้าใจว่าเปิดให้บริการแล้ว

พหุ ประถมศึกษา



ภาพประกอบ 128 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 128 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “LAO GO” เขียนเป็นชื่อร้าน ซึ่งเป็นคำศัพท์ที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ ซึ่งร้านดังกล่าวเป็นร้านเช่ารถจักรยานยนต์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้เป็นยานพาหนะสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว จึงต้องใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารเนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลสามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติหลากหลายชาติได้ บนป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์เช่ารถดังกล่าว ข้อความว่า “CAR & MOTORBIKE RENTAL” เขียนแจ้งการเช่ารถยนต์และรถจักรยานยนต์ ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักของการสื่อสาร ถัดไปคือข้อความว่า “ /DAY HONDA Scoopy 110cc Automatic”, “ /DAY HONDA Click 125cc Automatic” และ “ /DAY HONDA PCX 150cc Automatic” เขียนรายละเอียดสินค้าที่ให้เช่า โดยเป็นการบอกข้อมูลจำนวนวันที่เช่าและยี่ห้อกับคุณสมบัติของจักรยานยนต์ โดยเว้นช่องว่าง “ /DAY” ไว้ เพราะเป็นข้อมูลที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่แน่นอน นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่า ป้ายดังกล่าวยังมีรูปภาพรถจักรยานยนต์ ประกอบกับตัวอักษรที่อธิบายข้อมูลเพื่อให้ผู้อ่านป้ายเข้าใจและเห็นภาพยานพาหนะที่จะเช่าได้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งรูปพื้นหลังป้ายดังกล่าวยังเป็นภาพสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งมีความสอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์อีกด้วย



ภาพประกอบ 129 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้หนึ่งภาษา

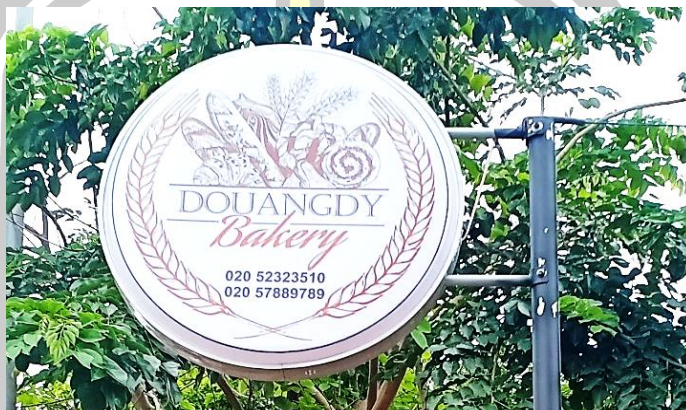
จากตัวอย่างภาพประกอบ 129 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาอังกฤษ คำว่า “ESPRESSO” “AMERICANO” “BLACKHONEY” “CAPPUCCINO” “MOCHA” “LATTE” “GREEN TEA” “THAI TEA” “ORANGE JUICE” เขียนชื่อเมนูเครื่องดื่มที่ขาย ซึ่งผู้เขียนป้ายเลือกใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารผู้อ่านป้าย โดยคำที่กล่าวมาเป็นเมนูเครื่องดื่มที่หลายภาษาใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษทำให้หลายคนเข้าใจ

3.2.2.2.2 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 130 ป้ายร้านค้าที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 130 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “The Anjolie's” ถูกเขียนเป็นชื่อร้าน ข้อความว่า “Coffee and Bakery” ถูกเขียนบอกข้อมูลเกี่ยวกับประเภทร้านค้าและการบริการ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาอังกฤษ



ภาพประกอบ 131 ป้ายร้านค้าที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 131 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “DOUANGDY Bakery” จัดวางอยู่กึ่งกลางของป้าย ถูกเขียนเป็นชื่อร้าน โดยมีรูปภาพตกแต่งรอบ ๆ ชื่อร้าน และด้านล่างสุดของป้ายเป็นข้อมูลการติดต่อ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาอังกฤษทราบว่าร้านนี้ คือ ร้านกาแฟ



ภาพประกอบ 132 ป้ายร้านค้าที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 132 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาอังกฤษ คำว่า “PIGGY B” จัดวางอยู่ด้านล่างของรูปภาพหมูบริเวณกลางป้ายเพื่อความโดดเด่น

ถูกเขียนเป็นชื่อร้าน แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาอังกฤษหรือชาวต่างชาติให้ทราบว่าร้านนี้ขายอาหารฟาสต์ฟู้ดและงานด่วน



ภาพประกอบ 133 ป้ายร้านค้าที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 133 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “J com ICT SERVICE” จัดวางอยู่กึ่งกลางป้าย ถูกเขียนเป็นชื่อร้าน ข้อความว่า “TEL: 030-9158885” จัดวางอยู่ด้านล่างของป้าย ถูกเขียนเป็นการแจ้งช่องทางการติดต่อ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาอังกฤษหรือชาวต่างชาติให้ทราบว่าร้านนี้ขายสินค้าเกี่ยวกับไอซีที เช่น คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก กล้อง ลำโพง ฯลฯ



ภาพประกอบ 134 ป้ายร้านค้าที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 134 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “JK Mobile 3” ถูกเขียนเป็นชื่อร้าน แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาอังกฤษให้ทราบว่าร้านนี้ขายสินค้าเกี่ยวกับโทรศัพท์

3.2.2.2.3 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน



ภาพประกอบ 135 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 135 เป็นภาพป้ายหน่วยงานของภาครัฐที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “MISTRY OF DIDUSTRY AND COMMERCE” “DIVISION OF INDUSTRY AND COMMERCE CHAMPASAK PROVINCE” ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่และหน่วยงาน ร้าน แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาอังกฤษทราบว่า สถานที่แห่งนี้คือกรมอุตสาหกรรมและการค้า แขวงจำปาสัก



ภาพประกอบ 136 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 136 เป็นภาพป้ายหน่วยงานของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “SSHB Solid partners, flexible solutions” ถูกเขียนเป็นชื่อบริษัท ถัดมาข้อความว่า “SAI GON - HA NOI BANK LAO CHAMPASAK BRANCH” ถูกเขียนเป็นชื่อและสาขานาคาร จากนั้นข้อความว่า “336, 337, 338 PAKSE NEW MARKET PHONEKUNG VILLAGE, PAKSE DISTRICT CHAMPASAK PROVINCE, LAO PDR” “CHAMPASAK BRANCH” ถูกเขียนแจ้งสถานที่ตั้ง และข้อความว่า “Tel: (+856-31) 257 167” “Fax: (+856-31) 257 137” “www.shb.la” ถูกเขียนแจ้งช่องทางการติดต่อ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาอังกฤษทราบว่า สถานที่แห่งนี้คือไซง่อน-ธนาคารฮานอย



ภาพประกอบ 137 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 137 เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “Paris Boutique Hotel” ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาอังกฤษทราบว่าสถานที่แห่งนี้คือโรงแรม

3.2.2.2.4 ป้ายบอกทาง



ภาพประกอบ 138 ป้ายบอกทางที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 138 เป็นภาพป้ายบอกทางที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาอังกฤษ คำว่า “m” ถูกเขียนเป็นหน่วยระยะทาง ซึ่งเป็นตัวอักษรที่คำย่อมาจากคำภาษาอังกฤษ คำว่า “metre” ปรากฏร่วมกับสัญลักษณ์จรรยาบรรณครูและตัวเลข แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ ภาษาอังกฤษรู้ว่าตรงไป 50 เมตร

จากการศึกษาการปรากฏของภาษาพบป้ายที่ใช้หนึ่งภาษา ปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษหนึ่งภาษาบน 1) ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากที่สุด พบบนป้ายของภาคเอกชนทั้งหมด มักเป็นการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโทรศัพท์ นม การท่องเที่ยว การเช่า การบอกข้อมูลสินค้าและการให้บริการ การแสดงการต้อนรับ การประกาศเปิดร้านค้าและสถานที่ต่าง ๆ เป็นต้น 2) ป้ายร้านค้า พบบนป้ายของภาคเอกชนทั้งหมด มักพบบนป้ายร้านเกี่ยวกับเทคโนโลยี ไอที ร้านขายโทรศัพท์ ร้านกาแฟ ร้านดอกไม้ ร้านเช่ารถ ร้านอาหาร ได้แก่ ร้านพิซซา ร้านคอร์นด็อก ร้านเบอร์เกอร์ ซึ่งเป็นร้านแฟรนไชส์ทั้งหมด 3) ป้ายสถานที่และหน่วยงาน พบบนป้ายของภาครัฐและเอกชน ป้ายของภาครัฐเป็นป้ายกระทรวงอุตสาหกรรมและการค้า แม้จะเป็นป้ายภาษาอังกฤษหนึ่งภาษา แต่มีป้ายภาษาลาวติดตั้งคู่กัน ส่วนป้ายของป้ายเอกชน พบบนป้ายโรงแรม ป้ายธนาคาร เป็นต้น และ 4) ป้ายบอกทาง เป็นการบอกระยะทาง โดยภาษาอังกฤษที่ปรากฏเป็นตัวอักษรย่อของหน่วยระยะทาง

3.2.2.3 ป้ายภาษาฝรั่งเศส หมายถึง ป้ายที่ใช้หนึ่งภาษาโดยปรากฏการใช้ภาษาฝรั่งเศสบนป้ายสาธารณะ พบจำนวน 2 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.23 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.2.2.3.3 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน



ภาพประกอบ 139 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 139 เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานของภาครัฐที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาฝรั่งเศส ข้อความว่า “ECOLE PRIMAIRE DE PAKSE” ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่ แสดงให้เห็น

ว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาฝรั่งเศสทราบว่าเป็นสถานที่แห่งนี้เป็นโรงเรียนประถมปากเซ โดยป้ายดังกล่าวตั้งอยู่หน้าโรงเรียนคู่กับป้ายภาษาลาวที่มีความหมายเดียวกันแต่อยู่คนละฝั่งของประตูโรงเรียน



ภาพประกอบ 140 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 140 เป็นภาพป้ายหน่วยงานและสถานที่ของภาครัฐที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาฝรั่งเศส ข้อความว่า “ECOLE PRIMAIRE DE BANTHONG” แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาฝรั่งเศสทราบว่าเป็นสถานที่แห่งนี้เป็นโรงเรียนประถมบ้านท่ง โดยป้ายดังกล่าวตั้งอยู่หน้าโรงเรียนคู่กับป้ายภาษาลาวที่มีความหมายเดียวกันแต่อยู่คนละฝั่งของประตูโรงเรียน

จากการศึกษาการปรากฏของภาษาพบป้ายที่ใช้หนึ่งภาษา ปรากฏการใช้ภาษาฝรั่งเศสหนึ่งภาษาเพียงประเภทเดียว คือ ป้ายสถานที่และหน่วยงานของภาครัฐ ได้แก่ โรงเรียนประถมบ้านท่ง และโรงเรียนประถมปากเซ แม้จะเป็นป้ายภาษาฝรั่งเศสหนึ่งภาษา แต่ฝั่งตรงข้ามของป้ายดังกล่าวตั้งอยู่ตรงข้ามกับป้ายภาษาลาวหนึ่งภาษา แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายอาจจัดทำป้ายตามนโยบายของทางการลาว

3.2.2.4 ป้ายภาษาไทย หมายถึง ป้ายที่ใช้หนึ่งภาษาโดยปรากฏการใช้ภาษาไทยบนป้ายสาธารณะ พบจำนวน 2 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.23 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.2.2.4.1 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์



ภาพประกอบ 141 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 141 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาไทย คำว่า “เลื่อน” ถูกเขียนแจ้งให้เลื่อน แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาไทยทราบว่าให้เปิดประตูโดยการเลื่อน

3.2.2.4.2 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 142 ป้ายร้านค้าที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 142 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาไทย ข้อความว่า “อินซอน ไก่ทอดเกาหลี” ถูกเขียนเป็นชื่อร้าน โดยป้ายดังกล่าวเขียนตัวอักษรภาษาไทยแต่รูปแบบตัวอักษรเป็นภาษาเกาหลี เพื่อให้มีความสอดคล้องกับอาหารที่ขาย แม้จะไม่มีภาษาเกาหลีก็ตาม ซึ่งป้ายสื่อสารกับผู้รู้ภาษาไทยให้ทราบว่าร้านนี้ขายไก่ทอดเกาหลี ทั้งนี้ อาจวิเคราะห์ได้ว่าเจ้าของร้านดังกล่าวอาจเป็นคนไทยหรือซื้อแพรนไฮส์มาจากประเทศไทย

จากการศึกษาการปรากฏของภาษาพบป้ายที่ใช้หนึ่งภาษา ปรากฏการใช้ภาษาไทยจำนวน สองป้าย ซึ่งเป็นป้ายของภาคเอกชนทั้งหมด พบบน 1) ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์จำนวน 1 ป้าย เป็นการเขียนแจ้งข้อมูลเพื่อให้ผู้อ่านป้ายกระทำตามป้ายที่สื่อสาร และ 2) ป้ายร้านค้า จำนวน 1 ป้าย เป็นป้ายร้านอาหารเกาหลี ทั้งนี้ แม้ป้ายดังกล่าวเป็นตัวอักษรภาษาไทย แต่มีรูปแบบตัวอักษรเป็น ภาษาเกาหลี เพื่อให้สอดคล้องกับอาหารที่ขาย

3.2.2.5 ป้ายภาษาเวียดนาม หมายถึง ป้ายที่ใช้หนึ่งภาษาโดยปรากฏการใช้ภาษา เวียดนามบนป้ายสาธารณะ พบจำนวน 1 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.12 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.2.2.5.1 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์



ภาพประกอบ 143 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้หนึ่งภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 143 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้หนึ่งภาษา คือ ภาษาเวียดนาม โดยป้ายดังกล่าวอยู่ในพื้นที่ของโรงพยาบาล ซึ่งผู้เขียนเลือกใช้ภาษาเวียดนาม ข้อความว่า “CẤM ĐẠU XE MÁY” ถูกเขียนแจ้งห้ามจอดจักรยานยนต์ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้าย ต้องการสื่อสารกับผู้ที่รู้ภาษาเวียดนามทราบว่าห้ามจอดรถจักรยานยนต์บริเวณนี้ ซึ่งโรงพยาบาล แห่งนี้อาจจะมีคนงานหรือชุมชนชาวเวียดนาม ผู้เขียนป้ายจึงเลือกใช้ภาษาเวียดนามในการสื่อสาร

จากการศึกษาการปรากฏของภาษาพบป้ายที่ใช้หนึ่งภาษา ปรากฏการใช้ภาษาเวียดนามหนึ่ง ภาษา พบจำนวนหนึ่งป้ายซึ่งเป็นป้ายของภาคเอกชน และพบบนป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ แจ้งข้อมูลห้ามจอดจักรยานยนต์เพื่อให้ผู้อ่านป้ายปฏิบัติตาม แสดงให้เห็นว่าในพื้นที่ดังกล่าวมีชาว เวียดนามอาศัยอยู่จึงเลือกใช้ภาษาเวียดนามสื่อสารกับคนเวียดนามหรือผู้ที่รู้ภาษาเวียดนาม

3.2.3 ป้ายที่ใช้สามภาษา

ป้ายที่ใช้สามภาษา หมายถึง ป้ายสาธารณะที่ปรากฏการใช้ภาษาสามภาษาอยู่ร่วมกัน พบจำนวน 46 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 5.37 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.2.3.1 ป้ายภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาเวียดนาม หมายถึง ป้ายที่ใช้สามภาษา โดยปรากฏการใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาเวียดนามบนป้ายสาธารณะ พบจำนวน 19 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 2.22 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.2.3.1.1 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 144 ป้ายร้านค้าที่ใช้สามภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 144 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สามภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ร้านดิภเดิ่ ตัดชายีบ” จัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย มีขนาดตัวอักษรใหญ่ที่สุดและโดดเด่นที่สุด ถูกเขียนเป็นชื่อร้าน 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “TEL: 020 55355232” ถูกเขียนเป็นการแจ้งช่องทางการติดต่อ และ 3) ภาษาเวียดนาม ข้อความว่า “TAILLEUR ĐỨC ĐỨC” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว และมีขนาดตัวอักษรใกล้เคียงกับภาษาลาว ถูกเขียนเป็นชื่อร้านเช่นกัน แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาเวียดนาม ทราบว่าที่นั่นคือร้านตัดเสื้อ



ภาพประกอบ 145 ป้ายร้านค้าที่ใช้สามภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 145 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สามภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ຮ້ານ ລວນ ເສີມສວຍ” จัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย มีขนาดตัวอักษรใหญ่ และโดดเด่น ถูกเขียนเป็นชื่อร้านและบริการ ถัดมาข้อความว่า “ເຮັດຜົມ ເຮັດເລັບ ໄດ ຕັດ ດັດ ຍ້ອມ ຕໍ່” มีขนาดตัวอักษรเล็กกว่า ถูกเขียนรายละเอียดการให้บริการของร้าน 2) ภาษาอังกฤษ คำว่า “LOAN.S” จัดวางอยู่กลางป้าย มีขนาดตัวอักษรใหญ่และโดดเด่นเท่ากับข้อความภาษาลาวที่จัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย ถูกเขียนเป็นชื่อร้านค้า และ 3) ภาษาเวียดนาม ข้อความว่า “Tao Mẫu Tóc Nam, Nữ, chuyên nghiệp, Nail, Hair Uốn, Đuôi, Nhuộm” ถูกเขียนรายละเอียดการให้บริการของร้าน แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และ ภาษาเวียดนามทราบว่าที่นี่คือร้านเสริมสวย



ภาพประกอบ 146 ป้ายร้านค้าที่ใช้สามภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 146 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สามภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ຮ້ານ ແລກປຸງເງິນຕາ ເຢັນລີ” ถูกเขียนเป็นชื่อร้านค้า ข้อความว่า “ບໍລິການ ຝາກ - ໂອນ - ຖອນ” “ຮັບໂອນພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ” ถูกเขียนแจ้งการบริการของร้านว่าฝาก โอน ถอน ข้อความว่า “ລາວ, ທວງດາມ, ໄທ, ຈີນ” ถูกเขียนเพื่อเจาะจงกลุ่มประเทศที่ให้บริการ 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “Currency Exchange & Money Transfer” ถูกเขียนแจ้งการบริการของร้านว่าแลกเปลี่ยนเงินตราและการโอนเงิน ข้อความว่า “Tel: 020 97826236 - 020 55494624” ถูกเขียนแจ้งช่องทางการติดต่อ และ 3) ภาษาเวียดนาม ข้อความว่า “Dịch Vụ Đổi Tiền & Chuyển Tiền” ถูกเขียนแจ้งการบริการของร้านว่าแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและบริการโอนเงิน ข้อความว่า “(Lào-Việt Nam-Thái Lan-Trung Quốc)” ถูกเขียนเพื่อเจาะจงกลุ่ม

ประเทศที่ให้บริการ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และ ภาษาเวียดนามทราบว่าที่นี่คือร้านแลกเปลี่ยนเงินตราและการโอนเงิน ลาว-เวียดนาม-ไทย-จีน

3.2.3.1.2 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน



ภาพประกอบ 147 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สามภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 147 เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานของภาคเอกชนที่ใช้สามภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ທະນາຄານຮ່ວມທຸລະກິດລາວຫວຽດ” ถูกเขียนเป็นชื่อธนาคาร ข้อความว่า “ບ້ານ ພັດທະນາຫຼັກເມືອງ, ມະຄອນປາກເຊ, ແຂວງ ຈຳປາສັກ” จัดวางอยู่ด้านล่างสุดของป้าย ถูกเขียนเป็นแจ้งที่ตั้งของสถานที่ 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “LAOViet Bank” และ “laovietbank.com.la;” ถูกเขียนเป็นช่องทางการติดต่อทางอีเมลและเฟซบุ๊ก และ 3) ภาษาเวียดนาม ข้อความว่า “NGÂN HÀNG LIÊN DOANH LÀO VIỆT” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว ถูกเขียนเป็นชื่อธนาคารเช่นกันกับภาษาลาว แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาเวียดนามทราบว่าที่นี่คือธนาคารธุรกิจลาวเวียดนาม



ภาพประกอบ 148 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สามภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 148 เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานของภาคเอกชนที่ใช้สามภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ໂຮງແຮມ ແອວີ” จัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย และ 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “LV HOTEL” และ 3) ภาษาเวียดนาม คำว่า “Khách sạn LV” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาอังกฤษ โดยทั้งสามภาษาถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาเวียดนามทราบว่าที่นี่คือโรงแรม

จากการศึกษาการปรากฏของภาษาพบป้ายที่ใช้สามภาษา ปรากฏการใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษและภาษาเวียดนามมากที่สุด พบบน 1) ป้ายร้านค้ามากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นป้ายร้านค้าของภาคเอกชน โดยเฉพาะร้านโทรศัพท์มือถือและร้านเสริมสวยที่พบจำนวนมาก จึงมีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก ซึ่งการเลือกใช้ทั้งสามภาษาบนป้ายร้านค้าโทรศัพท์มือถือและร้านเสริมสวยให้ความสำคัญภาษาลาว มากที่สุด เนื่องจากป้ายส่วนใหญ่ใช้ภาษาลาวอยู่ข้างบนสุดของป้าย ถัดมาคือภาษาเวียดนามมักจะอยู่คู่กับภาษาลาว แต่บางป้ายภาษาเวียดนามมีขนาดใหญ่ที่สุดและโดดเด่นกว่าภาษาลาว โดยเฉพาะป้ายร้านเสริมสวย และภาษาอังกฤษมีความสำคัญน้อยที่สุด มักจะเป็นข้อความสั้น ๆ แจ้งช่องทางการติดต่อร้านค้า ส่วนป้ายร้านค้าประเภทอื่น ๆ เช่น ร้านแลกเปลี่ยนเงินตรา ร้านปะยาง ร้านตัดเย็บ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านถ่ายรูป และร้านต่าง ๆ ก็ให้ความสำคัญภาษาลาวมากที่สุด ถัดมาเป็นภาษาเวียดนาม และสุดท้ายคือภาษาอังกฤษเช่นเดียวกับป้ายร้านค้าโทรศัพท์มือถือและร้านเสริมสวยเพียงแต่มีจำนวนประปราย และ 2) ป้ายสถานที่และหน่วยงาน พบบนเป็นป้ายภาคเอกชน ทั้งสองป้าย ป้ายแรกคือธนาคารร่วมธุรกิจลาวเวียดนาม ผู้เขียนป้ายใช้ภาษาลาวคู่กับภาษาเวียดนาม ในการบอกชื่อหน่วยงาน ส่วนภาษาอังกฤษเป็นการแจ้งช่องทางการติดต่อหน่วยงาน อีกป้ายคือป้ายโรงแรม ซึ่งป้ายเลือกใช้ภาษาลาวอยู่ข้างบนสุด ถัดมาคือภาษาอังกฤษ และด้านล่างสุดคือภาษาเวียดนาม โดยทั้งสามภาษามีตัวอักษรขนาดเท่ากัน และเป็นการบอกชื่อสถานที่เหมือนกัน

3.2.3.2 ป้ายภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน หมายถึง ป้ายที่ใช้สามภาษา โดยปรากฏการใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนบนป้ายสาธารณะ พบจำนวน 18 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 2.10 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.2.3.2.1 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 149 ป้ายร้านค้าที่ใช้สามภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 149 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สามภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ร้านดอกไม้สดวิเวียน” จัดอยู่ข้างบนสุดของป้าย และมีขนาดตัวอักษรใหญ่ที่สุด 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “VIVIAN GARDEN & FLOWER SHOP” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว และ 3) ภาษาจีน ข้อความว่า “薇薇安鲜花商店” จัดวางอยู่ข้างล่างภาษาอังกฤษ โดยทั้งสามภาษาถูกเขียนเป็นชื่อร้านค้า แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนทราบว่าที่นี่คือร้านดอกไม้สด



ภาพประกอบ 150 ป้ายร้านค้าที่ใช้สามภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 150 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สามภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว อยู่ข้างบนสุดของป้าย มีตัวอักษรขนาดใหญ่ที่สุดและโดดเด่นที่สุด คำว่า “ร้าน อาเจ ขายอะไหล่รถ” แปลว่า ร้าน อาเจ ขายอะไหล่รถ จากนั้นเป็นการแจ้งสถานที่ตั้งของร้าน คำว่า “ที่ตั้ง: ซ้ำตะขุหาดดาวเรือง” แปลว่า ที่ตั้ง: หน้าตลาดดาวเรือง 2) ภาษาอังกฤษ เป็นการแจ้ง

ช่องทางการติดต่อคำว่า “TEL: 020 9421 1442020 xx41424” แปลว่า โทร: 020 9421 1442 020 xx41424 และ 3) ภาษาจีน อยู่กึ่งกลางป้าย คำว่า “阿杰汽车配件批发” แปลว่า ร้านอาเจ ขายอะไหล่รถแสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้ที่รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ทราบว่าที่นี่คือร้านขายอะไหล่รถ

3.2.3.2.2 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์



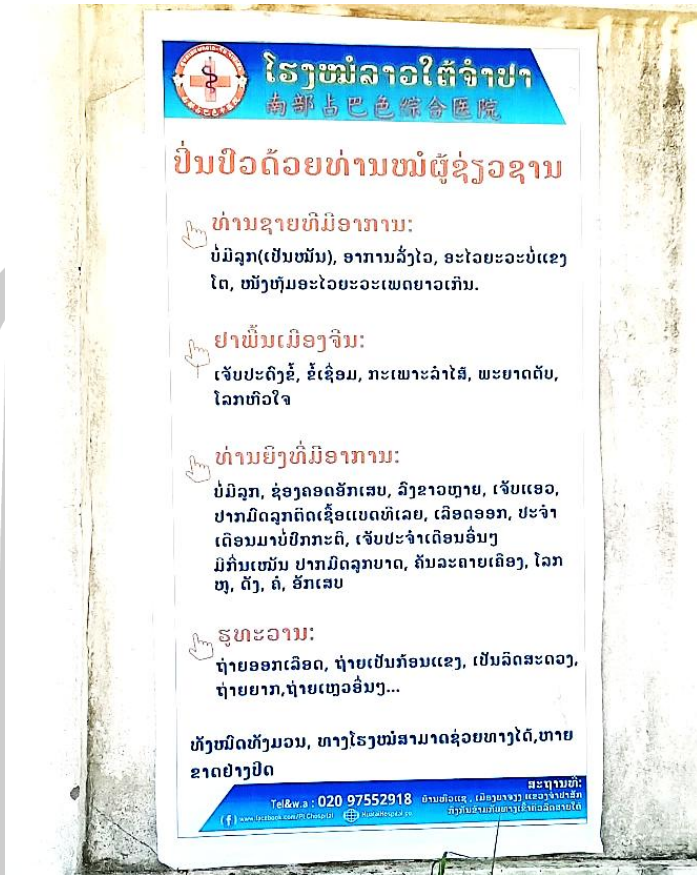
ภาพประกอบ 151 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สามภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 151 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนที่ใช้สามภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ຍິນດີຕ້ອນຮັບ” จัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย ถูกเขียนต้อนรับ ข้อความว่า “ໂມງເປີດໃຫ້ບໍລິການ ວັນຈັນ - ວັນສຸກ” ถูกเขียนแจ้งเวลาเปิดปิดทำการ ข้อความว่า “ໂທ 1555” ถูกเขียนแจ้งช่องทางการติดต่อ ข้อความว่า “ຫ້າມຖ່າຍຮູບ, ຫ້າມໃສ່ໝວກ, ຫ້າມໃສ່ໝວກກັນນ້ອກ, ຫ້າມໃສ່ແວ່ນຕາດຳ, ຫ້າມໃສ່ຜ້າປິດປາກ, ຫ້າມສູບຢາ, ຫ້າມເອົາສັດລ້ຽງເຂົ້າ” ถูกเขียนแจ้งข้อห้ามในการเข้ารับบริการ 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “WELCOME” ถูกเขียนต้อนรับ ข้อความว่า “Opening Hours Mon-Fri” ถูกเขียนแจ้งเวลาเปิดปิดทำการ ข้อความว่า “www. bcel.com.la” “FB : BCEL Bank” ถูกเขียนแจ้งช่องทางการติดต่อ และ 3) ภาษาจีน ข้อความว่า “欢迎光临” ถูกเขียนต้อนรับ ข้อความว่า “营业时间 星期一至星期五” ถูกเขียนแจ้งช่องทางการติดต่อ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้ที่รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนเพื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการให้บริการของธนาคาร BCEL



ภาพประกอบ 152 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สามภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 152 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนที่ใช้สามภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ບໍລິການຂົນສົ່ງ ແລະ ຮັບສົ່ງສິນຄ້າຈາກຈີນ” ถูกเขียนแจ้งการบริการขนส่งและรับส่งสินค้าจากจีน ข้อความว่า “ລາຄາພຽງ 15,000 ກີບ/KG” ถูกเขียนแจ้งราคาการขาย ข้อความว่า “ຮັບຂົນສົ່ງດ່ວນ ພາຍໃນ 3-7 ມື້ !!!” ถูกเขียนแจ้งระยะเวลาการรับส่งสินค้า ข้อความว่า “ຂົນສົ່ງຈີນລາວ” ถูกเขียนระบุประเทศที่ขนส่ง 2) ภาษาอังกฤษ คำว่า “/KG” มาจากคำว่า kilogram ตัวอักษรย่อ KG แปลว่า กิโลกรัม (กม.) ถูกเขียนแจ้งหน่วยน้ำหนัก และ คำว่า “AC” ถูกเขียนเป็นชื่อบริษัท และ 3) ภาษาจีน ข้อความว่า “中国-老挝 快递” ถูกเขียนแจ้งการขนส่งจีน-ลาว แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และ ภาษาจีน เพื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการขนส่งและรับส่งสินค้าจากจีน



ภาพประกอบ 153 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สามภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 153 เป็นป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สามภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ໂຮງໝໍລາວໃຕ້ຈຳປາ” จัดวางอยู่ข้างบนสุด ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่ ข้อความว่า “ປິ່ນປົວດ້ວຍທ່ານໝໍຜູ້ຊ່ຽວຊານ” ถูกเขียนแจ้งว่ารักษาโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ข้อความว่า “ທ່ານຊາຍທີ່ມີອາການ: ບໍ່ມີລູກ(ເປັນໝັນ), ອາການລັງໄວ, ອະໄວຍະວະບໍ່ແຂງໂຕ, ໜັງຫຸ້ມອະໄວຍະວະເພດຍາວເກີນ.” ถูกเขียนถึงอาการของผู้ชายที่รับการรักษา ข้อความว่า “ຢາພິ້ນເມືອງຈິນ: ເຈັບປະດົງຂີ້, ຂີ້ເຊື່ອມ, ກະເພາະລຳໄສ້, ພະຍາດຕັບ, ໂລກຫົວໃຈ” ถูกเขียนเกี่ยวกับยาพื้นเมืองจีน รักษาอาการต่าง ๆ ข้อความว่า “ທ່ານຍິງທີ່ມີອາການ: ບໍ່ມີລູກ, ຊ່ອງຄອດອັກເສບ, ລົງຂາວຫຼາຍ, ເຈັບແອວ, ປາກມົດລູກຕິດເຊື້ອແບດທິເລຍ, ເລືອດອອກ, ປະຈຳເດືອນມາບໍ່ປົກກະຕິ, ເຈັບປະຈຳເດືອນອື່ນໆ ມີກິ່ນເໝັນ ປາກມົດລູກບາດ, ຄັນລະຄາຍເຄືອງ, ໂລກຫູ, ດັງ, ຄໍ, ອັກເສບ” ถูกเขียนถึงอาการของผู้ชายที่รับการรักษา ข้อความว่า “ຮູທະວານ: ຖ່າຍອອກເລືອດ, ຖ່າຍເປັນກ້ອນແຂງ, ເປັນລິດສະດວງ, ຖ່າຍຍາກ, ຖ່າຍເຫຼວອື່ນໆ...” ถูกเขียนเกี่ยวกับอาการต่าง ๆ ข้อความว่า “ທັງໝົດທັງມວນ, ທາງໂຮງໝໍສາມາດຊ່ວຍທາງໄດ້, ຫາຍຂາດຢ່າງປິດ” ถูกเขียนว่าโรงพยาบาลสามารถช่วยรักษาได้หายขาดอย่างถาวร และข้อความว่า “ສະຖານທີ່: ບ້ານຫົວແຊ, ເມືອງບາຈຽງ”

ແຂວງຈຳປາສັກ ກົງກັນຂ້າມກັບທາງເຂົ້າຄົວລົດສາຍໃຕ້” ຖືກເຊີນແຈ້ງສະຖານທີ່ຕັ້ງຂອງໂຮງຢາບາລ
 2) ພາສາອັງກິດ ຂໍ້ຄວາມວ່າ “Tel&w.a : 020 97552918” ຖືກເຊີນເປັນຮ່ອງທາງການຕິດຕໍ່ ແລະ
 3) ພາສາຈີນ ຂໍ້ຄວາມວ່າ “南部占巴色综合医院” ຖືກເຊີນເປັນຮ່ອງສະຖານທີ່ ແສດງໃຫ້ເຫັນວ່າ
 ຜູ້ເຊີນປ້າຍຕ້ອງການສື່ສານກັບຜູ້ທີ່ຮູ້ພາສາລາວ ພາສາອັງກິດ ແລະພາສາຈີນ ເພື່ອໂພະໝາແລະ
 ປະຊາສັມພັນທີ່ກ່ຽວກັບໂຮງຢາບາລລາວໄດ້ຈຳປາກ່ຽວກັບລາຍລະອຽດການດູແລ້ງຮັກສາ

3.2.3.2.3 ປ້າຍສະຖານທີ່ແລະໜ່ວຍງານ



ຮູບຮ່າງຮູບ 154 ປ້າຍສະຖານທີ່ແລະໜ່ວຍງານທີ່ໃຊ້ສາມພາສາ

ຈາກຕົວຢ່າງຮູບຮ່າງຮູບ 154 ເປັນຮູບປ້າຍສະຖານທີ່ແລະໜ່ວຍງານຂອງພາກເອກຂົນທີ່ໃຊ້ສາມ
 ພາສາ ໄດ້ແກ່ 1) ພາສາລາວ ຂໍ້ຄວາມວ່າ “ສູນພາສາຈີນ” ຈັດວາງຢູ່ກິ່ງກາງປ້າຍ ຖືກເຊີນເປັນແນວຕັ້ງ
 ຕົວອັກສອນຂະໜາດໃຫຍ່ ແລະຂໍ້ຄວາມເທົ່າກັນຈັດວາງຢູ່ດ້ານລຸ່ມສຸດຂອງປ້າຍ ເຊີນເປັນແນວນອນ ຕົວອັກສອນ
 ຂະໜາດນ້ອຍ ຖືກເຊີນເປັນຮ່ອງສະຖານທີ່ 2) ພາສາອັງກິດ ຂໍ້ຄວາມວ່າ “PAKSE-QC” ຖືກເຊີນເປັນຮ່ອງສະຖານທີ່
 ເຊັ່ນກັນ ແລະ 3) ພາສາຈີນ ຂໍ້ຄວາມວ່າ “中文培训中心” ຈັດວາງຢູ່ກິ່ງກາງປ້າຍ ຖືກເຊີນເປັນ
 ແນວຕັ້ງ ຕົວອັກສອນຂະໜາດໃຫຍ່ ເຊີນຄູ່ກັບພາສາລາວ ແລະຖືກເຊີນເປັນຮ່ອງສະຖານທີ່ເຊັ່ນກັນ ແສດງໃຫ້ເຫັນວ່າ
 ຜູ້ເຊີນປ້າຍຕ້ອງການສື່ສານກັບຜູ້ທີ່ຮູ້ພາສາລາວ ພາສາອັງກິດ ແລະພາສາຈີນ ເພື່ອແຈ້ງຮາບວ່າທີ່ນີ້ຄື
 ສູນພາສາຈີນ



ภาพประกอบ 155 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สามภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 155 เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สามภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ธนาคารร่วมพัฒนา” จัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย ถัดมาเป็น 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “Joint Development Bank” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว และ 3) ภาษาจีน ข้อความว่า “联合发展银行” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาอังกฤษ โดยทั้งสามภาษา ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน เพื่อแจ้งให้ทราบว่าที่นี่คือธนาคารร่วมพัฒนา

3.2.3.2.4 ป้ายบอกทาง



ภาพประกอบ 156 ป้ายบอกทางที่ใช้สามภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 156 เป็นภาพป้ายบอกทางของภาคเอกชนที่ใช้สามภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ສະພາການຄ້າຈີນປະຈຳປາກເຊ” จัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่ 2) ภาษาจีน ข้อความว่า “老挝占巴色中国商会” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว มีขนาดตัวอักษรใหญ่ที่สุดและโดดเด่นที่สุด ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่ 3) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า

“TEL: 020 55151333” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาวและภาษาจีน ถูกเขียนเป็นการแจ้งช่องทาง การติดต่อ โดยป้ายดังกล่าวต้องการแจ้งให้ผู้รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนทราบทางไปสภาคการคำเงินประจำปากเซ

จากการศึกษาการปรากฏของภาษาพบป้ายที่ใช้สามภาษา ปรากฏการใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน พบบน 1) ป้ายร้านค้ามากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นป้ายร้านอาหาร ซึ่งมีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก คือ การเลือกใช้ภาษาจีนเป็นตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ที่สุดและโดดเด่นที่สุด ทั้งนี้ เพราะป้ายทั้งหมดเป็นป้ายร้านอาหารจีน ถัดมาคือภาษาลาวมีตัวอักษรขนาดกลาง มักเป็นการแปลภาษาหรือทับศัพท์จากภาษาจีน ส่วนภาษาอังกฤษมีขนาดตัวอักษรขนาดเล็กที่สุด มักเป็นการแปลภาษาหรือทับศัพท์จากภาษาจีนและภาษาลาว และบางส่วนเป็นการแจ้งข้อมูลโดยเขียนข้อความสั้น ๆ เช่น หน่วยเวลา และแจ้งช่องทางการติดต่อ ส่วนป้ายร้านค้าประเภทอื่น ๆ เช่น ร้านเครื่องใช้ไฟฟ้า ร้านอะไหล่ ร้านจำหน่ายอุปกรณ์โทรศัพท์ มักจะให้ความสำคัญกับภาษาลาวและภาษาจีน เนื่องจากป้ายส่วนใหญ่มีการใช้ภาษาลาวและภาษาจีนคู่กัน ส่วนภาษาอังกฤษจะเป็นการแจ้งช่องทางการติดต่อร้านค้า ซึ่งอยู่ด้านล่างสุดของป้ายและมีขนาดเล็กที่สุด ทั้งนี้ ป้ายบางส่วนมีการให้ความสำคัญภาษาอังกฤษมากกว่าภาษาจีน เช่น ป้ายร้านขายดอกไม้ ป้ายร้านเช่ารถจักรยานยนต์ 2) ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นป้ายของภาคเอกชนทั้งหมด พบบนป้ายประชาสัมพันธ์การเช่าขายบ้าน ที่ดิน การบริการขนส่ง และการรักษาพยาบาล โดยป้ายดังกล่าวให้ความสำคัญกับภาษาลาวมากที่สุด เนื่องจากป้ายส่วนใหญ่ใช้ภาษาลาวอยู่ข้างบนสุด ถัดมาคือภาษาจีน และภาษาอังกฤษ ตามลำดับ ทั้งนี้ พบป้ายประชาสัมพันธ์บอกข้อมูลของธนาคารจำนวนหนึ่งป้ายที่ให้ความสำคัญกับภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ตามลำดับ อย่างไรก็ตามทั้งสองรูปแบบก็ให้ความสำคัญกับภาษาลาวมากที่สุด โดยทั้งภาษาจีนและภาษาอังกฤษมักจัดวางอยู่ล่างภาษาลาว 3) ป้ายสถานที่และหน่วยงาน พบป้ายของภาครัฐและภาคเอกชน โดยป้ายภาครัฐและเอกชนมีการให้ความสำคัญของแต่ละภาษาแตกต่างกันคือป้ายภาครัฐเลือกใช้ภาษาลาวอยู่ข้างบนสุดของป้าย ถัดมาเป็นภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ตามลำดับ ทั้งนี้ ตัวอักษรภาษาลาวมีขนาดใหญ่ที่สุด ถัดมาคือภาษาอังกฤษมีขนาดใหญ่รองลงมา และภาษาจีนมีขนาดเล็กที่สุด ส่วนป้ายของภาคเอกชนเลือกใช้ภาษาลาวและภาษาจีนคู่กัน มีขนาดตัวอักษรใหญ่ที่สุดและโดดเด่นที่สุดทั้งสองภาษา ส่วนภาษาอังกฤษอยู่ด้านล่างสุดของป้ายและใช้ตัวอักษรขนาดเล็กที่สุด และ 4) ป้ายบอกทางพบเพียงหนึ่งป้าย เป็นป้ายบอกทางไปยังสภาคการคำเงินประจำปากเซ ให้ความสำคัญกับภาษาลาวมากที่สุด เนื่องจากวางอยู่บนสุดของป้าย รองลงมาคือภาษาจีน และภาษาอังกฤษ ตามลำดับ

3.2.3.3 ป้ายภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาเกาหลี หมายถึง ป้ายที่ใช้สามภาษา โดยปรากฏการใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาเกาหลีบนป้ายสาธารณะ พบจำนวน 3 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.35 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.2.3.3.1 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 157 ป้ายร้านค้าที่ใช้สามภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 157 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สามภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ร้านอาหาร แดจางึม 2” ถูกเขียนเป็นชื่อร้านอาหาร 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “PAKSE KOREA” จัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย ถูกเขียนเป็นชื่อเมืองและประเภทอาหาร และ 3) ภาษาเกาหลี ข้อความว่า “대장금” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาอังกฤษและภาษาลาว ถูกเขียนเป็นชื่อร้าน และภาษาเกาหลีโบราณ คำว่า “大長今” ถูกเขียนเป็นชื่อร้านเช่นกัน แสดงให้เห็นว่า ผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาเกาหลี ทราบว่าที่นี่คือร้านอาหารเกาหลี



ภาพประกอบ 158 ป้ายร้านค้าที่ใช้สามภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 158 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สามภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ປາກເຊ ແດຈາງກີມ” “ຮ້ານອາຫານ ແດຈາງກີມ” จัดวางอยู่ข้างบนของป้าย ถูกเขียนเป็นชื่อร้านอาหาร 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “PAKSE KOREA” “KOREAN RESTAURANT” ถูกเขียนเป็นชื่อร้านอาหารและประเภทอาหาร ข้อความว่า “Tel: 020 9114 3166 020 5694 0426” จัดวางอยู่ด้านล่างของป้าย ถูกเขียนเป็นช่องทางการติดต่อ และ 3) ภาษาเกาหลี คำว่า “팍세 대장금” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาอังกฤษและภาษาลาว ถูกเขียนเป็นชื่อร้าน และภาษาเกาหลีโบราณ คำว่า “大長今” ถูกเขียนเป็นชื่อร้านเช่นกัน แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาเกาหลี ทราบว่าที่นี่คือร้านอาหารเกาหลี



ภาพประกอบ 159 ป้ายร้านค้าที่ใช้สามภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 159 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สามภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ຮ້ານອາຫານ ລາວ - ເກົາຫຼີ” จัดวางอยู่ข้างบนของป้าย 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “LAO KOREAN RESTAURANT” จัดวางอยู่ข้างภาษาลาว และ 3) ภาษาเกาหลี ข้อความว่า “한국 식당” จัดวางอยู่ข้างภาษาอังกฤษ โดยทั้งสามภาษาถูกเขียนเป็นชื่อร้านอาหาร แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาเกาหลี ทราบว่าที่นี่คือร้านอาหารลาว-เกาหลี

จากการศึกษาการปรากฏของภาษาพบป้ายที่ใช้สามภาษา ปรากฏการใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาเกาหลี พบบนป้ายร้านค้าของภาคเอกชนทั้งหมด โดยทุกป้ายเลือกใช้ภาษาลาววางไว้บนสุดของป้าย ถัดมาคือภาษาเกาหลีอยู่กึ่งกลางป้ายและมักจะโดดเด่นที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายให้ความสำคัญกับภาษาเกาหลีมากที่สุด ส่วนภาษาอังกฤษมีตัวอักษรขนาดเล็กที่สุด มักจะทับศัพท์จากภาษาลาวหรือเกาหลี และแจ้งช่องทางการติดต่อ

3.2.3.4 ป้ายภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาฝรั่งเศส หมายถึง ป้ายที่ใช้สามภาษาโดยปรากฏการใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาฝรั่งเศสบนป้ายสาธารณะพบจำนวน 3 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.35 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.2.3.4.1 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน



ภาพประกอบ 160 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สามภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 160 เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานของภาคเอกชนที่ใช้สามภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “โรงแรม ปากเซ” จัดวางอยู่ข้างบนของป้าย ถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่ 2) ภาษาฝรั่งเศส คำว่า “PAKSE” ถูกเขียนเป็นชื่อเมืองปากเซ ในรูปแบบการสะกดตามภาษาฝรั่งเศส ถูกจัดวางอยู่ตรงกลางของป้ายด้วยตัวอักษรขนาดใหญ่ที่สุดและโดดเด่นที่สุด และ 3) ภาษาอังกฤษ คำว่า “HOTEL” ถูกเขียนระบุประเภทสถานที่ “Le Panorama” “ROOFTOP RESTAURANT” ถูกเขียนเป็นชื่อร้านอาหารในโรงแรม ข้อความว่า “TEL: 031 212 131-031 252 993” “www. hotelpakse.com” ถูกเขียนช่องทางการติดต่อ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาฝรั่งเศส และภาษาอังกฤษ ทราบว่าที่นี่คือโรงแรม



ภาพประกอบ 161 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่ใช้สามภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 161 เป็นภาพป้ายสถานที่และหน่วยงานของภาคเอกชนที่ใช้สามภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ໂຮງແຮມ ເລີ ຈາແດງ” จัดวางอยู่ข้างบนป้าย 2) ภาษาฝรั่งเศส ข้อความว่า “Le Jardin” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว 3) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “HOTEL DE PAKSE” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาฝรั่งเศส โดยทั้งสามภาษาถูกเขียนเป็นชื่อสถานที่ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาฝรั่งเศส ทราบว่าที่นี่ยังคือโรงแรม

3.2.3.4.2 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 162 ป้ายร้านค้าที่ใช้สามภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 162 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สามภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “เล็ปาเต” จัดวางอยู่ข้างบนภาษาอังกฤษและฝรั่งเศส ถูกเขียนเป็นชื่อร้าน ข้อความว่า “ເຂົ້າຈີ່ ປາຕ 10.000 ກີບ” “ເຂົ້າຈີ່ ສີ່ໝ້າຍ 10.000 ກີບ” “ເຂົ້າຈີ່ ປາຕ 15.000 ກີບ” “ເຂົ້າຈີ່ ຊີໝ້າ+ໄຂ່ດາວ 15.000 ກີບ” “ເຂົ້າຈີ່ ບໍ່ຊີ 15.000 ກີບ” “ເຂົ້າຈີ່ ໄຂ່ດາວ 10.000 ກີບ” “ເຕົ້າຮູ້ ຊົງເຄືອງ 5.000 ກີບ” “ເຕົ້າຮ່ວຍ 5.000 ກີບ” “ເຕົ້າຮ່ວຍ ຊົງເຄືອງ 5.000 ກີບ” “ເຕົ້າຮູ້ເຍັບ 5.000 ກີບ” “ເຕົ້າຮູ້ເຍັບ 5.000 ກີບ” จัดวางอยู่ด้านล่างภาพอาหาร ถูกเขียนเป็นชื่อเมนูอาหารและราคาของอาหาร 2) ภาษาอังกฤษ คำว่า “LPT” เป็นอักษรย่อจากชื่อร้านภาษาฝรั่งเศส และ 3) ภาษาฝรั่งเศส คำว่า “Le pâté” จัดวางอยู่ข้างบนภาษาลาวและภาษาอังกฤษถูกเขียนเป็นชื่อร้าน แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาฝรั่งเศส ทราบว่าที่นี่ยี่คือร้านอาหารฝรั่งเศส

3.2.3.5 ป้ายภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาไทย หมายถึง ป้ายที่ใช้สามภาษา โดยปรากฏการใช้ลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาไทยบนป้ายสาธารณะ พบจำนวน 2 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.23 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.2.3.5.1 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์



ภาพประกอบ 163 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สามภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 163 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนที่ใช้สามภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ດອກບົວຄູ່ ຮັງມົກໄທ” ถูกเขียนเป็นชื่อแบรนด์สินค้า และชื่อผลิตภัณฑ์ที่ขาย ข้อความว่า “ຍອດນິຍົມ ອັນດັບ 1 ໃນປະເທດຈີນ” จัดวางถัดจากชื่อแบรนด์สินค้า ถูกเขียนเพื่อการันตีคุณภาพและความนิยมของสินค้า ถัดมาเป็นข้อความ “ເນື້ອແໜ້ນ ແຊບ ກົມກ່ອມ” ถูกเขียนเป็น คำอธิบายคุณลักษณะของสินค้า เพื่อดึงดูดผู้บริโภค 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “Twinlotusthailand” “@Dokbuaku” “www.twinlotus.com” ถูกเขียนเป็นช่องทางการติดต่อผ่านโซเชียลมีเดียและเว็บไซต์ และ 3) ภาษาไทย ข้อความว่า “ดอกบัวคู่” จัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย ถูกเขียนเป็นชื่อแบรนด์สินค้า สื่อถึงต้นกำเนิดของสินค้าจากประเทศไทย แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาไทย



ภาพประกอบ 164 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สามภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 164 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนที่ใช้สามภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ເສັ້ນໄທຍ໌ ໜຽວນຸ້ມ” จัดวางอยู่กึ่งกลางป้าย มีขนาดตัวอักษรใหญ่ที่สุดและโดดเด่นที่สุด ถูกเขียนเพื่อเน้นคุณสมบัติเด่นของสินค้า ข้อความว่า “ລົດຊາດໃນແບບຂອງເຈົ້າ” ถูกเขียนดึงดูดกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างความรู้สึกเฉพาะตัว 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “AJ AINOMOTO” จัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย ถูกเขียนเป็นชื่อบริษัทเจ้าของแบรนด์ และ 3) ภาษาไทย คำว่า “ยำยำ” “สูตรเด็ด” ถูกเขียนเป็นชื่อสินค้าและเน้นจุดเด่นด้านรสชาติของสินค้า แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาไทย อีกทั้งสินค้าดังกล่าวเป็นสินค้าที่นำเข้าจากประเทศไทยจึงปรากฏการใช้ภาษาไทย

จากการศึกษาการปรากฏของภาษาบนป้ายที่ใช้สามภาษา ปรากฏการใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาไทย พบบนป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าอุปโภคบริโภคแบรนด์ไทย

จึงปรากฏการใช้ภาษาไทย โดยภาษาไทยที่ปรากฏบนป้ายเป็นชื่อแบรนด์ของสินค้า ส่วนข้อมูลและรายละเอียดสินค้าใช้ภาษาลาว แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายให้ความสำคัญภาษาลาวมากที่สุด เนื่องจากมีเนื้อหาที่ใช้ภาษาลาวมากที่สุดและโดดเด่นที่สุด

3.2.3.6 ป้ายภาษาลาว ภาษาเวียดนาม และภาษาจีน หมายถึง ป้ายที่ใช้สามภาษา โดยปรากฏการใช้ภาษาลาว ภาษาเวียดนามและภาษาจีนบนป้ายสาธารณะ พบจำนวน 1 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.12 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.2.3.6.1 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์



ภาพประกอบ 165 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สามภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 165 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนที่ใช้สามภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “เรือนให้เช่า” จัดวางอยู่ข้างบนสุด “โทร: 020 9993 3394 020 5573 0819” จัดวางอยู่ด้านล่างสุด ถูกเขียนเป็นช่องทางการติดต่อสำหรับผู้สนใจ 2) ภาษาเวียดนาม ข้อความว่า “nhà cho thuê” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว และ 3) ภาษาจีน ข้อความว่า “房屋出租” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาเวียดนาม โดยทั้งสามภาษาถูกเขียนสื่อความหมายเดียวกัน คือ “บ้านให้เช่า” แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาเวียดนาม และภาษาจีน เพื่อประชาสัมพันธ์การให้เชาบ้าน

จากการศึกษาการปรากฏของภาษาพบป้ายที่ใช้สามภาษา ปรากฏการใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาเวียดนาม พบบนป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์การเช่าบ้าน ซึ่งป้ายดังกล่าวเขียนแต่ละภาษาขนาดเท่ากัน อย่างไรก็ตาม ภาษาลาวจัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย ถัดมาคือภาษา

เวียดนาม และภาษาจีน ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าป้ายให้ความสำคัญภาษาลาวมากที่สุด รองลงมาคือภาษาเวียดนาม และภาษาจีน

3.2.4 ป้ายที่ใช้สี่ภาษา

ป้ายที่ใช้สี่ภาษา หมายถึง ป้ายสาธารณะที่ปรากฏการใช้ภาษาสี่ภาษาอยู่ร่วมกัน พบจำนวน 4 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.47 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.2.4.1 ป้ายภาษาลาว ภาษาอังกฤษ ภาษาเวียดนาม และภาษาจีน หมายถึง ป้ายที่ใช้สี่ภาษาโดยปรากฏการใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ ภาษาเวียดนาม และภาษาจีนบนป้ายสาธารณะ พบจำนวน 3 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.34 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.2.4.1.1 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์



ภาพประกอบ 166 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สี่ภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 166 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนที่ใช้สี่ภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ຮ້ານໃຫ້ເຊົ່າ” จัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย มีขนาดตัวอักษรใหญ่ที่สุดและโดดเด่นที่สุด 2) ภาษาเวียดนาม ข้อความว่า “Có quán cho thuê” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว 3) ภาษาจีน คำว่า “店出租” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาเวียดนาม และ 4) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “Tel: 020 5693 9999” จัดวางอยู่ข้างภาษาลาว เวียดนาม และจีน ถูกเขียนเป็นช่องทางการติดต่อ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ ภาษาเวียดนาม และภาษาจีน ทราบว่านี่คือร้านให้เช่า



ภาพประกอบ 167 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สี่ภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 167 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนที่ใช้สี่ภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “เรือนให้เช่า” จัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย มีขนาดตัวอักษรใหญ่ที่สุดและโดดเด่นที่สุด 2) ภาษาเวียดนาม ข้อความว่า “NHÀ CHO THUÊ” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว 3) ภาษาจีน คำว่า “房屋出租” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาเวียดนาม และ 4) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “Tel: 95934545 22759555” จัดวางอยู่ข้างภาษาลาว เวียดนาม และจีน ถูกเขียนเป็นช่องทางการติดต่อ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ ภาษาเวียดนาม และภาษาจีน ทราบว่าที่นี่คือร้านให้เช่า

3.2.4.1.2 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 168 ป้ายร้านค้าที่ใช้สี่ภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 168 เป็นภาพป้ายร้านค้าของภาคเอกชนที่ใช้สี่ภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ร้านขายทองคำเมือง เมืองทอง” จัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย ถูกเขียนเป็นชื่อร้านค้า ถัดมาข้อความว่า “ຂຶ້ຂາຍວັດຖຸມີຄ່າ ເງິນ ຄຳກີໂລ 99,99%” ถูกเขียนแจ้งรายละเอียด

สินค้าและบริการ และข้อความว่า “ຂໍຂອບໃຈທຸກທ່ານທີ່ມາອຸດໜູນ” จัดวางอยู่ด้านล่างสุดของป้าย มีขนาดตัวอักษรเล็กที่สุด ถูกเขียนขอบคนผู้ที่มาอุดหนุน 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “Tel: 031 251 447 020 56518111” ถูกจัดวางไว้ด้านล่างของป้าย ถูกเขียนเป็นช่องทางการติดต่อ 3) ภาษาเวียดนาม ข้อความว่า “TIỆM ANH CUƠNG KHON MUA BÁN VÀNG BẠC 99,99” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาลาว ถูกเขียนเป็นชื่อร้านพร้อมรายละเอียดบริการ และ 4) ภาษาจีน ข้อความว่า “买卖金 银首飾 99,99” จัดวางอยู่ด้านล่างภาษาภาษาเวียดนาม ถูกเขียนเป็นคำอธิบาย การบริการ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ ภาษาเวียดนาม และภาษาจีน ทราบว่าที่นี่คือร้านขายทองคำ

จากการศึกษาการปรากฏของภาษาพบป้ายที่ใช้สีภาษา ปรากฏการใช้ภาษาลาว ภาษา ภาษาอังกฤษ ภาษาเวียดนาม และภาษาจีนมากที่สุด พบบน 1) ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มากที่สุด เป็นป้ายให้เช่าที่ดินทั้งหมด ซึ่งทั้งสองป้ายมีการจัดวางแต่ละภาษาเหมือนกันทุกป้าย คือ ให้ความสำคัญภาษาลาวมากที่สุด เนื่องจากวางภาษาลาวไว้ข้างบนสุดและมีขนาดใหญ่ที่สุด ถัดมาเป็นภาษาเวียดนาม ภาษาจีน และภาษาอังกฤษ ตามลำดับ โดยเนื้อหาของภาษาลาว เวียดนาม และจีน มีความหมายเหมือนกัน คือการประชาสัมพันธ์ให้เช่าร้านและเช่าที่ ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลัก ของการสื่อสาร ส่วนภาษาอังกฤษอยู่ด้านล่างสุดของป้ายและเป็นการแจ้งข้อมูลการติดต่อผู้ขาย 2) ป้ายร้านค้า พบบนป้ายร้านขายทอง โดยมีลำดับการจัดวางเหมือนป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สองป้ายข้างต้น กล่าวคือ ให้ความสำคัญภาษาลาวมากที่สุด เนื่องจากวางภาษาลาวไว้ข้างบนสุดและมีขนาดใหญ่ที่สุด ถัดมาเป็นภาษาเวียดนาม ภาษาจีน และภาษาอังกฤษ ตามลำดับ โดยเนื้อหาของภาษาลาว เวียดนามและจีน มีความหมายเหมือนกันคือการบอกชื่อร้านและการให้ข้อมูลสินค้า ซึ่งเป็น วัตถุประสงค์หลักของการสื่อสาร ส่วนภาษาอังกฤษอยู่ด้านล่างสุดของป้ายและเป็นการแจ้งข้อมูลการ ติดต่อร้านค้า

3.2.4.2 ป้ายภาษาลาว ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาไทย หมายถึง ป้ายที่ใช้สี ภาษาโดยปรากฏการใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาไทยบนป้ายสาธารณะ พบจำนวน 1 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.12 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

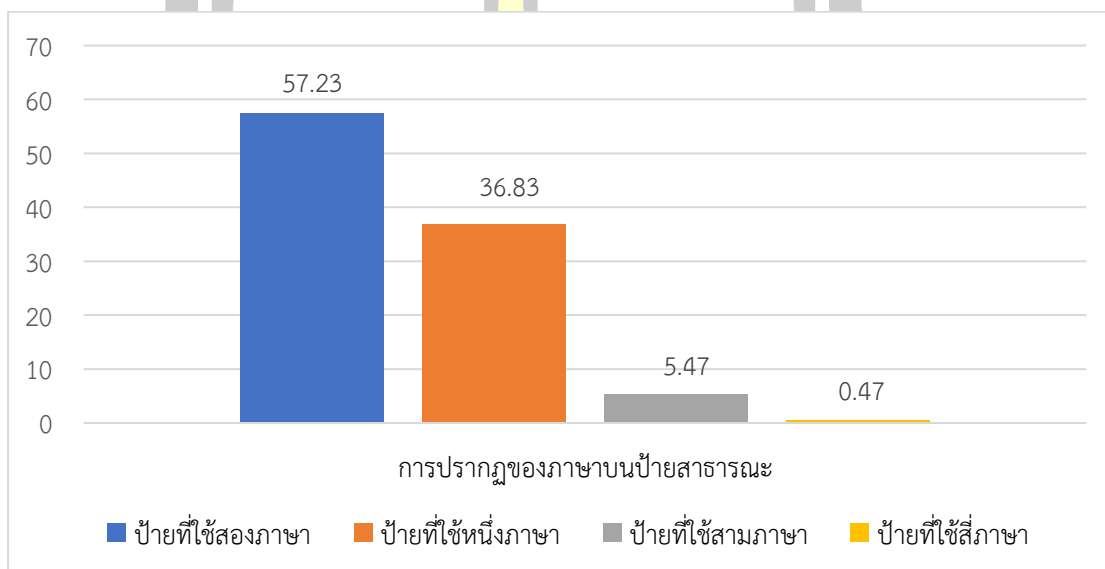
3.2.4.1.1 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์



ภาพประกอบ 169 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้สี่ภาษา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 169 เป็นภาพป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนที่ใช้สี่ภาษา ได้แก่ 1) ภาษาลาว ข้อความว่า “ບໍລິສັດ ຊູນດາ ການຄ້າຊົມລິ້ງ ຂາອອກ-ຂາເຂົ້າ ຈຳກັດ” ถูกเขียนเป็นชื่อบริษัทแบบภาษาท้องถิ่น 2) ภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “SHUNDA TRANSPORT TRADING EXPORT-IMPORT CO.,LTD” เป็นการเขียนชื่อบริษัทแบบภาษาสากล ข้อความว่า “TEL:020 55151333 020 99206222” ถูกเขียนเป็นการให้ช่องทางการติดต่อ 3) ภาษาจีน ข้อความว่า “顺达物流进出口有限公司” “报关 清关 海运 陆运” “代办服务” “公司营业执照/土地证(过户手续)/法院公证” “一年、五年驾驶证/汽车年检” “护照工作证/暂住证/多次往返” “咨询其它业务” “泰国猴牌有机肥老挝总代理” ถูกเขียนเป็นรายละเอียดบริการของบริษัท ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การขนส่งสินค้า พิธีการศุลกากร บริการเอกสารทางกฎหมาย ใบอนุญาตต่าง ๆ และการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ และ 4) ภาษาไทย ข้อความว่า “ตราเทพวานร” ถูกเขียนเป็นชื่อแบรนด์สินค้า (ปุ๋ยอินทรีย์) ที่รู้จักกันในไทย สะท้อนถึงการนำเข้าผลิตภัณฑ์จากไทยเข้ามาจำหน่ายในสปป.ลาว แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาไทยเป็นหลัก

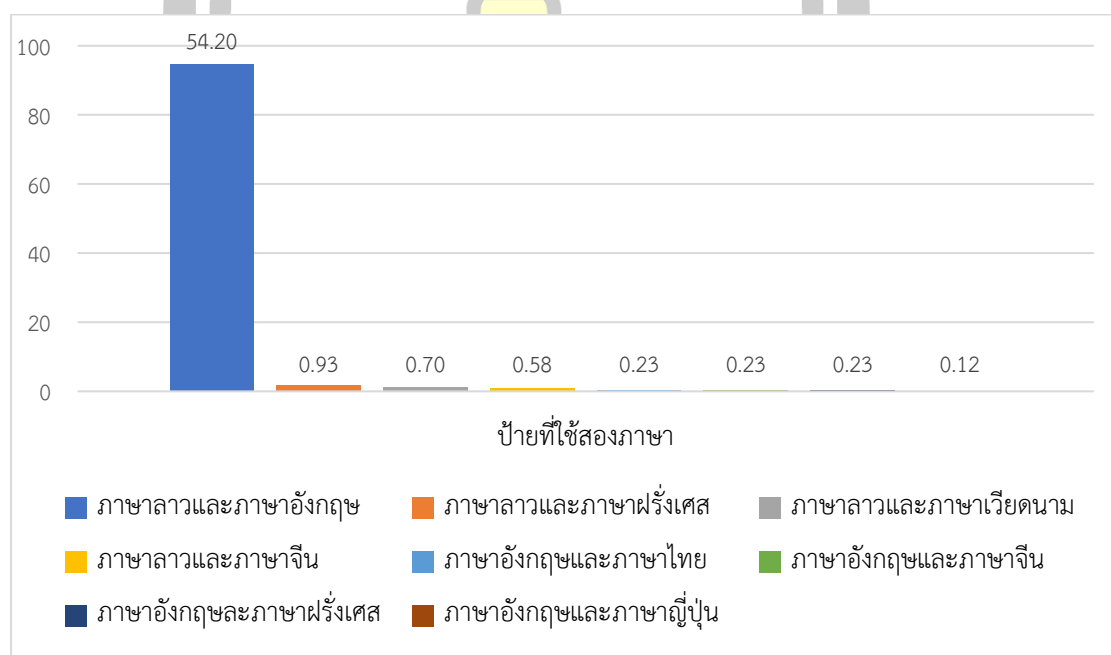
จากการศึกษาการปรากฏของภาษาบนที่ใช้สี่ภาษา ปรากฏการใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาไทย พบเพียงบนป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของการค้าขนส่งสินค้าขาออก-ขาเข้า โดยป้ายให้ความสำคัญกับภาษาจีนมากที่สุด เนื่องจากใช้ภาษาจีนในการสื่อสารมากที่สุดและมีความโดดเด่นที่สุด รองลงมาคือภาษาลาว จัดวางไว้ข้างบนสุดของป้าย แต่มีขนาดตัวอักษรเล็กและเนื้อหาในการสื่อสารน้อยกว่าภาษาจีน ถัดมาคือภาษาอังกฤษ เป็นการแปลชื่อบริษัทจากภาษาลาว และการแจ้งช่องทางการติดต่อ ลำดับสุดท้ายคือภาษาไทย มีขนาดตัวอักษรใหญ่ แต่ปรากฏอยู่ด้านล่างสุดของป้ายและเป็นชื่อยี่ห้อของสินค้าเท่านั้น



ภาพประกอบ 170 แผนภูมิแสดงการปรากฏของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

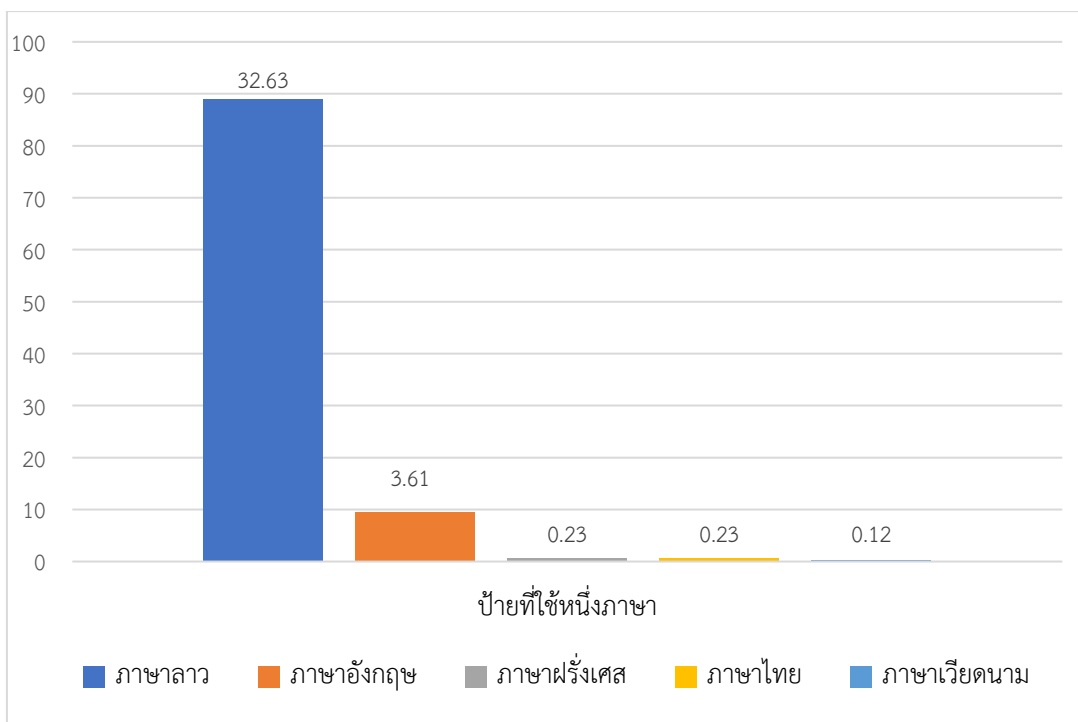
จากการศึกษาการปรากฏของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบการปรากฏของภาษาบนป้ายสาธารณะ 4 รูปแบบ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังรายละเอียดต่อไปนี้ 1) ป้ายที่ใช้สองภาษา จำนวน 491 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 57.23 ซึ่งพบการใช้ภาษาลาวและภาษาอังกฤษมากที่สุด 465 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 54.20 ภาษาลาวและภาษาฝรั่งเศส 8 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.93 ภาษาลาวและภาษาเวียดนาม 6 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.70 ภาษาลาวและภาษาจีน 5 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.58 ภาษาอังกฤษและภาษาไทย 2 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.23 ภาษาอังกฤษและภาษาจีน 2 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.23 ภาษาอังกฤษและภาษาฝรั่งเศส 2 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.23 ภาษาอังกฤษและภาษาญี่ปุ่น 1 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.12 รองลงมาคือ 2) ป้ายที่ใช้หนึ่งภาษา จำนวน 316 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 36.83 ซึ่งพบการใช้ภาษาลาวมากที่สุด 280 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 32.63 ภาษาอังกฤษ 31 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 3.61 ภาษาฝรั่งเศส

2 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.23 ภาษาไทย 2 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.23 ภาษาเวียดนาม 1 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.12 3) ป้ายที่ใช้สามภาษา จำนวน 47 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 5.47 ซึ่งพบการใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาเวียดนามมากที่สุด 19 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 2.21 ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน 19 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 2.21 ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาเกาหลี 3 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.35 ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาฝรั่งเศส 3 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.35 ภาษาลาว ภาษาเวียดนาม และภาษาจีน 1 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.23 ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาไทย 1 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.12 4) ป้ายที่ใช้สี่ภาษา จำนวน 4 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.47 ซึ่งพบการใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ ภาษาเวียดนาม และภาษาจีนมากที่สุด 3 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.35 ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาไทย 1 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.12 ตามลำดับ ซึ่งผู้ศึกษาจะนำเสนอความถี่ของแต่ละรูปแบบภาษา ดังแผนภูมิภาพประกอบ 171-174

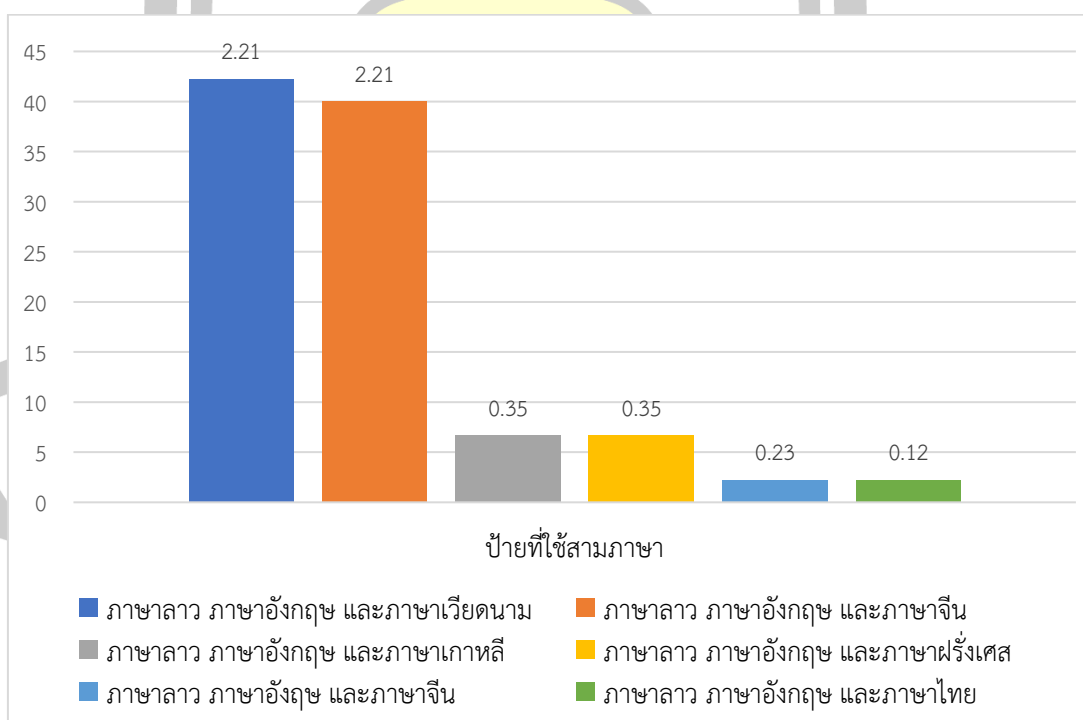


ภาพประกอบ 171 แผนภูมิแสดงการใช้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายที่ใช้สองภาษาบนป้ายสาธารณะ
ในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

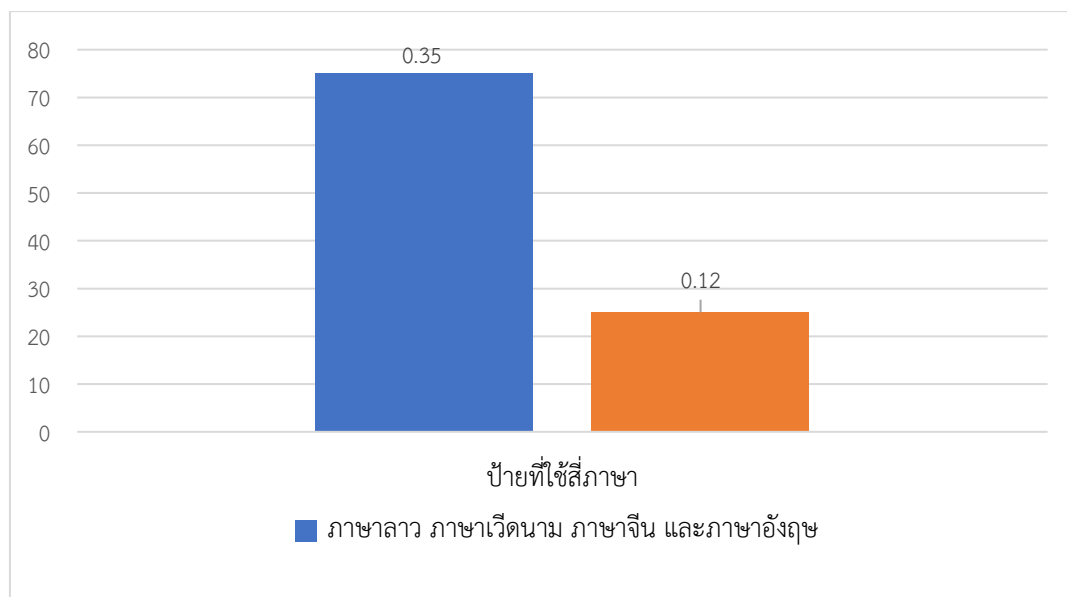
พูน ปณ ทิโต ชเว



ภาพประกอบ 172 แผนภูมิแสดงการใช้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายที่ใช้หนึ่งภาษาบนป้ายสาธารณะ
ในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว



ภาพประกอบ 173 แผนภูมิแสดงการใช้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายที่ใช้สามภาษาบนป้ายสาธารณะ
ในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว



ภาพประกอบ 174 แผนภูมิแสดงการใช้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายที่ใช้สีภาษาบนป้ายสาธารณะ
ในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

3.3 รูปแบบการเขียนบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

การศึกษารูปแบบการเขียนบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ พบรูปแบบการเขียน 3 รูปแบบ ได้แก่ การเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน (Mixed) การเขียนข้อความที่แต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน (Polyphonic) และการเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย (Homophonic) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 9 รูปแบบการเขียนบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ที่	รูปแบบการเขียน	จำนวน	ร้อยละ
1	3.3.1 การเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน (Mixed)	258	47.34
2	3.3.2 การเขียนข้อความที่แต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน (Polyphonic)	191	35.05
3	3.3.3 การเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย (Homophonic)	96	17.61
รวม		545	100.00

ตาราง 10 รูปแบบการเขียนบนป้ายสาธารณะแต่ละประเภทในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ที่	รูปแบบการเขียน	จำนวน	ร้อยละ
1	3.3.1 การเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน (Mixed)	258	47.34
	3.3.1.1 ป้ายร้านค้า	96	11.19
	3.3.1.2 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน	79	9.21
	3.3.1.3 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์	69	8.04
	3.3.1.4 ป้ายบอกทาง	14	1.63
2	3.3.2 การเขียนข้อความที่แต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน (Polyphonic)	191	35.05
	3.3.2.1 ป้ายร้านค้า	101	11.77
	3.3.2.2 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์	76	8.86
	3.3.2.3 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน	14	1.63
3	3.3.3 การเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย (Homophonic)	96	17.61
	3.3.3.1 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน	46	5.36
	3.3.3.2 ป้ายร้านค้า	19	2.21
	3.3.3.3 ป้ายบอกทาง	16	1.86
	3.3.3.4 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์	15	1.75
รวม		545	100

3.3.1 การเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน (Mixed)

ป้ายที่ใช้รูปแบบการเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วนบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบจำนวน 258 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 47.34 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.3.1.1 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 175 ป้ายร้านค้าที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน

- ภาษาลาว: (1) ร้านซ่อมมือถือ
ร้านซ่อมโทรศัพท์
- (2) จำหน่าย-ซ่อมมือถือและไอโฟนทุกชนิด
จำหน่ายและซ่อมโทรศัพท์มือถือและไอโฟนมือถือทุกชนิด
- (3) บิดล้อรถ - ล้างโปรแกรม - ล้างภาษาไทย - ซอจูก ตัดชำจัมบอง
ปลดล็อค-ลงโปรแกรม-ลงภาษาไทย-เวียดนาม-ติดหน้าจอกันรอย
- (4) ไช้ดเวง-ติดตั้งอินเทิเน็ต-ขายซิมพร้อมบัตรเติมเงิน
โหลดเพลง-ติดตั้งอินเทอร์เน็ต-ขายซิมพร้อมบัตรเติมเงิน
- (5) ฟีเสด: ส้อมมือถือลั้ถ้ารั้ได้เลียย
พิเศษ: ซ่อมโทรศัพท์ รอรับได้เลย
- (6) ที สมาร์ทโฟน
ถือสมาร์ทโฟน
- ภาษาเวียดนาม: (7) THU
ทือ
- (8) Sửa điện thoại - Dán máy - Tải nhạc
ซ่อมโทรศัพท์ - ติดฟิล์ม - ดาวน์โหลดเพลง
- (9) Sửa điện thoại - Dán máy - Tải nhạc
ซ่อมโทรศัพท์ - ติดฟิล์ม - ดาวน์โหลดเพลง
- (10) Nạp tiếng Việt - Cài mạng
ตั้งค่าภาษาเวียดนาม - ติดตั้ง

ภาษาอังกฤษ: (11) Smartphone

สมาร์ทโฟน

(12) INTERNET

อินเทอร์เน็ต

จากตัวอย่างภาพประกอบ 187 พบภาษาลาว (6) จัดวางคู่กับภาษาเวียดนามและภาษาอังกฤษ (7 และ 11) โดยทั้งสองข้อความมีความหมายเหมือนกัน ภาษาลาวจัดวางอยู่ข้างบนสุด และมีขนาดตัวอักษรใหญ่กว่าภาษาเวียดนามและภาษาอังกฤษ ข้อความ (1-5) เป็นภาษาลาวจัดวางอยู่ข้างซ้ายของป้าย และข้อความ (8-10) เป็นภาษาเวียดนามจัดวางอยู่ข้างขวาสุดของป้าย ไม่พบการทับศัพท์ข้อความ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาเวียดนามและภาษาอังกฤษเป็นหลัก โดยให้ความสำคัญภาษาลาวมากที่สุด เพราะรูปแบบการจัดวางภาษาลาวอยู่ข้างบนสุดและเขียนสาระสำคัญมากที่สุด



ภาพประกอบ 176 ป้ายร้านค้าที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน

ภาษาลาว: (13) อาຫານຕາມສິ່ງ ໂມໂຈ

อาหารตามสั่ง โมโจ

ภาษาอังกฤษ: (14) MOJO

โมโจ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 176 พบภาษาลาว (13) จัดวางคู่กับภาษาอังกฤษ (14) โดยทั้งสองภาษาเขียนทับศัพท์ข้อความบางข้อความ ซึ่งภาษาลาวจัดวางอยู่ข้างบนสุด แต่ภาษาอังกฤษมีขนาดตัวอักษรใหญ่ที่สุด ทำให้ภาษาอังกฤษโดดเด่นที่สุด อย่างไรก็ตาม สาระสำคัญที่ผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารถูกเขียนด้วยภาษาลาว จึงแสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร



ภาพประกอบ 177 ป้ายร้านค้าที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน

- ภาษาจีน: (15) ZHEN
เงิน
- (16) 鄧东通讯
การสื่อสาร
- ภาษาลาว: (17) ຮ້ານ ອາເຈິນ
ร้านอาเจิน
- (18) ຈຳໜ່າຍ ອຸປະກອນໄທລະສັບ ທຸກລຸ້ນ ຂາຍສົ່ງ
และ ขายย่อย
จำหน่ายอุปกรณ์โทรศัพท์ทุกรุ่น ขายส่ง และขายย่อย
/ขายปลีก

จากตัวอย่างภาพประกอบ 177 พบภาษาจีน โดยการใช้ตัวอักษรสองรูปแบบ คือ การใช้พินอิน (15) จัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย มีขนาดตัวอักษรใหญ่ที่สุดและโดดเด่นที่สุด เนื่องจากเป็นชื่อร้าน จากนั้นเป็นภาษาลาว (17) จัดวางคู่กับภาษาจีน (16) โดยทั้งสองภาษามีความหมายเหมือนกัน จากนั้นเป็นการแจ้งข้อมูลสินค้าที่ขายโดยใช้ภาษาลาว (18) จากตัวอย่างป้ายแสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว ภาษาจีน และภาษาอังกฤษเป็นหลัก โดยให้ความสำคัญภาษาลาวและภาษาจีนมากที่สุด เพราะรูปแบบการจัดวางภาษาและสาระสำคัญในการนำเสนอ

3.3.1.2 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน



ภาพประกอบ 178 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน

- ภาษาลาว: (19) ອົງການພຸດສາສະໜາສຳພັນລາວ ແຂວງ ຈຳປາສັກ
 ອົງການພຸດສາສະໜາສຳພັນລາວ ແຂວງຈຳປາສັກ
 (20) ວັດຫຼວງປາກເຊ
 วัดหลวงปากเซ
- ภาษาอังกฤษ: (21) Wat Luang Pakse
 วัดหลวงปากเซ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 178 พบภาษาลาว (20) จัดวางคู่กับภาษาอังกฤษ (21) โดยทั้งสองภาษามีความหมายเหมือนกัน แต่ภาษาลาวมีขนาดตัวอักษรใหญ่กว่าภาษาอังกฤษ และจัดวางอยู่ข้างบนภาษาอังกฤษ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร ส่วนข้อความ (19) เป็นภาษาลาวจัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย ซึ่งไม่พบการทับศัพท์ข้อความ



ภาพประกอบ 179 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน

ภาษาลาว: (22) ບ້ານ ໂພນໄຊ
 ບ້ານໂພນໄຊ
 (23) ຮັບຮອງເປັນບ້ານພັດທະນາສົກປີ 2011
 ຮັບຮອງເປັນບ້ານພັດທະນາເມື່ອປີ 2554
 ภาษาอังกฤษ: (24) BAN PHONXAY
 บ้านโพนไซ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 179 พบภาษาลาว (22) จัดวางคู่กับภาษาอังกฤษ (24) โดยทั้งสองภาษามีความหมายเหมือนกัน แต่ภาษาลาวจัดวางอยู่ข้างบนภาษาอังกฤษ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร ส่วนข้อความ (23) เป็นภาษาลาววางอยู่ด้านล่างสุดของป้าย ซึ่งไม่พบการทับศัพท์ข้อความ



ภาพประกอบ 180 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน

ภาษาลาว: (25) ອາລິສາ
 อาลิสา
 ภาษาอังกฤษ: (26) Alisa Guesthouse
 อาลิสา
 (27) Guesthouse
 บ้านพัก

จากตัวอย่างภาพประกอบ 180 พบภาษาลาว (25) จัดวางคู่กับภาษาอังกฤษ (26) โดยทั้งสองภาษามีความหมายเหมือนกัน ภาษาลาวอยู่ข้างบนสุด แต่ภาษาอังกฤษมีขนาดตัวอักษรใหญ่กว่าภาษาลาว ทำให้ภาษาอังกฤษมีความโดดเด่นที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายใช้ภาษาอังกฤษเป็น

ภาษาหลักในการสื่อสาร ส่วนข้อความ (27) เป็นภาษาอังกฤษมีขนาดตัวอักษรเล็กที่สุด ซึ่งไม่พบการทับศัพท์ข้อความ

3.3.1.3 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์



ภาพประกอบ 181 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์
ข้อความบางส่วน

ภาษาลาว: (28) ห้ามจอด
ห้ามจอดรถ

(29) ต้นขาลิบ
ขวางหน้าลิฟท์

ภาษาอังกฤษ: (30) NO PARKING
ห้ามจอดรถ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 181 พบภาษาลาว (28) จัดวางคู่กับภาษาอังกฤษ (30) โดยทั้งสองภาษา มีความหมายเหมือนกัน มีขนาดตัวอักษรเท่ากัน แต่ภาษาลาวจัดวางอยู่ข้างบนภาษาอังกฤษ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร ส่วนข้อความ (29) ไม่พบการแปลข้อความ



ภาพประกอบ 182 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์

ข้อความบางส่วน

- ภาษาลาว: (31) ดินให้เช่า & ขาย
ที่ดินให้เช่าและขาย
- ภาษาจีน: (32) 土地出租
ปล่อยเช่าที่ดิน
- ภาษาอังกฤษ: (33) Land for rent
ที่ดินให้เช่า

จากตัวอย่างภาพประกอบ 182 พบภาษาลาว (31) ภาษาจีน (32) และภาษาอังกฤษ (33) จัดวางด้วยกัน โดยทั้งสามภาษามีความหมายเหมือนกันบางข้อความ กล่าวคือ ภาษาจีนและภาษาอังกฤษมีความหมายเหมือนกัน คือ ต้องการประชาสัมพันธ์เช่าที่ดิน ส่วนภาษาลาวมีความหมายแตกต่างจากทั้งสองภาษาบางส่วน คือ นอกจากต้องการประชาสัมพันธ์การปล่อยเช่าที่ดินแล้วยังปล่อยขายที่ดินอีกด้วย โดยทั้งสามภาษาจัดวางภาษาลาวอยู่ข้างบนสุด ถัดมาคือภาษาจีน และภาษาอังกฤษ ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายให้ความสำคัญกับภาษาลาวมากที่สุด รองลงมาคือภาษาจีน และภาษาอังกฤษ เพื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้ผู้รู้ภาษาลาวทราบถึงการเช่าและขายที่ดิน ส่วนผู้รู้ภาษาอังกฤษและภาษาจีนหรือชาวต่างชาติทราบว่ามีที่ดินให้เช่าที่ดิน เนื่องจากคนลาวสามารถเช่าและซื้อที่ดินในสปป.ลาวได้ ส่วนคนต่างชาติสามารถเช่าที่ดินได้ แต่ไม่สามารถซื้อที่ดินได้ ป้ายดังกล่าวจึงสื่อสารภาษาลาวแตกต่างไปจากภาษาจีนและภาษาอังกฤษ



ภาพประกอบ 183 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์
ข้อความบางส่วน

ภาษาลาว:

(34) ປະຊາສຳພັນ

ປະຊາສຳພັນ

(35) ຕິດຕໍ່ເຊົ່າພື້ນທີ່

- ຮັບຈັດງານກິດຈະກຳ

- ພື້ນທີ່ຂາຍເຄື່ອງໃນທ້າງ

- ຫ້ອງແຖວສາມຊັ້ນ

- ຕະຫຼາດນັດໄມ້ມາເກັດ

(ຂາຍພ້ອມໃບຕາດິນ)

- ຕະຫຼາດສະບາຍດີ

- ໂທ: 030-5787-578

ຕິດຕໍ່ເຊົ່າພື້ນທີ່

- ພື້ນທີ່ຈັດງານກິດຈະກຳ

- ພື້ນທີ່ຂາຍເຄື່ອງໃນທ້າງ

- ຫ້ອງແຖວສາມຊັ້ນ

- ຕະຫຼາດນັດໄມ້ມາເກັດ

(ຂາຍພ້ອມໂຊນດີທີ່ດິນ)

- ຕະຫຼາດສະບາຍດີ

- ໂທ: 030-5787-578

ภาษาอังกฤษ: (36) INFORMATION

ປະຊາສຳພັນ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 183 พบภาษาลาว (34) จัดวางคู่กับภาษาอังกฤษ (35) โดยทั้งสองภาษามีความหมายเหมือนกัน แต่ภาษาลาวมีขนาดตัวอักษรใหญ่กว่าภาษาอังกฤษ และจัดวางอยู่ข้างบนภาษาอังกฤษ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร ส่วนข้อความ (36) เป็นการให้ข้อมูลการติดต่อการเช่าพื้นที่

3.3.1.4 ป้ายบอกทาง



ภาพประกอบ 184 ป้ายบอกทางที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน

ภาษาลาว: (37) ม. ปากซ่อง

เมืองปากซ่อง

(38) ม. โຂ

แม่น้ำโขง

(39) ด่านสารภิมัจฉิเตา

ด่านสากลวังเตา

ภาษาอังกฤษ: (40) PAKSONG 50 KM

เมืองปากซ่อง 50 กม.

(41) KHONG ISLAND 140 KM

เกาะแม่น้ำโขง 140 กม.

(42) VANGTAO BORDER 43 KM

ด่านวังเตา 43 กม.

จากตัวอย่างภาพประกอบ 184 พบภาษาลาว (37) จัดวางคู่กับภาษาอังกฤษ (40) โดยทั้งสองภาษามีความหมายเหมือนกันบางส่วน แต่ภาษาอังกฤษมีการระบุระยะทางเพิ่มเติมจากภาษาลาว

ทั้งนี้ ทั้งสองภาษามีขนาดตัวอักษรเท่ากัน แต่ภาษาลาวจัดวางอยู่ข้างบนของภาษาอังกฤษ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร



ภาพประกอบ 185 ป้ายบอกทางที่เขียนรูปแบบการถอดข้อความด้วยการแปลหรือการทับศัพท์
ข้อความบางข้อความ

- ภาษาลาว: (43) ປະເພດລົດທີ່ຫ້າມຜ່ານຂົວເຊໂດນ (4 ເລນ)
 ປະເທຣດທີ່ຫ້າມຜ່ານສະພານເຊໂດນ (4 ເລນ)
 (44) ຫ້າມລົດໂດຍສານທີ່ຂະໜາດບ່ອນນັ່ງ ເກີນກວ່າ 25 ບ່ອນ
 ຫ້າມລົດໂດຍສານທີ່ມີຂະໜາດນັ່ງເກີນກວ່າ 25 ທີ່ນັ່ງຜ່ານ
 (45) ຫ້າມການສັນຈອນຂອງລົດ ບັນທຸກນ້ຳໜັກລວມເກີນ 3.5 T
 ຫ້າມລົດບັນທຸກນ້ຳໜັກລວມເກີນ 3.5 ຕັນ
- ภาษาอังกฤษ: (46) Truck & Bus Not Entry Sedon Bridge (4 LANES)
 รถบรรทุกและรถบัส ห้ามเข้าสะพานเซดอน (4 เลน)

จากตัวอย่างภาพประกอบ 185 พบภาษาลาว (43) จัดวางคู่กับภาษาอังกฤษ (46) โดยทั้งสองภาษามีความหมายเหมือนกัน แต่ภาษาลาวมีขนาดตัวอักษรใหญ่กว่าภาษาอังกฤษ และจัดวางอยู่ข้างบนภาษาอังกฤษ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร นอกจากนี้ ข้อความ (44) และ (45) ยังใช้ภาษาลาวเขียนแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับปฏิบัติข้อมูลประเภทรถที่ห้ามผ่านสะพานเซโดนเพื่อให้ผู้อ่านป้ายทราบ แสดงให้เห็นว่าป้ายดังกล่าวใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร

จากการศึกษาการเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน พบจำนวน 258 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 47.34 พบบน 1) ป้ายร้านค้ามากที่สุด เช่น ร้านทอง ร้านขายยา ร้านขาย

อุปกรณ์ไฟฟ้า ร้านขายรถ ร้านขายส่งเครื่องอะไหล่ ร้านขายอุปกรณ์โทรศัพท์ ร้านเสริมสวย ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านนวด ร้านถ่ายรูป เป็นต้น โดยข้อความที่เขียนทับศัพท์ข้อความเดียวกันมักเป็นชื่อร้านค้า ส่วนข้อความที่ไม่เขียนทับศัพท์มักเป็นช่องทางการติดต่อ ชื่อแบรนด์หรือยี่ห้อสินค้า รายละเอียดข้อมูลสินค้า ข้อมูลการซื้อขายและบริการ และที่ตั้งร้านค้า ดังนั้น การเขียนป้ายร้านค้า โดยการเขียนทับศัพท์ข้อความบางข้อความ สะท้อนให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายร้านค้าแต่ละประเภทส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับชื่อร้านค้า เนื่องจากการทับศัพท์ข้อความเพื่อที่จะสามารถสื่อสารกับคนจำนวนมากว่า ส่วนช่องทางการติดต่อ ชื่อแบรนด์หรือยี่ห้อสินค้า ส่วนใหญ่เป็นคำทับศัพท์ที่หลายคนสามารถเข้าใจความหมายอยู่แล้ว และอาจเป็นแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักจึงไม่นิยมทับศัพท์ด้านรายละเอียดข้อมูลสินค้า สาเหตุที่ไม่มีการทับศัพท์ข้อมูลการซื้อขายและบริการและที่ตั้งร้านค้า อาจเป็นเพราะผู้เขียนต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาที่เลือกใช้สื่อสาร ข้อมูลบนป้าย โดยเฉพาะเฉพาะกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มลูกค้าที่รู้ภาษานั้น ๆ ก็เป็นไปได้ 2) ป้ายสถานที่และหน่วยงาน โดยส่วนใหญ่เป็นป้ายของภาคเอกชน เช่น อาคาร ตึก บ้านพัก โรงแรม บริษัท เป็นต้น โดยข้อความที่เขียนทับศัพท์ข้อความเดียวกันมักเป็นชื่อสถานที่และหน่วยงาน ส่วนข้อความที่ไม่เขียนทับศัพท์มักเป็นช่องทางการติดต่อ รายละเอียดการให้บริการของสถานที่ ดังนั้น การเขียนป้ายสถานที่และหน่วยงาน โดยการเขียนทับศัพท์ข้อความบางข้อความ สะท้อนให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายสถานที่และหน่วยงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับชื่อสถานที่และหน่วยงาน เนื่องจากการทับศัพท์ข้อความเพื่อที่จะสามารถสื่อสารกับคนจำนวนมากว่า ส่วนช่องทางการติดต่อ รายละเอียดการให้บริการของสถานที่ ส่วนใหญ่เป็นการทับศัพท์ที่หลายคนสามารถเข้าใจความหมายได้ 3) ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ โดยส่วนใหญ่เป็นป้ายของภาคเอกชน เช่น ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว การซื้อขายสินค้า การเช่าขายอาคารและที่ดิน เป็นต้น โดยข้อความที่เขียนทับศัพท์ข้อความเดียวกันมักเป็นชื่อบริษัท ชื่อร้านค้าที่โฆษณาและประชาสัมพันธ์ ส่วนข้อความที่ไม่เขียนทับศัพท์มักเป็นรายละเอียดของการประชาสัมพันธ์นั้น ๆ เช่น ช่องทางการติดต่อ รายละเอียดของการซื้อขายและให้บริการ สถานที่ตั้งการให้บริการ วันและเวลาการให้บริการ ดังนั้น การเขียนป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ โดยการเขียนทับศัพท์ข้อความบางข้อความ สะท้อนให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับชื่อบริษัท ชื่อร้านค้าที่โฆษณาและประชาสัมพันธ์ อาจเป็นเพราะชื่อบริษัทและชื่อร้านค้าสามารถสร้างความน่าเชื่อถือและโน้มน้าวให้ผู้อ่านป้ายสินค้าและบริการดังกล่าวมีความสนใจบริโภคสินค้า จึงมีการทับศัพท์ข้อความดังกล่าวเพื่อสื่อสารกับคนจำนวนมากว่า ส่วนช่องทางการติดต่อ เช่นเดียวกับสองลำดับแรกคือส่วนใหญ่เป็นคำทับศัพท์ที่หลายคนสามารถเข้าใจได้ ด้านรายละเอียดของการซื้อขายและให้บริการ สถานที่ตั้งการให้บริการ วันและเวลาการให้บริการ บางส่วนไม่มีการทับศัพท์ข้อมูลดังกล่าวอาจเป็นเพราะผู้เขียนต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาที่เลือกใช้เขียนข้อมูลบนป้าย โดยเฉพาะจงเฉพาะกลุ่มเป้าหมายผู้รู้ภาษานั้น ๆ เช่นเดียวกันกับป้ายร้านค้า และ 4) ป้ายบอกทาง โดยส่วนใหญ่เป็นป้ายของภาครัฐ มักปรากฏข้อความที่เขียนทับศัพท์ข้อความเดียวกันเป็นชื่อถนน ชื่อสถานที่ ๆ ด้านป้ายของภาคเอกชนเป็นป้ายทางเข้า

ป้ายทางออก ส่วนข้อความที่ไม่เขียนทับศัพท์คือการใช้ข้อมูลการใช้ถนน เช่น ประเภทที่สามารถผ่านเลนส์ต่าง ๆ ข้อมูลน้ำหนักรถที่สามารถผ่านถนนได้ การแจ้งข้อมูลระยะทาง และหน่วยบอกระยะทาง ดังนั้น การเขียนป้ายบอกทางโดยการเขียนทับศัพท์ข้อความบางข้อความ สะท้อนให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายบอกทาง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับชื่อถนน ชื่อสถานที่ ๆ และป้ายจราจร โดยส่วนใหญ่ทับศัพท์ข้อความภาษาลาวเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อสื่อสารกับผู้ใช้รถใช้ถนน โดยเฉพาะคนลาวและคนต่างชาติ เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลจึงสามารถสื่อสารกับคนได้หลากหลายเชื้อชาติที่สัญจรในนครปากเซ

3.3.2 การเขียนข้อความที่แต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน (Polyphonic)

ป้ายที่ใช้รูปแบบการเขียนข้อความที่แต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกันบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบจำนวน 191 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 35.05 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.3.3.1 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 186 ป้ายร้านค้าที่เขียนข้อความแต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน

ภาษาลาว: (47) ต๋วงจะเลียบ

ตั้งเจริญ

ภาษาอังกฤษ: (48) TCR

ทีซีอาร์

(49) HOME STORE

โฮมส์โตร์

จากตัวอย่างภาพประกอบ 186 พบสองภาษาคือภาษาลาว (47) และภาษาอังกฤษ (48-49) ซึ่งทั้งสองภาษามีความหมายแตกต่างกัน โดยภาษาลาวเป็นการแจ้งชื่อร้านค้า ส่วนภาษาอังกฤษเป็นการแจ้งชื่อร้านค้าเช่นกัน แต่จัดวางอยู่ที่กึ่งกลางของป้าย มีตัวอักษรขนาดใหญ่ที่สุดและโดดเด่นที่สุด เป็นการใช้ตัวอักษรย่อของชื่อร้าน ทำให้ชื่อร้านทั้งสองภาษามีความหมายแตกต่างกัน



ภาพประกอบ 187 ป้ายร้านค้าที่เขียนข้อความแต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน

ภาษาลาว: (50) ร้านตัดผม ชาย-หญิง

ร้านตัดผม ชาย-หญิง

(51) บ่งลิภาพ ตัดผม ตัดผม ยืดผม ย้อมผม ร้านตัดผม

บริการ ตัดผม ตัดผม ยืดผม ย้อมผม ร้านตัดผม

ภาษาเวียดนาม: (52) HÔNG

ห่ง

จากตัวอย่างภาพประกอบ 200 พบสองภาษาคือภาษาลาว (50-51) และภาษาเวียดนาม (52) โดยภาษาลาวเป็นการแจ้งรายละเอียดของร้านตัดผม ภาษาเวียดนามเป็นชื่อร้านค้ามีขนาดตัวอักษรขนาดใหญ่ที่สุดและโดดเด่นที่สุด และจัดวางอยู่ตรงกลางป้าย ซึ่งทั้งสองภาษามีความหมายแตกต่างกัน



ภาพประกอบ 188 ป้ายร้านค้าที่เขียนข้อความแต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน

- ภาษาลาว: (53) ร้านตัดเย็บเก็บหนังแท้
ร้านตัดเย็บรองเท้าหนังแท้
- (54) รับปะกันคุณภาพ
รับประกันคุณภาพ
- ภาษาอังกฤษ: (55) TK
ทีเค

จากตัวอย่างภาพประกอบ 187 พบสองภาษาคือภาษาลาว (53-54) และภาษาอังกฤษ (55) โดยภาษาลาวเป็นการแจ้งรายละเอียดของร้านมีตัวอักษรขนาดใหญ่ จัดวางอยู่ข้างบนสุดของป้าย และด้านล่างสุดของป้ายเป็นข้อความ มีตัวอักษรขนาดเล็กการันตีการบริการของร้านเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ส่วนภาษาอังกฤษเป็นการแจ้งชื่อร้านค้า จัดวางอยู่ข้างซ้ายของป้ายมีตัวอักษรขนาดใหญ่ที่สุดและโดดเด่นที่สุด ซึ่งทั้งสองภาษามีความหมายแตกต่างกัน

3.3.3.2 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์



ภาพประกอบ 189 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เขียนข้อความแต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน

ภาษาลาว: (56) ຂໍອະໄພໃນຄວາມໄມ້ສະດວກ

ขอภัยในความไม่สะดวก

(57) ປິດບໍລິການລົບ

ปิดให้บริการลิฟท์

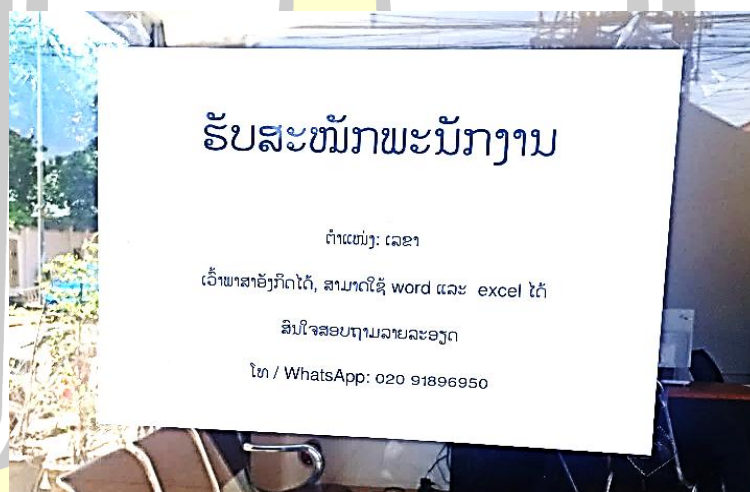
(58) ເພື່ອລົດຄວາມສູງຈາກ

เพื่อลดความเสี่ยงจาก

ภาษาอังกฤษ: (59) Covid-19

โควิด-19

จากตัวอย่างภาพประกอบ 189 พบสองภาษาคือภาษาลาว (56-58) และภาษาอังกฤษ (59) ซึ่งทั้งสองภาษามีความหมายแตกต่างกัน โดยภาษาไทยเป็นการแจ้งข้อมูลปิดให้บริการลิฟท์ เพื่อลดความเสี่ยง และภาษาอังกฤษ “Covid-19” มีความหมายว่า โควิด-19 ซึ่งเป็นโรคระบาดใหม่ตั้งแต่ปี 2563 จึงใช้การทับศัพท์จากภาษาอังกฤษ



ภาพประกอบ 190 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เขียนข้อความแต่ละภาษา มีความหมายแตกต่างกัน

ภาษาลาว: (60) ຮັບສະໝັກພະນັກງານ

รับสมัครพนักงาน

(61) ຕຳແໜ່ງ: ເລຂາ

ตำแหน่ง: เลขานุการ

(62) ເວົ້າພາສາອັງກິດໄດ້, ສາມາດໃຊ້ ... ແລະ ... ໄດ້

พูดอังกฤษได้ สามารถใช้ ... และ ... ได้

(63) สนิใจสออบทามลายละฮูก

สนใจสออบทามรายละเอียด

ภาษาอังกฤษ: (64) word

เวิร์ด

(65) excel

เอ็กซ์เซล

จากตัวอย่างภาพประกอบ 190 พบภาษาสองภาษาคือภาษาลาว (60-63) และภาษาอังกฤษ (64-65) ซึ่งทั้งสองภาษามีความหมายแตกต่างกัน โดยภาษาไทยเป็นการแจ้งข้อมูลการรับสมัครพนักงาน และภาษาอังกฤษ “word” มีความหมายว่า โปรแกรมไมโครซอฟต์เวิร์ดเป็นโปรแกรมที่ช่วยในการสร้างเอกสารแบบมีอาชีพ และ “excel” มีความหมายว่า โปรแกรมไมโครซอฟท์ เอ็กซ์เซล เป็นโปรแกรมที่สามารถช่วยในการวิเคราะห์ คำนวณ และการจัดการข้อมูล ซึ่งทั้งสองโปรแกรมดังกล่าวเป็นโปรแกรมยอดนิยมที่คนส่วนใหญ่ใช้และรู้จักกันอย่างแพร่หลายโดยเป็นการทับศัพท์จากภาษาอังกฤษ



ภาพประกอบ 191 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เขียนข้อความแต่ละภาษา มีความหมายแตกต่างกัน

ภาษาอังกฤษ: (66) Foodpanda

ฟู้ดแพนด้า

ภาษาลาว: (67) ສັງອອນໄລນ໌

สั่งออนไลน์

จากตัวอย่างภาพประกอบ 191 พบภาษาสองภาษาคือภาษาอังกฤษ (66) ภาษาลาว และ (67) ซึ่งทั้งสองภาษามีความหมายแตกต่างกัน โดยภาษาลาวเป็นการแจ้งข้อมูลการสั่งออนไลน์ และ ภาษาอังกฤษ “Foodpanda” มีความหมายว่า ฟู้ดแพนด้า ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันสำหรับสั่งอาหารแบบออนไลน์ จึงใช้การทับศัพท์จากภาษาอังกฤษ

3.3.3.3 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน



ภาพประกอบ 192 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่เขียนข้อความแต่ละภาษาที่มีความหมายแตกต่างกัน

ภาษาลาว: (68) ແຂວງຈຳປາສັກ
ແຂວງຈຳປາສັກ
(69) ສາມປະຊາຊົນ ເຂດ
ศาลประชาชน เขต
ภาษาอังกฤษ: (70) I
1 (หนึ่ง)

จากตัวอย่างภาพประกอบ 192 พบสองภาษาคือภาษาลาว (68-69) และภาษาอังกฤษ (70) ซึ่งเขียนเป็นตัวเลขโรมัน โดยทั้งสองภาษาที่มีความหมายแตกต่างกัน โดยภาษาลาวเป็นการแจ้งข้อมูลชื่อสถานที่ และภาษาอังกฤษเป็นการแจ้งเขตโดยใช้ตัวเลขโรมัน

ພົມພັນ ປຸນ ທິໂຕ ສີເວ



ภาพประกอบ 193 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่เขียนข้อความแต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน

- ภาษาอังกฤษ: (71) HPC
เฮทพีซี
- ภาษาลาว: (72) ບໍລິສັດ
ບຣິຊັດ
(73) ປະກັນໄພ ຈຳກັດ
ປະກັນກັຍ ຈຳກັດ
(74) ສຳນັກງານໃຫຍ່ຕັ້ງຢູ່: ບ້ານ ເງິນທອງ ຮ່ອມ 4
ເມືອງ ສີໂຄດຕະບອງ ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ
ສຳນັກງານໃຫຍ່ຕັ້ງຢູ່ທີ່: ບ້ານເງິນທອງ ຮ່ອມ 4
ເມືອງ ສີໂຄດຕະບອງ ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ
(75) ຕົວແທນປະກັນ
ຕົວແທນປະກັນ
(76) ປະກັນໄພ ຈຳກັດ ນາງ ໄພວັນ ທິບພະໄກສອນ
ປະກັນກັຍ ຈຳກັດ ນາງໄພວັນ ທິບພະໄກສອນ
(77) ນະຄອນ ປາກເຊ
ນະຄອນປາກເຊ
(78) ແຂວງຈຳປາສັກ
ແຂວງຈຳປາສັກ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 193 พบสองภาษาคือภาษาอังกฤษ (71) และภาษาลาว (72-78) ซึ่งทั้งสองภาษามีความหมายแตกต่างกัน โดยภาษาลาวเป็นการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับประกันภัย และภาษาอังกฤษเป็นการแจ้งชื่อบริษัท



ภาพประกอบ 194 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่เขียนข้อความแต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน

ภาษาอังกฤษ: (79) LPG

แอลพีจี

ภาษาลาว: (80) ບໍລິສັດສີອໍາພອນ ຂາອອກ-ຂາເຂົ້າ ຈຳກັດ

บริษัท ศรีอำพร ขาออก-ขาเข้า จำกัด

(81) ຈຳໜ່າຍ ນຳເຂົ້າ

จำหน่าย นำเข้า

(82) ນໍ້າມັນເຊື້ອໄຟແລະແກ້ສຫຸງຕົ້ມ ແກ້ສ ເຕັມລິຕຣ໌

น้ำมันเชื้อเพลิงและแก๊สหุงต้ม แก๊ส เต็มลิตร

จากตัวอย่างภาพประกอบ 194 พบสองภาษาคือภาษาอังกฤษ (79) และภาษาลาว (80-82) ซึ่งทั้งสองภาษามีความหมายแตกต่างกัน โดยภาษาลาวเป็นการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการจำหน่ายและนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงและแก๊สหุงต้ม ส่วนภาษาอังกฤษเป็นการแจ้งประเภทของแก๊ส

จากการศึกษารูปแบบการเขียนข้อความที่แต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน พบบน 1) ป้ายร้านค้ามากที่สุด ส่วนใหญ่ปรากฏบนป้ายของภาคเอกชน เช่น ร้านทอง ร้านขายยา ร้านขายอะไหล่รถ ร้านขายรถ ร้านอาหาร ร้านเสริมสวย ร้านโทรศัพท์ เป็นต้น โดยป้ายร้านค้าดังกล่าวเขียนหลายภาษา โดยแต่ละภาษาสื่อความหมายแตกต่างกัน สะท้อนให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายร้านค้าต้องการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายคนละกลุ่มกันโดยแบ่งตามการเลือกใช้ภาษา เช่น ภาษาลาว ส่วนใหญ่มักจะเป็นชื่อร้านค้า เมนูอาหาร รายละเอียดการซื้อและบริการ ช่องทางการติดต่อ สื่อสารกับผู้รู้ภาษาลาว รองลงมาคือภาษาอังกฤษ มักจะเป็นชื่อร้าน ตัวอักษรย่อของชื่อร้านค้า หน่วยเงิน ยี่ห้อสินค้า ช่องทางการติดต่อ การแจ้งเบอร์โทร แอปพลิเคชันต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่เป็นคำเกี่ยวกับเทคโนโลยีและการสื่อสาร มักเป็นคำที่เป็นหลายคนสามารถเข้าใจความหมายได้ไม่ว่าจะคนลาวในพื้นที่หรือคน

ต่างชาติ 2) ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ปรากฏบนป้ายของภาคเอกชน เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์การขาย ป้ายของภาครัฐ มักจะเป็นการประชาสัมพันธ์จากรัฐบาลเพื่อรณรงค์ให้กระทำสิ่งต่าง ๆ เช่น ป้ายแสดงความยินดี ป้ายรณรงค์ เช่น ภาษาลาว มักเกี่ยวกับข้อความที่เป็นหัวข้อหลักของการประชาสัมพันธ์ รายละเอียดการขายสินค้าและบริการ รายละเอียด การรับสมัครงาน รายละเอียดข้อห้ามหรือการเตือน ชื่อร้านค้า ช่องทางการติดต่อสถานที่ตั้งด้านภาษาอังกฤษ บางป้ายพบชื่อร้านค้า แต่ส่วนใหญ่มักจะพบช่องทางการติดต่อ เช่น ช่องทางการโทร แอปพลิเคชันสำหรับติดต่อ เว็บไซต์ สโลแกนสินค้า ชื่อบริษัทและหน่วยงาน ชื่อสินค้าและยี่ห้อสินค้า ชื่อหน่วยงาน ชื่อยี่ห้อหรือรุ่นสินค้า คำทับศัพท์ทางการแพทย์ ตัวอักษรย่อของหน่วยเงิน อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยี บางป้ายปรากฏการใช้ตัวเลขตัวอักษรโรมันปรากฏเฉพาะป้ายของภาครัฐซึ่งผู้ศึกษานับเป็นภาษาอังกฤษ และ 3) ป้ายสถานที่และหน่วยงาน ส่วนใหญ่ปรากฏ บนป้ายของภาคเอกชน เช่น ป้ายสถานที่ บริษัท ส่วนป้ายของภาครัฐ ส่วนใหญ่หน่วยงานราชการ ภาษาที่ปรากฏ เช่น ภาษาลาว มักเกี่ยวกับชื่อสถานที่และหน่วยงาน รายละเอียดการให้บริการ หน่วยงานและบริษัท ช่องทางการติดต่อ สถานที่ตั้ง ด้านภาษาอังกฤษมักจะเป็นช่องทางการติดต่อ ชื่อเฉพาะ และบางป้ายปรากฏการใช้ตัวอักษรโรมันโดยพบเฉพาะป้ายของภาครัฐ

3.3.3 การเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย (Homophonic)

ป้ายที่ใช้รูปแบบการเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบจำนวน 96 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 17.61 ดังตัวอย่างต่อไปนี้

3.3.4.1 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน



ภาพประกอบ 195 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย

ภาษาลาว: (83) ຖະໜົນ ເຈົ້າອະນຸວົງ

ถนนเจ้าอนุวงศ์

ภาษาอังกฤษ: (84) CHAO ANOUVONG ROAD

ถนนเจ้าอนุวงศ์

จากตัวอย่างภาพประกอบ 195 พบสองภาษาคือภาษาลาว (83) และภาษาอังกฤษ (84) ซึ่งทั้งสองภาษาเขียนแปลโดยตรง และมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเหมือนกัน โดยภาษาลาวและภาษาอังกฤษมีขนาดเท่ากัน แต่ภาษาลาวจัดวางอยู่ข้างบนภาษาอังกฤษ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร



ภาพประกอบ 196 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์
ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย

ภาษาลาว: (85) ຕະຫລາດໃໝ່ ເມືອງປາກເຊ

ตลาดใหม่เมืองปากเซ

ภาษาอังกฤษ: (86) PAKSE NEW MARKET

ตลาดใหม่เมืองปากเซ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 196 พบสองภาษาคือภาษาลาว (85) และภาษาอังกฤษ (86) ซึ่งทั้งสองภาษาเขียนแปลโดยตรง และมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเหมือนกัน โดยภาษาลาวและภาษาอังกฤษมีขนาดเท่ากัน แต่ภาษาลาวจัดวางอยู่ข้างบนภาษาอังกฤษ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร



ภาพประกอบ 197 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์
ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย

ภาษาลาว: (87) อิฐภานพัฒนะนา และ บัลิตานตือเมือง
องค์การพัฒนาและบริหารตัวเมือง

ภาษาฝรั่งเศส: (88) URBAN DEVELOPMENT AND ADMINISTRATION
AUTHORITY
องค์การพัฒนาและบริหารตัวเมือง

จากตัวอย่างภาพประกอบ 197 พบสองภาษาคือภาษาลาว (87) และภาษาอังกฤษ (88) ซึ่งทั้งสองภาษาเขียนแปลโดยตรง และมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเหมือนกัน โดยภาษาลาวมีขนาดตัวอักษรใหญ่กว่าภาษาอังกฤษ และจัดวางอยู่ข้างบนภาษาอังกฤษ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร

3.3.4.2 ป้ายร้านค้า



ภาพประกอบ 198 ป้ายร้านค้าที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์
ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย

ภาษาลาว: (89) ຮ້ານ ມະຫານະຄອນ ແລກປ່ຽນເງິນຕາ

ร้าน มหานคร แลกเปลี่ยนเงินตรา

ภาษาอังกฤษ: (90) MAHANAKHON MONEY EXCHANGE

ร้าน มหานคร แลกเปลี่ยนเงินตรา

จากตัวอย่างภาพประกอบ 198 พบสองภาษาคือภาษาลาว (89) ภาษาอังกฤษ (90) ซึ่งทั้งสองภาษาเขียนแปลโดยตรง และมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเหมือนกัน โดยภาษาลาวจัดวางอยู่ข้างบนสุด แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายใช้ภาษาลาวเป็นหลักในการสื่อสาร



ภาพประกอบ 199 ป้ายร้านค้าที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์
ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย

ภาษาลาว: (91) ແວນຕາ ໄທແລນດ໌

แว่นตา ไทยแลนด์

ภาษาอังกฤษ: (92) THAILAND OPTICAL

ร้านแว่นตา ไทยแลนด์

จากตัวอย่างภาพประกอบ 199 พบสองภาษาคือภาษาลาว (91) และภาษาอังกฤษ (92) ซึ่งทั้งสองภาษาเขียนแปลโดยตรง และมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเหมือนกัน โดยภาษาลาวอยู่ข้างบนสุด มีตัวอักษรขนาดใหญ่ที่สุดและโดดเด่นที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายใช้ภาษาลาวเป็นหลัก



ภาพประกอบ 200 ป้ายร้านค้าที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์
ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย

ภาษาลาว: (93) จำปา ตัดเย็บ

จำปา ตัดเย็บ

ภาษาอังกฤษ: (94) Champa Tailor

จำปา ตัดเย็บ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 200 พบสองภาษาคือภาษาลาว (93) และภาษาอังกฤษ (94) ซึ่งทั้งสองภาษาเขียนแปลโดยตรง และมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเหมือนกัน โดยภาษาลาวอยู่ข้างภาษาอังกฤษ มีตัวอักษรขนาดใหญ่ที่สุดและโดดเด่นที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายใช้ภาษาลาวเป็นหลัก

3.3.4.3 ป้ายบอกทาง



ภาพประกอบ 201 ป้ายบอกทางที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์
ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย

ภาษาลาว: (95) ທາງອອກ

ทางออก

ภาษาอังกฤษ: (96) OUT

ทางออก

จากตัวอย่างภาพประกอบ 201 พบสองภาษาคือภาษาลาว (95) และภาษาอังกฤษ (96) ซึ่งทั้งสองภาษาเขียนแปลโดยตรง และมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเหมือนกัน



ภาพประกอบ 202 ป้ายบอกทางที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย

ภาษาลาว: (97) ທາງອອກ

ทางออก

ภาษาอังกฤษ: (98) EXIT

ทางออก

จากตัวอย่างภาพประกอบ 202 พบสองภาษาคือภาษาลาว (97) และภาษาอังกฤษ (98) ซึ่งทั้งสองภาษาเขียนแปลโดยตรง และมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเหมือนกัน



ภาพประกอบ 203 ป้ายบอกทางที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์
ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย

ภาษาลาว: (99) ລົດຖີບ
รถจักรยาน

ภาษาอังกฤษ: (100) Bicycle
รถจักรยาน

จากตัวอย่างภาพประกอบ 203 พบสองภาษาคือภาษาลาว (99) และภาษาอังกฤษ (100)
ซึ่งทั้งสองภาษาเขียนแปลโดยตรง และมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเหมือนกัน

3.3.4.4 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์



ภาพประกอบ 204 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์
ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย

ภาษาลาว: (101) ສໍານັກງານ ແຂວງຈໍາປາສັກ ປອດຄວັນຍາສູບ

ສໍານັກງານ ແຂວງຈໍາປາສັກ ປອດຄວັນຍາສູບ

ภาษาอังกฤษ: (102) Smoke-Free Champasak Province

Governor's Office

ສໍານັກງານ ແຂວງຈໍາປາສັກ ປອດຄວັນຍາສູບ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 204 พบสองภาษาคือภาษาลาว (101) และภาษาอังกฤษ (102) ซึ่งทั้งสองภาษาเขียนแปลโดยตรง และมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเหมือนกัน โดยภาษาลาวมีขนาดตัวอักษรใหญ่กว่าภาษาอังกฤษ แต่ภาษาลาวจัดวางอยู่ข้างบนภาษาอังกฤษ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร



ภาพประกอบ 205 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย

ภาษาลาว: (103) ໂມງບໍລິການ ວັນຈັນ - ວັນສຸກ 8.30 ມ - 15.30 ມ

เวลาบริการ วันจันทร์ - วันศุกร์ 8.30 น.-15.30 น.

ภาษาอังกฤษ: (104) WORKING HOURS MONDAY-FRIDAY 8.30h-15.30h

เวลาบริการ วันจันทร์ - วันศุกร์ 8.30 น.-15.30 น.

จากตัวอย่างภาพประกอบ 205 พบสองภาษาคือภาษาลาว (103) และภาษาอังกฤษ (104) ซึ่งทั้งสองภาษาเขียนแปลโดยตรง และมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเหมือนกัน โดยภาษาลาวมีขนาดตัวอักษรใหญ่กว่าภาษาอังกฤษ แต่ภาษาลาวจัดวางอยู่ข้างบนภาษาอังกฤษ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร



ภาพประกอบ 206 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์
ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย

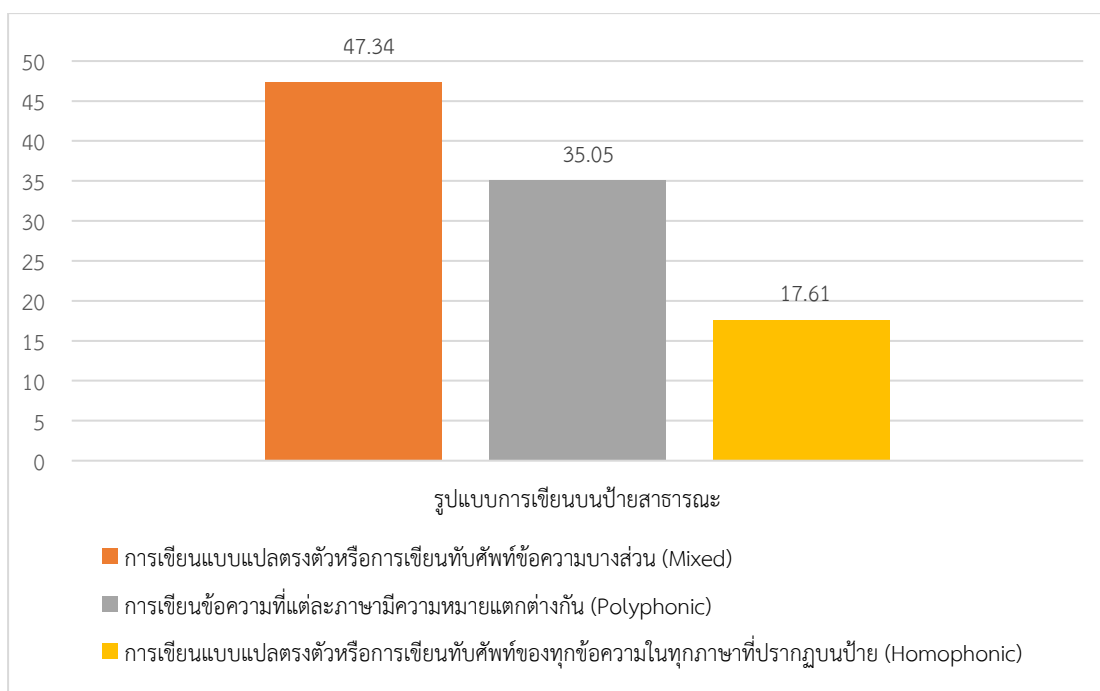
ภาษาลาว: (105) ຍິນດີຕ້ອນຮັບ ທ່ານເຂົ້າສູ່ແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ
ຍິນດີຕ້ອນຮັບ ທ່ານເຂົ້າສູ່ແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ

ภาษาอังกฤษ: (106) WELCOME TO THE TOURIST PLACES
ຍິນດີຕ້ອນຮັບ ເຂົ້າສູ່ແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 206 พบสองภาษาคือภาษาลาว (105) และภาษาอังกฤษ (106) ซึ่งทั้งสองภาษาเขียนแปลโดยตรง และมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเหมือนกัน โดยภาษาลาวมีขนาดตัวอักษรใหญ่กว่าภาษาอังกฤษ แต่ภาษาลาวจัดวางอยู่ข้างบนภาษาอังกฤษ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร

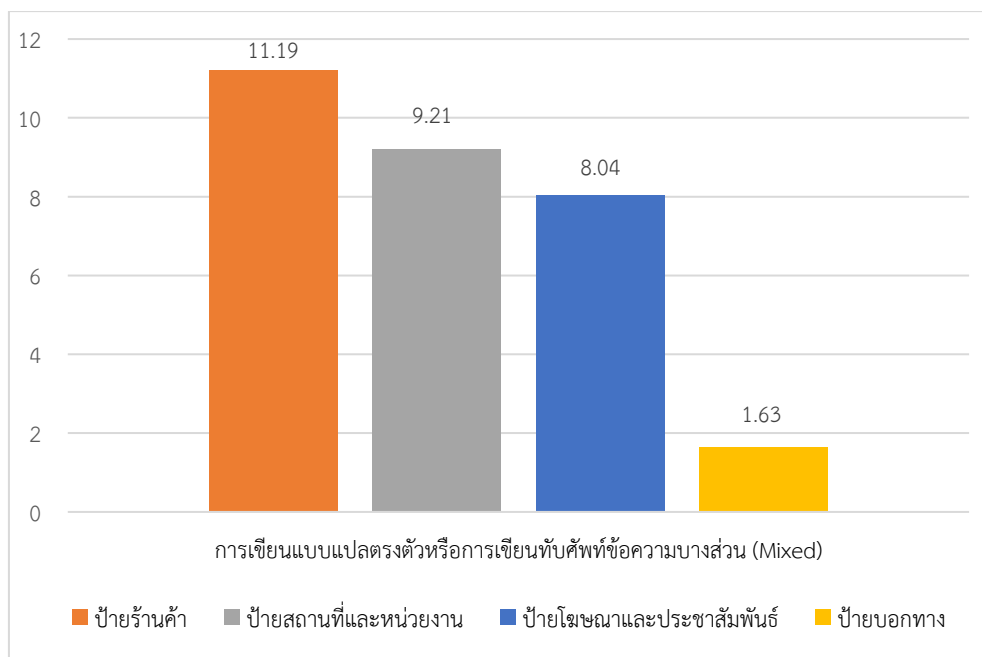
จากการศึกษารูปแบบการเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย พบบน 1) ป้ายสถานที่และหน่วยงานมากที่สุด ส่วนใหญ่พบบนป้ายของภาครัฐ โดยป้ายสถานที่และหน่วยงานของทางการลาวมักจะเขียนทับศัพท์ข้อความเดียวกันหรือเขียนแปลโดยตรง ชื่อสถานที่ ชื่อหน่วยงาน ชื่อห้อง สะท้อนให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายอาจมีวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแต่ละภาษาเหมือนกัน ซึ่งป้ายของทางการลาวปรากฏการเขียนแปลโดยตรง ภาษาลาวคู่กับภาษาอังกฤษมากที่สุด รองลงมาคือภาษาลาวคู่กับภาษาฝรั่งเศส และภาษาลาวคู่กับภาษาเวียดนาม ส่วนป้ายของภาคเอกชน พบบนป้ายของสถานที่ เช่น ธนาคาร โรงแรม บ้านพัก เกสต์เฮาส์ บริษัท ตลาด เขียนทับศัพท์ข้อความเดียวกันหรือเขียนแปลโดยตรง แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนสถานที่และหน่วยงาน ไม่ว่าจะภาครัฐหรือเอกชน ต่างก็มีวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแต่ละภาษาเหมือนกัน จึงเลือกส่งสารถึงผู้อ่านป้ายโดยการทับศัพท์ข้อความเดียวกันหรือเขียนแปลโดยตรง นอกจากป้ายที่ใช้

สองภาษา ผู้ศึกษายังพบป้ายที่ใช้สามภาษารูปแบบการเขียนทับศัพท์ข้อความเดียวกันหรือเขียนแปลโดยตรงของป้ายสถานที่และหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน ได้แก่ ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน บนป้ายธนาคาร และภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาเวียดนามบนป้ายโรงแรม โดยทั้งภาครัฐและเอกชนใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาเวียดนามเหมือนกัน แตกต่างกันไปเพียงภาครัฐพบภาษาฝรั่งเศส อาจเป็นเพราะปัจจัยทางประวัติศาสตร์และนโยบายการเขียนป้ายของทางการลาวที่ผู้ศึกษาได้กล่าวไปแล้ว จึงพบการแปลโดยตรงระหว่างภาษาลาวและภาษาฝรั่งเศสบนป้ายสถานที่และหน่วยงานของภาครัฐเป็นจำนวนมาก 2) ป้ายร้านค้าบบนป้ายของภาคเอกชนทั้งหมด สะท้อนให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายร้านค้าของภาคเอกชนอาจต้องการสื่อสารกับผู้อ่านป้ายโดยการทับศัพท์ข้อความเดียวกันหรือเขียนแปลโดยตรงชื่อร้านค้าและรายละเอียดการบริการ มักปรากฏบนป้ายร้านตัดเย็บ ร้านแลกเปลี่ยนเงิน ร้านกาแฟ ร้านดอกไม้ ร้านอาหาร ร้านแว่นตา ซึ่งป้ายดังกล่าวมักปรากฏการเขียนแปลโดยตรงภาษาลาวคู่กับภาษาอังกฤษมากที่สุด รองลงมาคือภาษาลาวคู่กับภาษาจีน นอกจากนี้ ยังพบการแปลโดยตรงสามภาษา ได้แก่ ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนบนป้ายร้านดอกไม้ สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายด้านเศรษฐกิจการค้าของนครปากเซคือคนลาว คนจีน และคนต่างชาติ โดยเฉพาะคนลาวและคนต่างชาติเนื่องจากปรากฏการใช้ภาษาลาวคู่กับภาษาอังกฤษมากที่สุด 3) ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ปรากฏบนป้ายของภาครัฐ โดยป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของทางการลาว มักจะเขียนทับศัพท์ข้อความเดียวกันหรือเขียนแปลโดยตรงข้อความที่ต้องการสื่อสารให้ผู้อ่านป้ายสนใจเข้าร่วมและปฏิบัติตาม รายละเอียดการให้บริการ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายอาจมีวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแต่ละภาษาเหมือนกัน มักปรากฏการเขียนแปลโดยตรงภาษาลาวคู่กับภาษาอังกฤษ ส่วนป้ายของภาคเอกชนปรากฏบนป้ายบอกข้อมูล ป้ายเตือน และป้ายห้าม สะท้อนให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชนมักแปลโดยตรงภาษาลาวกับภาษาอังกฤษ นอกจากนี้ ป้ายของเอกชนยังพบการแปลโดยตรงภาษาไทยกับภาษาอังกฤษจำนวนหนึ่งป้าย ซึ่งเป็นการขอความร่วมมือผู้อ่านป้ายให้สวมหน้ากากอนามัย สาเหตุอาจเป็นเพราะว่าลูกค้าหลักของร้านดังกล่าวเป็นคนไทยก็ว่าได้ และ 4) ป้ายบอกทาง ส่วนใหญ่พบบนป้ายของภาครัฐ ปรากฏบนป้ายจราจรและป้ายบอกทาง โดยการเขียนทับศัพท์ข้อความเดียวกันหรือเขียนแปลโดยตรงภาษาลาวคู่กับภาษาอังกฤษทั้งหมด ส่วนป้ายของภาคเอกชน พบบนป้ายบอกทาง ป้ายทางเข้า ป้ายทางออก โดยเขียนภาษาลาวคู่กับภาษาอังกฤษทั้งหมดเช่นเดียวกัน สะท้อนให้เห็นว่าป้ายบอกทางของภาครัฐและเอกชนเขียนแปลโดยตรง เพราะต้องการสื่อสารกับผู้สัญจรบนท้องถนนในนครปากเซ โดยเฉพาะคนลาวและคนต่างชาติ เนื่องจากพบการใช้ภาษาลาวคู่กับภาษาอังกฤษทั้งหมด

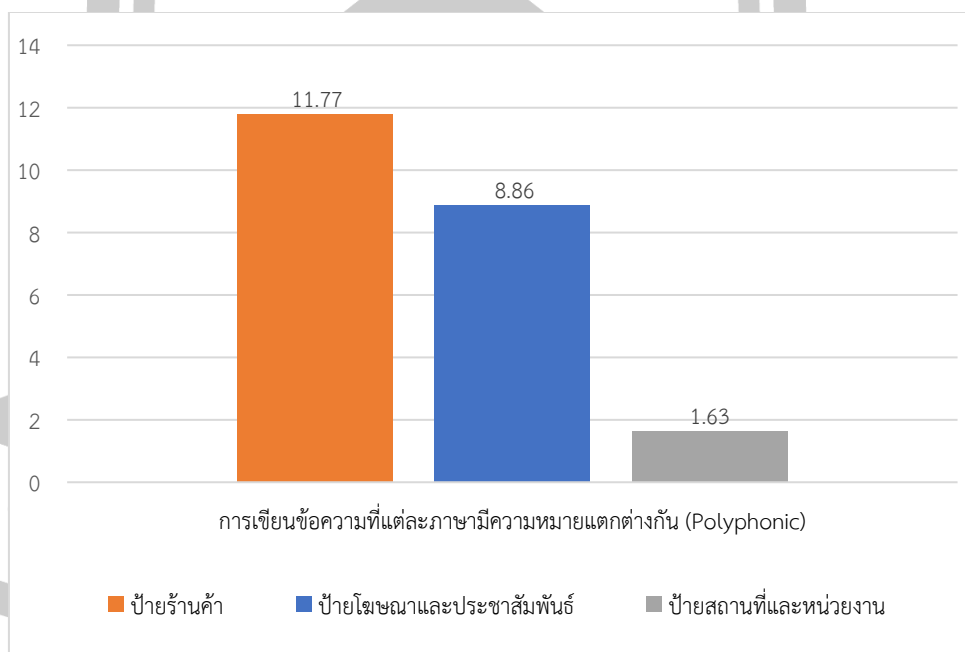


ภาพประกอบ 207 แผนภูมิแสดงรูปแบบการเขียนบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

จากการศึกษารูปแบบการเขียนที่ใช้บนป้ายสาธารณะแต่ละประเภทในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบรูปแบบการเขียนที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะ 3 รูปแบบ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังรายละเอียดต่อไปนี้ 1) การเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน (Mixed) จำนวน 258 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 47.34 ซึ่งพบป้ายร้านมากที่สุด 96 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 11.19 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน 79 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 9.21 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ 69 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 8.04 ป้ายบอกทาง 14 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 1.63 2) การเขียนข้อความที่แต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน (Polyphonic) จำนวน 191 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 35.05 ซึ่งพบป้ายร้านค้ามากที่สุด 101 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 11.77 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ 76 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 8.86 ป้ายสถานที่และหน่วยงาน 14 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 1.63 และ 3) การเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย (Homophonic) จำนวน 96 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 17.61 ซึ่งพบป้ายสถานที่และหน่วยงานมากที่สุด 46 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 5.36 ป้ายร้านค้า 19 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 2.21 ป้ายบอกทาง 16 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 1.86 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ 15 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ โดยผู้ศึกษาจะนำเสนอความถี่การปรากฏของภาษา ดังแผนภูมิภาพประกอบ 208-211



ภาพประกอบ 208 แผนภูมิแสดงป้ายที่เขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน (Mixed)



ภาพประกอบ 209 แผนภูมิแสดงป้ายที่เขียนข้อความแต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน (Polyphonic)

บทที่ 4

หน้าที่ของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาว

ในบทนี้ ผู้ศึกษาจะนำเสนอผลการวิเคราะห์หน้าที่ของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 858 ป้าย โดยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดโครงสร้างของภูมิทัศน์ภาษา 4 ประการ ของ Ben-Rafael et al. (2006; 2009) พบหน้าที่ของภาษาดังนี้

4.1 การนำเสนอตัวตน (Presentation of Self)

การนำเสนอตัวตนผ่านการใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก เป็นการสะท้อนอัตลักษณ์ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างป้าย ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของกิจการ หน่วยงานราชการ หรือผู้ออกแบบป้าย โดยอาศัยการเลือกใช้ภาษา การปรากฏของภาษา รูปแบบการเขียน และการจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ เพื่อถ่ายทอดภาพลักษณ์และสถานะของตนเองต่อสาธารณชน โดยภาษาที่ปรากฏบนป้ายถูกเลือกใช้เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งแบ่งนัยทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมอย่างชัดเจน โดยเฉพาะการเลือกใช้ภาษาที่ได้รับการยอมรับว่ามีความสำคัญหรือมีศักดิ์ศรีมากกว่าก็ยิ่งตอกย้ำสถานะและอัตลักษณ์เฉพาะของผู้สื่อสาร

การใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักบนป้ายร้านค้า ป้ายหน่วยงานราชการ และป้ายบอกทาง เป็นการแสดงออกถึงตัวตนของเจ้าของป้ายที่ต้องการธำรงอัตลักษณ์ท้องถิ่นและความภาคภูมิใจในชาติพันธุ์ของตน การเลือกใช้ภาษาลาวเพียงภาษาเดียวบนป้ายจำนวนมาก ไม่ได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อการสื่อสารกับผู้คนในพื้นที่เท่านั้น แต่ยังเป็นการประกาศความเป็นเจ้าของทางวัฒนธรรม และการยืนยันบทบาทของภาษาลาวในฐานะภาษาประจำชาติอีกด้วย ในภาคธุรกิจ เจ้าของกิจการที่เลือกใช้ภาษาอังกฤษควบคู่กับภาษาลาวบนป้าย เช่น ป้ายโรงแรม ร้านอาหาร และบริการท่องเที่ยว แสดงออกถึงตัวตนที่ต้องการขยายขอบเขตทางเศรษฐกิจไปสู่ตลาดสากล การใช้ภาษาอังกฤษซึ่งมีบทบาทในเวทีโลกจึงทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ของความทันสมัย การเปิดกว้าง และความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจในบริบทโลกาภิวัตน์ ขณะที่เจ้าของกิจการที่มีเชื้อสายจีนและเวียดนาม หรือเป็นชาวจีนและเวียดนามในนครปากเซเลือกใช้ภาษาจีนและภาษาเวียดนามบนป้ายร้านค้าของตนเอง เป็นการนำเสนออัตลักษณ์ชาติพันธุ์ผ่านภาษาและกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย การเลือกภาษาของตนเองเช่นนี้ จึงสะท้อนให้เห็นถึงความภาคภูมิใจในเชื้อชาติ ตลอดจนการรักษาความเชื่อมโยงกับ

วัฒนธรรมและเครือข่ายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ สำหรับหน่วยงานการศึกษาและราชการบางแห่ง ยังคงเลือกใช้ภาษาฝรั่งเศสบนป้ายร่วมกับภาษาลาว เป็นการนำเสนอตัวตนที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์การเป็นอาณานิคมของฝรั่งเศสในอดีต การดำรงภาษาฝรั่งเศสในภูมิภาคภาษาของนครปากเซ จึงสะท้อนให้เห็นถึงความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรม รวมถึงแสดงถึงสถานะเฉพาะของสถาบันหรือหน่วยงานในบริบทสังคมลาวร่วมสมัย นอกจากนี้ การเลือกใช้หลายภาษาบนป้ายเดียว ยังสะท้อนถึงการนำเสนอตัวตนที่ยืดหยุ่นของเจ้าของป้ายที่ต้องการตอบสนองความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมาย การผสมผสานภาษาท้องถิ่นเข้ากับภาษาต่างประเทศทำหน้าที่เสริมภาพลักษณ์ของเจ้าของกิจการที่ต้องการขยายตัวสู่ตลาดสากล การเลือกหลายภาษาจึงเป็นการแสดงออกถึงความทันสมัย ความเป็นสากล และศักยภาพในการเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก

การใช้ภาษา การปรากฏของภาษา และรูปแบบการเขียนบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ จึงเป็นกระบวนการที่เจ้าของป้ายใช้ในการแสดงอัตลักษณ์เฉพาะของตนเองอย่างมีนัยสำคัญ โดยอาศัยภาษาเป็นเครื่องมือในการสะท้อนคุณค่า ความภาคภูมิใจ และสถานะทาง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของตน



ภาพประกอบ 211 ป้ายร้านค้าที่สะท้อนการนำเสนอตัวตน

จากตัวอย่างภาพประกอบ 211 “ลัดทิดา ฝ้ายไหมลาว ขายสิ่ง ขายย่อย” ป้ายลัดทิดา ฝ้ายไหมลาวเลือกใช้ภาษาลาวเขียนชื่อร้าน ประเภทสินค้า ลักษณะการขาย และเบอร์โทรศัพท์ติดต่อ โดยทั้งหมดเขียนด้วยภาษาลาวเพียงภาษาเดียว จัดอยู่ในรูปแบบการเขียนป้ายภาษาเดียว แสดงถึง

ความต้องการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในท้องถิ่นอย่างชัดเจน นอกจากนี้ ป้ายดังกล่าวยังใช้ตัวอักษรภาษาลาวขนาดใหญ่สีแดงสด จัดวางอยู่กึ่งกลางของป้ายอย่างโดดเด่น โดยมีพื้นหลังป้ายเป็นลวดลายผ้าไหมลาวที่ทำหน้าที่สื่อสารเชิงสัญลักษณ์ถึงความเป็นลาว ความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่น และการนำเสนอตัวตนของผู้ประกอบการในพื้นที่สาธารณะ ผ่านการเลือกใช้ภาษา ลี และองค์ประกอบเชิงวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายหลักในท้องถิ่น



ภาพประกอบ 212 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่สะท้อนการนำเสนอตัวตน

จากตัวอย่างภาพประกอบ 212 “บิลีสัดแอววิ อะสังฑาลิมะฮุบ ดิม-เรียม” “LV REAL ESTATE CO.,LTD” “TEL: 031 255668, 020 55439999” ป้ายบริษัท LV Real Estate เลือกใช้ภาษาลาวควบคู่กับภาษาอังกฤษ โดยใช้ภาษาลาวเขียนชื่อบริษัทและประเภทธุรกิจ ส่วนภาษาอังกฤษใช้สำหรับชื่อบริษัทในรูปแบบสากล รวมถึงคำว่า “TEL” ที่เป็นคำสากลที่เข้าใจได้ในวงกว้าง การใช้สองภาษานี้อยู่ในรูปแบบการเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์บางส่วน โดยจัดวางภาษาลาวไว้ด้านบนและใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่กว่าภาษาอังกฤษอย่างชัดเจน ซึ่งสะท้อนการให้ความสำคัญกับภาษาท้องถิ่นในการสื่อสารกับผู้คนในพื้นที่ ขณะเดียวกันก็ยังใช้ภาษาอังกฤษเพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายต่างชาติหรือนักลงทุนในแวดวงธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่อาจไม่ใช่เจ้าของภาษา การเลือกใช้ภาษาทั้งสองนี้แสดงถึงความพยายามของภาคธุรกิจในการสร้างภาพลักษณ์ที่ผสมผสานระหว่างอัตลักษณ์ท้องถิ่นและความเป็นสากล เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและเปิดรับตลาดที่กว้างขึ้น นอกจากนี้ ป้ายดังกล่าวใช้ตัวอักษรสีแดงสดตัดกับพื้นหลังสีดำ ทำให้ตัวอักษรมีความโดดเด่นและอ่านง่าย อีกทั้งยังใช้ภาพสัญลักษณ์ของอาคารและบ้านเรือนประกอบอยู่ด้านบนของชื่อบริษัท ทำหน้าที่สื่อสารเชิงสัญลักษณ์ถึงลักษณะของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในการนำเสนอตัวตนของกิจการที่รักษาวัฒนธรรมของท้องถิ่นไว้ผ่านภาษาลาว และเปิดรับกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติผ่านภาษาอังกฤษ ซึ่งสื่อถึงความพร้อมในการดำเนินธุรกิจในระดับสากล



ภาพประกอบ 213 ป้ายร้านค้าที่สะท้อนการนำเสนอตัวตน

จากตัวอย่างภาพประกอบ 213 “TONG XIN CO.LTD” “老挝同心电子电器贸易公司” ป้ายของบริษัท TONG XIN เลือกใช้ภาษาอังกฤษควบคู่กับภาษาจีน โดยภาษาจีนใช้เขียนชื่อบริษัท ส่วนภาษาอังกฤษใช้เป็นชื่อบริษัทแบบสากล การใช้สองภาษานี้อยู่ในรูปแบบการเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน โดยจัดวางภาษาอังกฤษไว้ด้านบนและภาษาจีนโดยภาษาอังกฤษมีขนาดตัวอักษรใหญ่กว่าและโดดเด่นกว่าภาษาจีนเล็กน้อย ลักษณะดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของธุรกิจในการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าชาวจีนหรือนักลงทุนจากจีนซึ่งมีบทบาทสำคัญในเศรษฐกิจท้องถิ่นของนครปากเซ การเลือกใช้ภาษาจีนจึงสะท้อนถึงอิทธิพลทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของชุมชนจีนในพื้นที่ ขณะเดียวกันการใช้ภาษาอังกฤษช่วยเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทให้ดูเป็นทางการและเชื่อมโยงกับมาตรฐานสากล นอกจากนี้ ป้ายดังกล่าวยังใช้พื้นหลังสีแดงสดที่มีความหมายเชิงวัฒนธรรมถึงความโชคดีและความมั่งคั่งในวัฒนธรรมจีน พร้อมตัวอักษรสีขาวที่โดดเด่นและอ่านง่าย อีกทั้งมีภาพประกอบของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และวงจรต่าง ๆ แสดงถึงลักษณะของธุรกิจด้านสินค้าและเทคโนโลยี ซึ่งทั้งหมดนี้ทำหน้าที่สะท้อนถึงการนำเสนอตัวตนของบริษัทในฐานะธุรกิจของชาวจีนในสปป.ลาวที่ต้องการรักษาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และวัฒนธรรม พร้อมทั้งแสดงความพร้อมในการดำเนินธุรกิจในระดับท้องถิ่นและระดับสากล

พูน ปรณ ทิโต ชีเว



ภาพประกอบ 214 ป้ายร้านค้าที่สะท้อนการนำเสนอตัวตน

จากตัวอย่างภาพประกอบ 214 “ตัดผมชาย-หญิง” “Cắt tóc Nam-Nữ” “BẢO HÂN” “ล้อม-ลิด-สะ-เปါ-ย้อมผม ถัดสีอ-เร็ดเล็บ แย่ตู่-ลอกขี้เา-มอดขี้เา” “UÓN ÉP GỎI SÁY NHUỘM TÓC” “LÁY RÁY TÁI” “CAO MẶT LỘT MỤN, LÀM MÓNG” ป้ายร้านตัดผมชาย-หญิง เลือกใช้ภาษาลาว ภาษาเวียดนาม และภาษาอังกฤษ ร่วมกันบนป้ายเดียว โดยมีรูปแบบการเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน ซึ่งการจัดวางภาษาลาวไว้ด้านบนสุด รองลงมาคือภาษาเวียดนาม และภาษาอังกฤษ บ่งชี้ถึงความสำคัญของกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ ภาษาลาว ซึ่งเป็นภาษาราชการสะท้อนความพยายามของเจ้าของกิจการในการเชื่อมโยงกับสังคมในนครปากเซและกลุ่มลูกค้าทั่วไปในพื้นที่ ส่วนภาษาเวียดนาม ซึ่งถูกใช้เขียนชื่อร้าน “BẢO HÂN” และรายละเอียดบริการต่าง ๆ ขณะที่ภาษาอังกฤษ แม้จะมีการใช้เพียงบางคำ ในรูปแบบการถอดเสียงเวียดนามด้วยอักษรภาษาอังกฤษสื่อถึงความเป็นสากลในการเข้าถึงลูกค้าชาวต่างชาติ นอกจากนี้ ป้ายดังกล่าวใช้พื้นหลังสีเหลืองอ่อน ตัวอักษรขนาดใหญ่หลายสี ได้แก่ สีแดง สีส้ม และสีน้ำเงิน เพื่อแบ่งแยกภาษาหรือข้อความอย่างชัดเจน อีกทั้งภาพประกอบบนป้ายยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ของร้านว่าเป็นร้านเสริมสวยครบวงจรไม่ใช่แค่ร้านตัดผมเพียงอย่างเดียว ทั้งหมดนี้สะท้อนถึงการนำเสนอตัวตนของผู้ประกอบการที่อาจมีรากฐานชาติพันธุ์เวียดนาม หรือแสดงถึงความพร้อมในการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย



ภาพประกอบ 215 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่สะท้อนการนำเสนอตัวตน

จากตัวอย่างภาพประกอบ 215 “ພະແນກສຶກສາທິການ ແລະ ກີລາ ແຂວງຈໍາປາສັກ” “Service Provincial de l'Education et des Sports” “ໂຮງຮຽນມັດທະຍົມສົມບູນ ໂພນໄຊ” “Lycée PHONXAY” ป้ายโรงเรียนมัธยมสมบุน โพนไซ เลือกใช้ภาษาลาวควบคู่กับภาษาฝรั่งเศส ในรูปแบบการเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย โดยภาษาลาวอยู่ด้านบน ขณะที่ภาษาฝรั่งเศสถูกจัดวางถัดลงมาในลักษณะที่มีโครงสร้างคู่ขนานกันระหว่างสองภาษา การจัดวางเช่นนี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของภาษาลาวในฐานะราชการ ในขณะที่ย่นย่อการใช้ภาษาฝรั่งเศส ซึ่งเป็นภาษาของอดีตเจ้าอาณานิคมกลับไม่ได้ถูกลดบทบาท หากแต่ยังคงปรากฏบนป้ายของหน่วยงานการศึกษาและโรงเรียนอย่างมีนัยสำคัญ การใช้ภาษาฝรั่งเศสในบริบทนี้จึงเป็นมากกว่าแค่ภาษาทางเลือกในการสื่อสาร แต่ทำหน้าที่เป็นเครื่องหมายเชิงสัญลักษณ์ของประวัติศาสตร์ในระบบการศึกษาของลาวที่ได้รับอิทธิพลจากยุคอาณานิคม เป็นการนำเสนอตัวตนของโรงเรียนที่มีความเป็นลาวโดยเนื้อหา และมีความเป็นสากลผ่านภาษาและรูปแบบที่สืบทอดจากฝรั่งเศส



ภาพประกอบ 216 ป้ายร้านค้าที่สะท้อนการนำเสนอตัวตน

จากตัวอย่างภาพประกอบ 216 “ร้านขายทองคำเมือง เมืองทอง ซื้อขายวัตุมิถำ
เวียม ตำมิโล 99,99%” “TIỆM ANH CƯỜNG KHON MUA BÁN VÀNG BẠC 99,99”
“买卖金 银首饰 99,99” “Tel: 031 251 447 020 56518111” “ຂໍຂອບໃຈທຸກທ່ານທີ່ມາ
ອຸດໝູນ” ป้ายร้านขายทองคำคุณเมือง เกืองคอน เลือกใช้ภาษาลาว ภาษาจีน ภาษาเวียดนาม และ
ภาษาอังกฤษร่วมกันในรูปแบบการเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน
โดยลำดับการจัดวางภาษาสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของกลุ่มเป้าหมาย เริ่มจากภาษาลาวจัดวาง
อยู่ด้านบนสุดใช้เขียนชื่อร้าน ลักษณะบริการ และคำขอบคุณลูกค้า แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญ
กับการสื่อสารกับคนในท้องถิ่น ถัดลงมาเป็นภาษาเวียดนาม และภาษาจีน ใช้เขียนชื่อร้านและ
ประเภทของสินค้าเช่นเดียวกับภาษาลาว การเลือกใช้ภาษาทั้งสองนี้สะท้อนถึงชาติพันธุ์ของเจ้าของ
กิจการ และกลุ่มลูกค้าชาวจีนและเวียดนาม โดยเฉพาะในธุรกิจทองคำ ส่วนภาษาอังกฤษใช้เขียน
คำว่า “Tel” แม้มีเพียงคำเดียวแต่ทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ว่าเป็นเครื่องหมายทางธุรกิจที่มีความเป็น
สากล นอกจากนี้ ป้ายดังกล่าวใช้พื้นหลังสีแดง ซึ่งในวัฒนธรรมจีนและเวียดนามหมายถึงความมั่งคั่ง
ความโชคดี และความเจริญรุ่งเรือง สีตัวอักษรเป็นสีขาวและสีเหลืองที่ตัดกับพื้นหลังทำให้ชัดเจน
อ่านง่าย และหรูหรา ซึ่งสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของร้านค้าทองคำ อีกทั้งด้านล่างของป้ายยังมีภาพ
ทองคำแท่งที่ใช้เป็นสัญลักษณ์แทนสินค้า ทำให้ผู้พบเห็นเข้าใจได้ทันทีถึงประเภทของกิจการ โดยไม่
ต้องอ่านข้อความเพียงอย่างเดียว

4.2 ความสมเหตุสมผล (Good reasons)

การเลือกใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ สะท้อนถึงความสมเหตุสมผลที่สอดคล้อง
กับสภาพสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของพื้นที่อย่างชัดเจน ซึ่งลักษณะการใช้ภาษาที่หลากหลาย
บนป้ายสาธารณะแต่ละประเภท ได้รับการพิจารณาอย่างรอบคอบโดยผู้ออกแบบป้ายเพื่อให้สามารถ
สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายอย่างเฉพาะเจาะจง ทั้งกลุ่มคนท้องถิ่น ชาวต่างชาติ และกลุ่มชาติพันธุ์ที่มี
บทบาททางเศรษฐกิจในพื้นที่

การใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักบนป้ายหน่วยงานราชการ ป้ายร้านค้า ป้ายประชาสัมพันธ์
และป้ายบอกทาง มีความสมเหตุสมผลอย่างชัดเจน เนื่องจากภาษาลาวทำหน้าที่เป็นภาษาหลักของ
ประชากรในนครปากเซ การสื่อสารโดยใช้ภาษาลาวเพียงภาษาเดียวบนป้ายประเภทเหล่านี้ ทำให้
ผู้คนในพื้นที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ในภาคธุรกิจ การใช้ภาษาอังกฤษควบคู่กับภาษาลาว
บนป้ายโรงแรม ร้านอาหาร และบริการท่องเที่ยว เป็นการเลือกภาษาที่มีความสมเหตุสมผลอย่างยิ่ง
ในบริบทของเศรษฐกิจโลกาภิวัตน์ การเลือกใช้ภาษาอังกฤษเขียนบนป้ายเหล่านี้ ช่วยให้การสื่อสาร
ครอบคลุมนักท่องเที่ยวและนักลงทุนต่างชาติที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นในนครปากเซ ภาษาอังกฤษจึงไม่ได้
มีบทบาทเพียงแค่การอำนวยความสะดวกในการสื่อสารสำหรับชาวต่างชาติ แต่ยังเป็นเครื่องมือ

ในการเสริมสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจของนครปากเซ ทั้งนี้ รูปแบบการเขียนแบบสองภาษาที่พบยังแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มของการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้ใช้ภาษาด้วย ในย่านการค้า การปรากฏของภาษาจีนและภาษาเวียดนามบนป้ายร้านค้าต่าง ๆ มีความสมเหตุสมผลในแง่ของการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นชุมชนชาติพันธุ์ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในเศรษฐกิจท้องถิ่น การเลือกใช้ภาษาของกลุ่มชาติพันธุ์เหล่านี้ จึงสะท้อนให้เห็นถึงการคำนึงถึงประสิทธิภาพในการสื่อสารในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ โดยเฉพาะบนป้ายร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ โทรศัพท์มือถือ และร้านอาหาร ซึ่งการใช้ภาษาจีนและเวียดนามช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภคกลุ่มเฉพาะกลุ่มได้ สำหรับป้ายที่ยังคงการใช้ภาษาฝรั่งเศสในบางสถานที่ เช่น หน่วยงานราชการหรือสถานศึกษา การเลือกใช้ภาษานี้มีความสมเหตุสมผลในเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม แม้บทบาทของภาษาฝรั่งเศสจะลดลงในปัจจุบัน แต่การดำรงอยู่ของภาษานี้ยังคงสะท้อนถึงการเชื่อมโยงกับอดีตของนครปากเซในฐานะเมืองที่เคยอยู่ภายใต้อิทธิพลของฝรั่งเศส การเลือกใช้ภาษาฝรั่งเศสในบางบริบทจึงเป็นการรักษามรดกทางวัฒนธรรมที่ยังคงมีความหมายสำหรับพื้นที่นี้ นอกจากนี้ การพบป้ายที่ใช้หลายภาษาบนป้ายเดียวกัน ยังสะท้อนถึงความสมเหตุสมผลในการรองรับความหลากหลายทางชาติพันธุ์และวัฒนธรรมในพื้นที่ การใช้หลายภาษาช่วยขยายขอบเขตการสื่อสารและแสดงถึงการเปิดกว้างของนครปากเซในฐานะเมืองพหุภาษาและวัฒนธรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง

การเลือกใช้ภาษาในการเขียนป้ายสาธารณะในนครปากเซ จึงแสดงถึงการพิจารณาอย่างรอบคอบในทุกบริบท ทั้งในด้านการสื่อสาร อัตลักษณ์ และการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเข้าใจสภาพสังคมพหุวัฒนธรรมของพื้นที่



ภาพประกอบ 217 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่สะท้อนความสมเหตุสมผล

จากตัวอย่างภาพประกอบ 217 “ภົມภົງພັດທະນາ ໂຮງຫມໍ ຈຳປາສັກ” ป้ายโรงพยาบาลจำปาสักนี้เลือกใช้ภาษาลาวเพียงภาษาเดียวในการสื่อสาร ซึ่งถือว่าเหมาะสมอย่างยิ่งกับบริบทของ

หน่วยงานราชการในระดับท้องถิ่นที่ต้องการสื่อสารกับประชาชนในพื้นที่ แสดงถึงความสมเหตุสมผลที่เน้นการสื่อสารกับคนในพื้นที่ จึงไม่มีการใช้ภาษาต่างประเทศร่วมด้วย นอกจากนี้ ป้ายดังกล่าวมีการออกแบบที่สื่อความเป็นทางการอย่างชัดเจน คือ พื้นหลังสีน้ำเงินเข้มประกอบด้วยตัวอักษรสีทองขนาดใหญ่ ทำให้ง่ายต่อการมองเห็นในพื้นที่สาธารณะ



ภาพประกอบ 218 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่สะท้อนความสมเหตุสมผล

จากตัวอย่างภาพประกอบ 218 “จำปาสักแกรนด์ไฮเทล” “CHAMPASAK GRAND HOTEL” ป้ายของโรงแรมจำปาสักเลือกใช้ภาษาลาวและภาษาอังกฤษควบคู่กันในลักษณะการเขียนแบบแปลตรงตัว ซึ่งให้ข้อมูลที่เทียบเท่ากันในทั้งสองภาษา การจัดวางภาษาลาวไว้ด้านบนของป้ายแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น และการยึดโยงกับบริบททางวัฒนธรรมของพื้นที่ ขณะที่ภาษาอังกฤษที่จัดวางไว้ด้านล่างมีหน้าที่สนับสนุนการสื่อสารกับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งมีความจำเป็นต้องรองรับความหลากหลายทางภาษาและวัฒนธรรม การเลือกใช้ภาษาทั้งสองจึงสะท้อนถึงความสมเหตุสมผลในด้านการสื่อสารและเศรษฐกิจ กล่าวคือ ภาษาลาวช่วยคงไว้ซึ่งความเป็นท้องถิ่น ขณะที่ภาษาอังกฤษช่วยเปิดช่องทางให้ธุรกิจมีศักยภาพในการเชื่อมต่อกับตลาดระดับนานาชาติ นอกจากนี้ การเลือกใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ สีทองโดดเด่น ทั้งในภาษาลาวและภาษาอังกฤษตัดกับพื้นหลังสีน้ำเงินเข้มเป็นการออกแบบที่เน้นความเป็นทางการ ความหรูหรา และความชัดเจนในการมองเห็น ช่วยให้ป้ายทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการสื่อสารเชิงภาพลักษณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งกับคนในท้องถิ่นและผู้ที่มาจากต่างประเทศ



ภาพประกอบ 219 ป้ายร้านค้าที่สะท้อนความสมเหตุสมผล

จากตัวอย่างภาพประกอบ 219 “Dong Cheng” “PROFESSIONAL POWER TOOLS” “ร้าน ฮาโป ขายสิ่งอุปโภคบริโภค ไฟฟ้า อีโบลี อีโบลี อีโบลี” “主营东成电动工具 青蛙水泵 砾石过滤器 切割机 切割机 切割机” ป้ายร้านจำหน่ายเครื่องมือไฟฟ้าแห่งนี้เลือกใช้ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาลาวร่วมกัน โดยมีรูปแบบการเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการทับศัพท์บางส่วน ซึ่งตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายในบริบทของเมืองพหุวัฒนธรรมอย่างนครปากเซ ภาษาที่โดดเด่นที่สุดบนป้ายคือ ภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะคำว่า “Dong Cheng” และ “PROFESSIONAL POWER TOOLS” ใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ สีแดง และน้ำเงินบนพื้นสีขาวทำหน้าที่เป็นส่วนที่สร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ระดับสากล และเสริมความน่าเชื่อถือทางธุรกิจให้กับร้านค้า โดยสอดคล้องกับแนวโน้มของตลาดเครื่องมือไฟฟ้าที่มีการนำเข้าจากต่างประเทศและมีลูกค้าเป้าหมายทั้งในระดับภูมิภาคและนานาชาติ ภาษาลาว ถูกเขียนในบรรทัดที่สองและล่างสุดของป้ายเพื่ออธิบายชื่อร้านและรายละเอียดของสินค้าในลักษณะที่เข้าถึงง่ายสำหรับกลุ่มลูกค้าในท้องถิ่น การเลือกใช้ภาษาลาวจึงเป็นการดำเนินตามนโยบายภาษาของชาติ และยังคงรักษาการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับประชาชนทั่วไปที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ภาษาจีน ถูกเขียนแปลข้อความหลัก และรายละเอียดสินค้ายี่ห้อ เช่น “东成” (ตงเฉิง) และ “青蛙” (กบ) ซึ่งเป็นชื่อยี่ห้อของเครื่องมือและปั้มน้ำ การใช้ภาษาจีนเหล่านี้ไม่ได้มีเพียงหน้าที่ในการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างชาวลาวเชื้อสายจีนและเครือข่ายทางการค้าจากจีนแผ่นดินใหญ่ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในระบบการค้าท้องถิ่นของนครปากเซ ป้ายดังกล่าวจึงแสดงถึงความสมเหตุสมผลในการเลือกใช้ภาษาอย่างรอบด้าน โดยมีจุดประสงค์ชัดเจนทั้งในเชิงเศรษฐกิจ คือการขยายตลาด เชิงสังคม คือการเชื่อมโยงกับผู้ซื้อหลากหลายเชื้อชาติ และเชิงวัฒนธรรม คือคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านภาษาลาว



ภาพประกอบ 220 ป้ายร้านค้าที่สะท้อนความสมเหตุสมผล

จากตัวอย่างภาพประกอบ 220 “ร้านซ่อมแปงโทรศัพท์” “จำหน่าย-ซ่อมแปงโทรศัพท์มือถือ” “เปลี่ยน-ล้างโปรแกรม-ล้างพาสเวิร์ด-ทวงคืนข้อมูล” “โทรเลข-ติดตั้งอินเทอร์เน็ต-ขายอุปกรณ์เสริม” “พิเศษ: ซ่อมแปงโทรศัพท์มือถือ” “Tel: 020 9805 8092” “THU Smartphone” “Sửa điện thoại - Dán máy - Tải nhạc” “Nạp tiếng Việt - Cài mạng” “INTERNET”

ป้ายร้านจำหน่ายและซ่อมโทรศัพท์มือถือแห่งนี้เลือกใช้ภาษาลาว ภาษาเวียดนาม และภาษาอังกฤษร่วมกัน ในรูปแบบการเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน โดยมีการจัดลำดับภาษาลาวเป็นภาษาหลัก ตามด้วยภาษาเวียดนามในบางส่วน และภาษาอังกฤษในลักษณะการทับศัพท์และคำเทคนิค แสดงถึงความสมเหตุสมผลในบริบทของการสื่อสารธุรกิจในนครปากเซ ภาษาลาว ถูกใช้เขียนชื่อร้าน คำอธิบายบริการ และข้อความสำคัญทั้งหมด แสดงถึงความตั้งใจในการสื่อสารกับลูกค้าท้องถิ่นซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ภาษาเวียดนาม ถูกใช้เขียนคำอธิบายบริการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี เช่น “Sửa điện thoại” (ซ่อมโทรศัพท์) “Nạp tiếng Việt” (ติดตั้งภาษาเวียดนาม) ซึ่งบ่งชี้ว่าร้านแห่งนี้มีความพยายามในการเจาะตลาดลูกค้าชาวเวียดนาม ซึ่งมีจำนวนมากและมีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจในนครปากเซ โดยเฉพาะในภาคธุรกิจโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ลูกค้าชาวเวียดนามมีความต้องการเฉพาะทาง ภาษาอังกฤษ ถูกใช้เขียนชื่อแบรนด์และคำทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี เช่น “INTERNET” รวมถึง “Tel” ซึ่งช่วยเสริมภาพลักษณ์ของร้านให้มีความทันสมัยและสามารถเข้าใจได้ในระดับสากล แม้จะมีบทบาทน้อยที่สุด แต่ก็เป็นส่วนหนึ่งของการเพิ่มความเข้าใจสำหรับกลุ่มลูกค้าที่ไม่ใช่เจ้าของภาษา นอกจากนี้ป้ายดังกล่าวใช้สีฟ้าเป็นพื้นหลัง ตัดกับตัวอักษรสีแดงและสีขาว อีกทั้งยังมีภาพประกอบของอุปกรณ์สื่อสารเพื่อแสดงประเภทสินค้าและบริการให้ชัดเจนยิ่งขึ้น



ภาพประกอบ 221 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่สะท้อนความสมเหตุสมผล

จากตัวอย่างภาพประกอบ 221 “ECOLE PRIMAIRE DE PAKSE” ป้ายโรงเรียนประถมปากเซเลือกใช้ภาษาฝรั่งเศสเพียงภาษาเดียว โดยไม่มีการใช้ภาษาอื่นร่วมด้วย แม้ในบริบทของการสื่อสารในประเทศลาวจะมีแนวโน้มให้ใช้ภาษาลาวเป็นหลัก แต่การเลือกใช้ภาษาฝรั่งเศสทั้งหมดบนป้ายนี้สามารถอธิบายได้อย่างสมเหตุสมผลในเชิงประวัติศาสตร์และภาพลักษณ์ของสถานศึกษา โดยภาษาฝรั่งเศสมีบทบาทในฐานะภาษาของอดีตเจ้าอาณานิคม และยังคงหลงเหลืออิทธิพลในระบบราชการ การศึกษา และวัฒนธรรม โดยเฉพาะในสถานศึกษาระดับประถม มัธยม และอุดมศึกษา ที่มีต้นแบบหรือแนวทางจากระบบการศึกษาของฝรั่งเศส การใช้ภาษาฝรั่งเศสเพียงภาษาเดียวบนป้ายจึงสะท้อนให้เห็นถึงความสมเหตุสมผลในมิติทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และการศึกษา



ภาพประกอบ 222 ป้ายร้านค้าที่สะท้อนความสมเหตุสมผล

จากตัวอย่างภาพประกอบ 222 “ร้านดอกไม้สดวิเวียน” “VIVIAN GARDEN & FLOWER SHOP” “薇薇安鲜花商店” ป้ายร้านดอกไม้สดวิเวียนเลือกใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน โดยนำเสนอในรูปแบบการเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย ซึ่งทำหน้าที่สื่อสารเนื้อหาเดียวกันผ่านหลายภาษา โดยจัดวางภาษาลาว

ไว้ด้านบนสุด ขนาดใหญ่ที่สุด ตามด้วยภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ซึ่งแสดงถึงลำดับความสำคัญของกลุ่มเป้าหมาย และสะท้อนถึงความสมเหตุสมผลในการเลือกใช้ภาษาเพื่อสื่อสารกับผู้บริโภคในนครปากเซ โดยภาษาลาวในฐานะภาษาราชการ ถูกใช้เป็นอันดับแรก สะท้อนความเคารพต่อบริบทวัฒนธรรมของพื้นที่ รวมถึงการยึดโยงกับลูกค้าชาวลาวในท้องถิ่น การใช้ภาษาลาวจึงไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ในการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังตอกย้ำอัตลักษณ์ของผู้ประกอบการในฐานะคนในพื้นที่ที่ให้ความสำคัญกับชุมชน ภาษาอังกฤษ ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในนครปากเซ จึงเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นสากลที่ช่วยเสริมภาพลักษณ์ของร้านให้มีความทันสมัย และน่าเชื่อถือ ส่วนภาษาจีน ทำหน้าที่รองรับกลุ่มลูกค้าชาวจีน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีบทบาททางเศรษฐกิจในท้องถิ่น ทั้งในฐานะผู้ประกอบการ ผู้อยู่อาศัย และนักท่องเที่ยว การเลือกใช้ภาษาจีนจึงเป็นกลยุทธ์ที่สมเหตุสมผลในเชิงการตลาดที่ช่วยให้ร้านสามารถเข้าถึงเครือข่ายผู้บริโภคที่หลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การใช้ตัวอักษรสีขาวบนพื้นหลัง สีน้ำตาลเข้มกับ กรอบลวดลายไปไม้สีเขียว ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่สวยงาม สื่อถึงความเป็นธรรมชาติ ความหรูหราและสอดคล้องกับธุรกิจดอกไม้

4.3 ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (Power relations)

ภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะในนครปากเซสะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจในหลากหลายมิติ ทั้งอำนาจของรัฐ อำนาจของกลุ่มชาติพันธุ์ และอำนาจทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ การเลือกใช้ภาษาของป้ายแต่ละประเภท ไม่ได้เป็นเพียงการสื่อสารข้อมูล แต่ยังแฝงนัยยะของการครอบครองพื้นที่ การกำหนดตัวตน และการต่อรองทางอำนาจในสังคมพหุวัฒนธรรม

การใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักบนป้ายหน่วยงานราชการ ป้ายบอกทาง และป้ายสาธารณะอื่น ๆ แสดงถึงบทบาทของรัฐในการควบคุมพื้นที่สาธารณะและกำหนดรูปแบบการสื่อสารภายในประเทศ การเลือกใช้ภาษาลาวเพียงภาษาเดียวบนป้ายราชการเป็นการเน้นย้ำอำนาจของรัฐในการธำรงเอกภาพของชาติ และย้ำถึงบทบาทของภาษาลาวในฐานะสัญลักษณ์ของอำนาจรัฐที่มีต่อสังคม

ในภาคธุรกิจ การปรากฏของภาษาอังกฤษบนป้ายโรงแรม ร้านอาหาร และบริการด้านการท่องเที่ยว สะท้อนถึงอิทธิพลของกลุ่มทุนระหว่างประเทศที่มีบทบาทต่อโครงสร้างเศรษฐกิจของนครปากเซ การใช้ภาษาอังกฤษบนป้ายที่มีลักษณะการเขียนสองภาษาและหลายภาษา ไม่ได้มีเป้าหมายเพียงแค่ว่าเพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังแสดงถึงการปรับตัวของภาคธุรกิจที่ต้องพึ่งพาตลาดโลก และสะท้อนการยอมรับสถานะของภาษาอังกฤษในฐานะภาษากลางที่มีบทบาทสำคัญในระดับนานาชาติ การใช้ภาษาจีนและภาษาเวียดนามในย่านการค้าต่าง ๆ สะท้อนให้เห็นถึงอำนาจทางเศรษฐกิจของชุมชนชาติพันธุ์ในนครปากเซ การเลือกใช้ภาษาของกลุ่มชาติพันธุ์เหล่านี้บนป้าย ไม่เพียงแต่แสดงถึงการรักษาอัตลักษณ์ของกลุ่มตนเอง แต่ยังเป็นการยืนยันบทบาทและ

อิทธิพลทางเศรษฐกิจของชุมชนเหล่านี้ในนครปากเซ ส่วนการใช้ภาษาฝรั่งเศสในบางป้าย เช่น ป้ายสถานศึกษา หน่วยงานราชการ และโรงแรมบางแห่ง สะท้อนอำนาจทางวัฒนธรรมที่ตกทอดมาจากยุคอาณานิคม แม้ภาษาฝรั่งเศสจะไม่ได้มีบทบาทสำคัญในปัจจุบัน แต่การดำรงอยู่ของภาษานี้ในบางบริบทยังทำหน้าที่เป็นเครื่องหมายแห่งอำนาจทางประวัติศาสตร์ที่สืบทอดต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ การใช้หลายภาษาบนป้ายเดียวกัน ยังสะท้อนถึงกลไกการต่อรองเชิงอำนาจระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการท้องถิ่น กลุ่มชาติพันธุ์ และนักท่องเที่ยวดังชาติ ภายใต้การควบคุมของรัฐที่กำหนดแนวนโยบายด้านภาษาในพื้นที่สาธารณะอีกด้วย

ความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่สะท้อนผ่านการเลือกใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แสดงให้เห็นถึงพลวัตทางสังคมที่แต่ละกลุ่มพยายามสร้างและต่อรองบทบาทของตนเอง เพื่ออ้างอัตลักษณ์และผลประโยชน์ของกลุ่มตนเองในบริบทของการเปลี่ยนแปลงสังคมพหุวัฒนธรรม



ภาพประกอบ 223 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 223 “ທະນາຄານແຫ່ງ ສປປ ລາວ” “ຮັກຊາດ ຮັກເອກະລາດ ເປັນເຈົ້າເສດຖະກິດ ຕ້ອງຮ່ວມຈິດຮ່ວມໃຈນຳໃຊ້ເງິນກີບ” “ຢູ່ເມືອງລາວໃຊ້ແຕ່ເງິນກີບ” ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาครัฐนี้ไม่ได้จำกัดเนื้อหาสื่อสารเพียงแค่การให้ข้อมูลเท่านั้น แต่เป็นการส่งผ่านอุดมการณ์ของรัฐ และการใช้อำนาจเชิงสัญลักษณ์ เพื่อตอกย้ำอัตลักษณ์ของชาติในพื้นที่สาธารณะ การเลือกใช้ภาษาลาวเพียงภาษาเดียว โดยไม่มีภาษาต่างประเทศอื่นปรากฏร่วม สะท้อนถึงอำนาจของรัฐในการควบคุมและกำหนดทิศทางของการใช้ภาษาในพื้นที่สาธารณะ ภาษาลาวในที่นี้ไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงภาษาสื่อสารเท่านั้น แต่เป็นภาษาที่แฝงอุดมการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ และอัตลักษณ์ชาติ อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในบริบทของข้อความที่รณรงค์ให้ใช้เงินกີบ ซึ่งข้อความดังกล่าวทำหน้าที่เป็นเครื่องมือของรัฐผ่านการใช้ภาษาเพื่อควบคุมพฤติกรรมทางเศรษฐกิจ



ภาพประกอบ 224 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 224 “ຕະຫລາດໃໝ່ປາກເຊ ແຂວງຈຳປາສັກ” “PAKSE NEW MARKET CHAMPASAK PROVINCE” ป้ายตลาดใหม่เมืองปากเซเลือกใช้ภาษาลาวและภาษาอังกฤษร่วมกัน โดยนำเสนอในรูปแบบการเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย โดยมีภาษาลาวอยู่ด้านบนและมีขนาดใหญ่กว่าภาษาอังกฤษ ภาษาลาวในที่นี้ทำหน้าที่ตอกย้ำอำนาจของรัฐและความเป็นเจ้าของของท้องถิ่น โดยเฉพาะในบริบทของตลาด ซึ่งเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่ชาวลาวส่วนใหญ่เข้าถึง ภาษาลาวจึงเป็นภาษาหลักที่ทำหน้าที่กำหนดพื้นที่การสื่อสารภายในชุมชน ขณะเดียวกันการใช้ภาษาอังกฤษ ซึ่งแม้จะอยู่รองลงมาแต่ก็มีขนาดตัวอักษรใกล้เคียงกับภาษาลาว แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจในมิติของเศรษฐกิจระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในบริบทของการค้าและการท่องเที่ยวในนครปากเซ ซึ่งเป็นเมืองชายแดนที่มีนักท่องเที่ยวและนักลงทุนจากต่างประเทศหลั่งไหลเข้ามาอย่างต่อเนื่อง ภาษาอังกฤษจึงไม่ได้เป็นเพียงภาษาของข้อมูล แต่เป็นภาษาที่มีอำนาจเชิงสัญลักษณ์ในการเชื่อมโยงกับโลกภายนอก เปิดพื้นที่ของตลาดให้กว้างขวาง และเสริมศักยภาพในการแข่งขันของเศรษฐกิจท้องถิ่นในระดับสากล



ภาพประกอบ 225 ป้ายร้านค้าที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 225 “ຮ້ານອາບິນ ຂາຍເຄື່ອງສົ່ງ-ຍ່ອຍ ກາມຊື້ຜ່ານອອນໄລ໌ມ” “阿兵超市 零售-批发 网络代购” ປ້າຍຮ້ານອາບິນ ເລືອກໃຊ້ພາສາລາວແລະພາສາຈີນ ຮ່ວມກັນ ໂດຍນຳເສນອໃນຮູບແບບການເຊີນແບບແປດຮຸ່ງຕົວຫຼືການເຊີນທັບຕັ້ງຂອງທຸກຂໍ້ຄວາມ ໃນທຸກພາສາທີ່ປຶກາກູບປ້າຍ ຈັດວາງພາສາລາວໄວ້ດ້ານບນພາສາຈີນ ແສດງໃຫ້ເຫັນດຶງຄລຸທູຣີໃນການຕໍ່ຮອງ ເຊີງອຳນາຈຂອງຄຸ່ມຜູ້ປຶກາກູບການເຊີງສາຍຈີນ ຄັບໂຄຣງສ້າງທາງພາສາຂອງຣຸ່ງ ແມ້ຈະວາງພາສາລາວໄວ້ ດ້ານບນ ຈຶ່ງສະທ້ອນດຶງການເຄາຣພຕໍ່ອຳນາຈຣຸ່ງແລະບທາທຂອງພາສາປຶກາຈາຊາຕີ ແຕ່ພາສາຈີນຄັບມີ ຂນາດຕົວອັກຂຣໃຫຍ່ກວ່າແລະໂຕດເຕ່ນກວ່າພາສາລາວ ສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນດຶງອຳນາຈຂອງຄຸ່ມຊາຕີພັນຣຸ່ງຈີນ ໃນຣຸ່ງນະຜູ້ມີບທາທສຳຄັດທາງເສຣຊຸກຶງໃນພື້ນທີ່ ການໃຊ້ພາສາຈີນຈຶ່ງໄດ້ເປັນເຟີງການສື່ສາຣກັບ ຄຸ່ມລູກຄ້າຜູ້ຣຸ່ງພາສາຈີນເທ່ານັ້ນ ແຕ່ເປັນການປຶກາສຄວາມເປັນເຈົ້າຂອງພື້ນທີ່ເສຣຊຸກຶງບາງສ່ວນໃນ ນຄຣປາກເຊຜ່ານພາສາຂອງຕນເອງ ນອກຈາກນີ້ ການອອກແບບປ້າຍໂດຍໃຊ້ພື້ນລັ່ງສີແດງແລະຕົວອັກຂຣ ສີເລືອງ ຈຶ່ງມີຄວາມຫມາຍທາງວັດນຣຣມຈີນວ່າເປັນສີແຫ່ງໂຊຄລາກ ຄວາມມັ່ງຄັ່ງ ແລະອຳນາຈ ຊ່ວຍຕອກຍ້າ ດຶງຄວາມສັມພັນທາງເສຣຊຸກຶງທີ່ເຊີງມ່ືງກັບຣາກເຜົ່າທາງວັດນຣຣມຂອງຜູ້ປຶກາກູບ ປ້າຍຮ້ານອາບິນ ຈຶ່ງເປັນພາບສະທ້ອນທີ່ຊັດເຈນຂອງຄວາມສັມພັນເຊີງອຳນາຈຮ່ວມກັບຄຸ່ມຊາຕີພັນຣຸ່ງຈີນໃນຄຣ ປາກເຊທີ່ຕໍ່ຮອງບທາທຜ່ານພາສາບນປ້າຍສາຣາຣນະ



ภาพประกอบ 226 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 226 “ໂຮງຮຽນອະນຸບາບ ໂພມໄຊ” “TRƯỜNG MẪU GIÁO PHÔNGSAY” ປ້າຍຮຽນອນຸບາລໂພນໄຊເລືອກໃຊ້ພາສາລາວແລະພາສາເວີຍດນາມຮ່ວມກັນ ໂດຍເສນອ ໃນຮູບແບບການເຊີນແບບແປດຮຸ່ງຕົວຫຼືການເຊີນທັບຕັ້ງຂອງທຸກຂໍ້ຄວາມ ໂດຍພາສາລາວຈັດວາງຢູ່ ດ້ານບນ ສະທ້ອນດຶງອຳນາຈຂອງຣຸ່ງໃນການກຳນາດລຳດັບຄວາມສຳຄັດຂອງພາສາໃນພື້ນທີ່ການຊຶກຊາແລະ ພື້ນທີ່ສາຣາຣນະ ອຸ່່ງໄກ່ຕາມ ການປຶກາກູບຂອງພາສາເວີຍດນາມໃນລຳດັບຮອງລຸ່ມ ໂດຍສື່ຄວາມຫມາຍ ເຫມືອນກັນ ສະທ້ອນດຶງການຍອມຣັບແລະຕອບສນອງຕໍ່ບທາທຂອງຄຸ່ມຊາຕີພັນຣຸ່ງເວີຍດນາມ ຈຶ່ງມີຄວາມ ເຂັ້ມແຂັງໃນຄຣປາກເຊ ທັ້ງໃນດ້ານຈຳນວນປຶກາຣ ບທາທທາງເສຣຊຸກຶງ ແລະການມີສ່ວນຮ່ວມໃນຮຸບ

การศึกษา ภาษาเวียดนามบนป้ายจึงทำหน้าที่เป็นเครื่องมือของการยอมรับอัตลักษณ์ชาติพันธุ์
 ป้ายโรงเรียนอนุบาลโพนไซจึงเป็นภาพสะท้อนของการจัดสรรพื้นที่สื่อสารภายใต้ความสัมพันธ์เชิง
 อำนาจระหว่างรัฐกับกลุ่มชาติพันธุ์เวียดนาม



ภาพประกอบ 227 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 227 “ສະຫະພັນນັກຮົບເກົ່າ ແຂວງຈໍາປາສັກ” “La fédération des vétérans” ป้ายสมาคมทหารผ่านศึกแขวงจำปาสักเลือกใช้ภาษาลาวและภาษาฝรั่งเศส โดยนำเสนอในรูปแบบการเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความ โดยจัดวางภาษาลาวไว้ด้านบนภาษาฝรั่งเศส ซึ่งทั้งสองภาษามีขนาดตัวอักษรใกล้เคียงกัน สะท้อนให้เห็นถึงการต่อรองเชิงอำนาจระหว่างรัฐลาวกับอำนาจอาณานิคมฝรั่งเศส การใช้ภาษาฝรั่งเศสบนป้ายจึงสะท้อนถึงอิทธิพลของอดีตเจ้าอาณานิคมที่ยังมีอำนาจเชิงสัญลักษณ์อยู่ในระบบราชการ การศึกษา และองค์กรรัฐบางประเภท โดยเฉพาะองค์กรกองทัพและการศึกษา ป้ายสมาคมทหารผ่านศึกนี้จึงสะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างอำนาจของรัฐลาวที่พยายามต่อยอดอัตลักษณ์ผ่านการใช้ภาษาลาวกับอิทธิพลเชิงประวัติศาสตร์ของฝรั่งเศส



ภาพประกอบ 228 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 228 “ธนาคารร่วมพัฒนา” “Joint Development Bank” “联合发展银行” ป้ายธนาคารพัฒนาร่วมเลือกใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน โดยนำเสนอในรูปแบบการเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความ โดยจัดวางภาษาลาวไว้ด้านบนสุด ตามด้วยภาษาอังกฤษและภาษาจีน สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ซ้อนทับกันระหว่างรัฐกับกลุ่มทุนระหว่างประเทศ ภาษาลาวในฐานะภาษาราชการ แสดงถึงอำนาจของรัฐในการควบคุมพื้นที่สาธารณะและอรรถลักษณะของชาติ ขณะที่ภาษาอังกฤษสะท้อนอิทธิพลของตลาดโลกและความเป็นสากลของระบบการเงิน ส่วนภาษาจีนที่แม้จะลำดับสุดท้ายแต่กลับสื่อถึงอำนาจทางเศรษฐกิจของจีนที่มีบทบาทสำคัญในระบบธนาคารและการลงทุนในนครปากเซ การใช้สามภาษาบนป้ายเดียวกันจึงไม่เพียงสะท้อนความหลากหลายทางภาษา แต่ยังเป็นการต่อรองเชิงอำนาจระหว่างภาครัฐ อิทธิพลตะวันตก และกลุ่มทุนจีนที่ดำรงอยู่ร่วมกันในโครงสร้างเศรษฐกิจปัจจุบัน

4.4 อัตลักษณ์ของหมู่คณะ (Collective identity)

ภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะในนครปากเซไม่ได้มีบทบาทเพียงการสื่อสารข้อมูลเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่สะท้อนอัตลักษณ์ของหมู่คณะที่อาศัยและประกอบกิจกรรมในพื้นที่ ภูมิทัศน์ภาษาในนครปากเซจึงเป็นพื้นที่การแสดงอัตลักษณ์ของหมู่คณะ ทั้งในระดับชาติ ชาติพันธุ์ และระดับสากล

การใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักบนป้ายราชการ ป้ายบอกทาง และป้ายร้านค้าทั่วไป ตอกย้ำอัตลักษณ์ของคนลาวในฐานะชนชาติหลักของนครปากเซ ภาษาลาวทำหน้าที่สร้างความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวในสังคม และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของนครปากเซในฐานะพื้นที่ที่ดำรงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมอย่างเหนียวแน่น ขณะเดียวกัน การใช้ภาษาอังกฤษบนป้ายธุรกิจ โรงแรม และบริการด้านการท่องเที่ยว แสดงถึงการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ในระดับนานาชาติ การเปิดรับภาษาอังกฤษเป็นการยืนยันถึงการมีอยู่ของกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีบทบาททางเศรษฐกิจในนครปากเซ และสะท้อนความเชื่อมโยงของนครปากเซกับกระแสเศรษฐกิจโลก การใช้ภาษาจีนและภาษาเวียดนามในย่านการค้าบางแห่ง แสดงให้เห็นถึงการดำรงอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่ แม้จะอยู่ภายในกรอบของรัฐ แต่กลุ่มชาติพันธุ์เหล่านี้ยังคงรักษาภาษา วัฒนธรรม และเครือข่ายเศรษฐกิจของตนเองไว้อย่างเข้มแข็ง การปรากฏของภาษาฝรั่งเศสในบางหน่วยงานราชการและสถานศึกษา เป็นการแสดงอัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงนครปากเซกับอดีตยุคอาณานิคม แม้ภาษาฝรั่งเศสจะไม่ได้มีบทบาทในปัจจุบันแล้วก็ตาม นอกจากนี้ การใช้หลายภาษาบนป้ายเดียว ยังสะท้อนถึงการสร้างอัตลักษณ์ร่วมในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ

การใช้ภาษาในภูมิทัศน์ภาษาของนครปากเซเผยให้เห็นกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ร่วมของสังคมที่ผสมผสานระหว่างการดำรงเอกลักษณ์ชาติ การรักษาอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ และการเปิดรับอัตลักษณ์

สากล ภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะจึงเป็นทั้งเครื่องมือสื่อสารและภาพสะท้อนพลวัตทางสังคมของนครปากเซในยุคโลกาภิวัตน์



ภาพประกอบ 229 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของหมู่คณะ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 229 “สมุทฺทภักวํลัฏรลวมในทัวแฉวงเฝ้าปักปักธักสา และ พัดทะนา” “แฉวงจำปาสักใช้ทากยเป้มใจทากยเฝ้ามโยงพายในพาทขี้ม และ สากิม” ป้ายข้อความประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาลาวเพียงภาษาเดียว ซึ่งไม่เพียงทำหน้าที่สื่อสารเชิงข้อมูลเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงการสร้างอัตลักษณ์ของหมู่คณะในระดับชาติได้อย่างชัดเจน โดยเนื้อหาที่เน้นการรวมพลัง การพัฒนา และการปฏิบัติตามแนวทางของรัฐ บ่งชี้ถึงความพยายามของรัฐในการสร้างความรู้สึกร่วมของประชาชนต่อชาติ ผ่านการใช้ภาษาประจำชาติเพียงภาษาเดียวในพื้นที่สาธารณะ การเลือกใช้ภาษาลาวจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นพลเมือง และสร้างอัตลักษณ์ร่วมของประชาชนในฐานะสมาชิกของประเทศ โดยป้ายดังกล่าวทำหน้าที่เป็นทั้งวาทกรรมของรัฐและพื้นที่แสดงออกของหมู่คณะในระดับชาติ ที่ต้องการเน้นย้ำความสามัคคี ความภาคภูมิใจในแผ่นดินเกิด และการมีส่วนร่วมเชิงสัญลักษณ์ในการพัฒนาท้องถิ่นตามอุดมการณ์ของชาติ



ภาพประกอบ 230 ป้ายสถานที่และหน่วยงานที่สะท้อนอัตลักษณ์ของหมู่คณะ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 230 “ทะซົນ ເຈົ້າອະນຸວົງ” “CHAO ANOUVONG ROAD” ป้ายถนนเจ้าอนุวงศ์เลือกใช้ภาษาลาวและภาษาอังกฤษ โดยนำเสนอในรูปแบบการเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความ เพื่อสื่อสารกับคนในพื้นที่และชาวต่างชาติ การเลือกใช้ชื่อเจ้าอนุวงศ์ซึ่งเป็นวีรบุรุษทางประวัติศาสตร์ของลาว เป็นการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของหมู่คณะ ในฐานะประชาชนชาวลาวที่มีความภาคภูมิใจในชาติพันธุ์และอดีตของตนเอง ชื่อถนนดังกล่าวไม่ได้มุ่งเน้นการแสดงตัวตนของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง แต่เป็นการนำเสนอภาพรวมของสังคมลาวผ่านการเชิดชูบุคคลสำคัญทางประวัติศาสตร์ การปรากฏของภาษาอังกฤษควบคู่กับภาษาลาว สะท้อนให้เห็นถึงความตั้งใจของรัฐในการส่งเสริมการรับรู้และความเข้าใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่นทั้งคนในพื้นที่และผู้มาเยือน การตั้งชื่อถนนจึงมีบทบาทมากกว่าการระบุสถานที่ แต่ทำหน้าที่รักษาความทรงจำทางประวัติศาสตร์ให้ดำรงอยู่และเป็นที่ยอมรับจนถึงปัจจุบัน



ภาพประกอบ 231 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของหมู่คณะ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 231 “ບໍລິການຂົນສົ່ງດ່ວນຢ່ວນທອງສາຂາປາກເຊ” “巴色友谊商场加油站分站 圆通速递” “EXPRESS 穿站代码:BS01 4-6 天 express” “ວິທີການຕື່ມຂໍ້ມູນໃນການຮັບເຄື່ອງ” “中国收货信息填写方式” “ລາຄາ: 10,000 kip/KG” “收件人:BS01 客户姓名 50M 收件电话:13503024158 收件地址:广东省佛山市南海区里水镇胜利五 一村国宏产业园C104档-转BS01巴色+老挝电话” “TEL:020-5243 0621” “ທີ່ຢູ່:ຫຼັກ 2 ປາກເຊຂ້າງບ້ານນ້ຳມັນແຟນຊິມມໍ” “地址:巴色2公里友谊商场加油站旁边” ป้ายบริการขนส่งเลือกใช้ภาษาจีนเป็นภาษาหลัก รองลงมาคือภาษาลาวและภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ถูกใช้เขียนชื่อบริษัท รายละเอียดบริการ คำแนะนำในการกรอกข้อมูล และที่อยู่ สะท้อนอัตลักษณ์ของหมู่คณะของชาติพันธุ์จีน ในนครปากเซที่มีความเข้มแข็งในด้านเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในธุรกิจการขนส่งและการค้าระหว่าง

ประเทศ ภาษาจีนทำหน้าที่เป็นภาษากลางของเครือข่ายการค้าที่เชื่อมโยงลูกค้าชาวจีนในพื้นที่กับ ศูนย์กลางโลจิสติกส์ในประเทศจีน ขณะที่ภาษาลาวซึ่งปรากฏในข้อความทั่วไป เช่น อัตราค่าขนส่ง หรือที่อยู่ภายในประเทศ สะท้อนถึงการพยายามเชื่อมโยงกับชุมชนท้องถิ่นและการดำเนินงานภายใต้ บริบทของรัฐลาว ส่วนภาษาอังกฤษที่ใช้เฉพาะคำว่า “EXPRESS” ทำหน้าที่สร้างภาพลักษณ์ ความเป็นสากล บ้ายนี้จึงไม่ได้เป็นเพียงสื่อประชาสัมพันธ์เชิงธุรกิจ แต่เป็นพื้นที่แสดงออกถึง อัตลักษณ์ของหมู่คณะชาวจีนในลาว ที่ยืนยันการมีอยู่และบทบาทของตนผ่านการใช้ภาษาบนป้าย สาธารณะในนครปากเซ



ภาพประกอบ 232 ป้ายร้านค้าที่สะท้อนอัตลักษณ์ของหมู่คณะ

จากตัวอย่างภาพประกอบ 232 “ສະມາຄົມຫວຽດນາມ ແຂວງຈໍາປາສັກ” “HỘI NGƯỜI VIỆT NAM TỈNH CHAMPASAK” บ้ายสมาคมชาวเวียดนาม แขวงจำปาสักเลือกใช้ภาษาลาว และภาษาเวียดนามร่วมกัน โดยนำเสนอในรูปแบบการเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ ของทุกข้อความ จัดวางภาษาลาวไว้ด้านบนภาษาเวียดนาม และมีขนาดตัวอักษรใกล้เคียงกัน สะท้อน ถึงความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของหมู่คณะชาติพันธุ์เวียดนามที่มีความเข้มแข็งในพื้นที่ การใช้สอง ภาษาแสดงถึงการประนีประนอมระหว่างที่ยืนยันตนในฐานะพลเมืองกลุ่มน้อยกับการเคารพ โครงสร้างรัฐของประเทศที่พำนักอยู่ บ้ายนี้จึงไม่เพียงทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ขององค์กรเท่านั้น แต่ยังเป็น การแสดงออกถึงการมีอยู่ของชุมชนชาวเวียดนามในนครปากเซที่รวมกลุ่มกันอย่างเป็นทางการ และมีอัตลักษณ์ที่ชัดเจน



ภาพประกอบ 233 ป้ายร้านค้าที่สะท้อนอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน

จากตัวอย่างภาพประกอบ 233 “ECOLE PRIMAIRE DE BANTHONG” ป้ายโรงเรียนประถม บ้านท่าเลือกใช้ภาษาฝรั่งเศสเพียงภาษาเดียว สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของหมู่บ้านที่ยังคงเชื่อมโยงกับมรดกทางประวัติศาสตร์ยุคอาณานิคมของฝรั่งเศสในสปป.ลาวอย่างชัดเจน การคงภาษาฝรั่งเศสไว้ในบริบทของสถานศึกษาสื่อถึงความต่อเนื่องของกลุ่มสังคมที่ให้คุณค่ากับวัฒนธรรมและระบบการศึกษาตะวันตก ซึ่งนครปากเซเคยเป็นศูนย์กลางทางการปกครองในยุคอาณานิคม ป้ายนี้จึงทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ของหมู่บ้านที่ต้องการรักษาอัตลักษณ์ในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และการศึกษา แม้ในปัจจุบันภาษาฝรั่งเศสจะไม่ใช่ภาษาหลักของรัฐ แต่การปรากฏอย่างเด่นชัดบนป้ายโรงเรียนยังคงแสดงถึงความหลากหลายของความหลากหลายทางภาษาและกลุ่มชาติพันธุ์



ภาพประกอบ 234 ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน

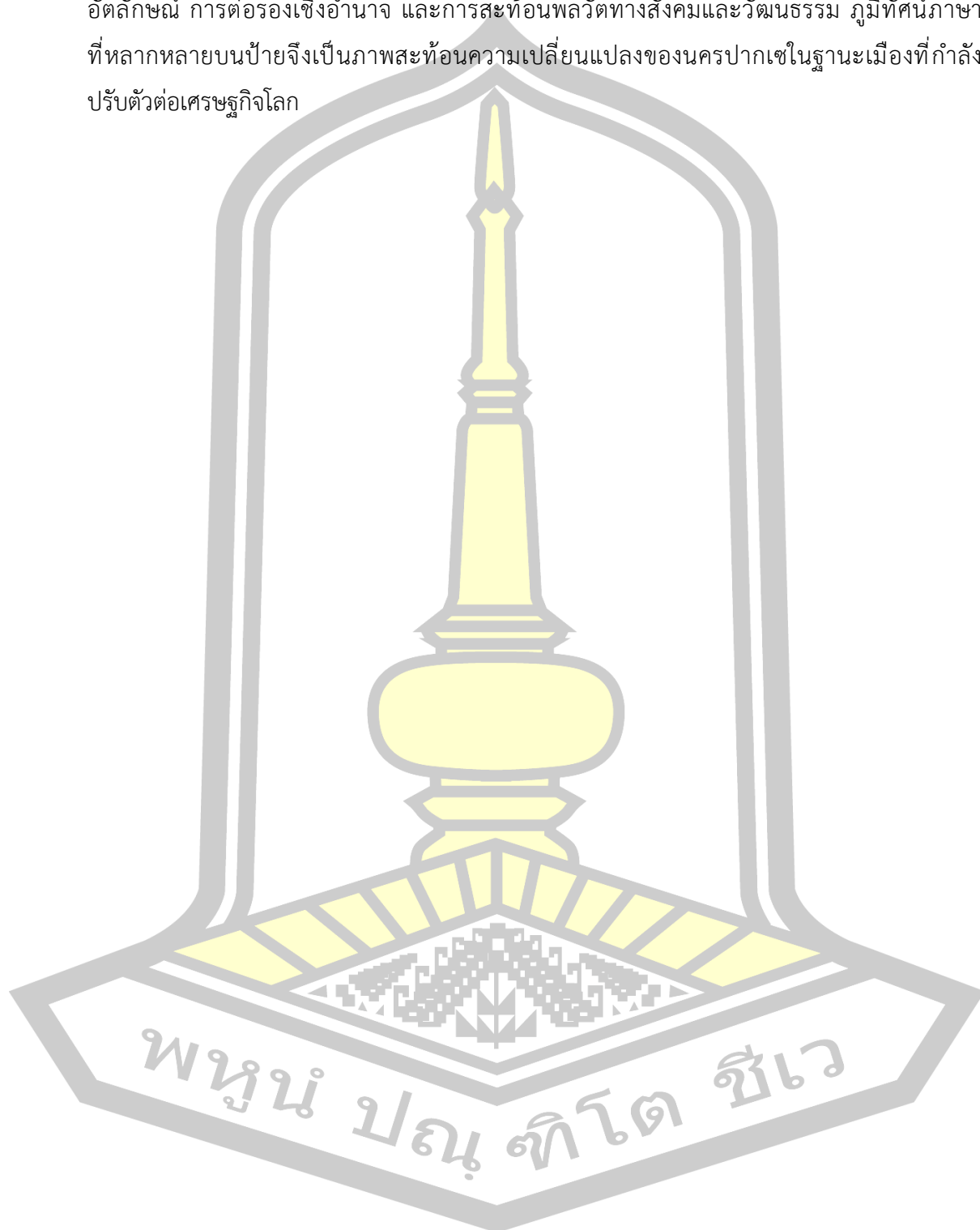
จากตัวอย่างภาพประกอบ 234 “เรือนให้เช่า” “NHÀ CHO THUÊ” “房屋出租” “Tel: 95934545 22759555” ป้ายให้เช่าบ้านนี้เลือกใช้ภาษาลาว ภาษาเวียดนาม ภาษาจีน และภาษาอังกฤษร่วมกัน โดยนำเสนอในรูปแบบการเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน สะท้อนอัตลักษณ์ของหมู่บ้านในนครปากเซในฐานะชุมชนพหุชาติพันธุ์ที่มีความหลากหลาย

ทางภาษาและวัฒนธรรม การจัดวางภาษาลาวไว้เป็นภาษาหลักบ่งชี้ถึงความพยายามรักษาความเป็นเอกภาพของรัฐและการสื่อสารกับคนในพื้นที่ ขณะที่ภาษาจีนและภาษาเวียดนามที่ปรากฏในระดับเท่าเทียมกัน แสดงให้เห็นถึงการยอมรับบทบาทของกลุ่มชาติพันธุ์เหล่านี้ในโครงสร้างสังคมและเศรษฐกิจของเมือง โดยเฉพาะในบริบทของการค้า ส่วนภาษาอังกฤษ แม้จะปรากฏเพียงในคำว่า “Tel” แต่ยังเป็นสัญลักษณ์ของการเปิดรับต่อโลกภายนอกและการติดต่อสื่อสารในระดับสากล ป้ายนี้จึงไม่ใช่เพียงสื่อประชาสัมพันธ์ทางธุรกิจ แต่ยังสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของหมู่คณะในเชิงสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมที่มีการอยู่ร่วมกันและปรับตัวภายใต้ความหลากหลายของนครปากเซ

จากการศึกษาหน้าที่ของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่าภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะไม่ได้ทำหน้าที่เพียงสื่อสารข้อมูลเท่านั้น แต่ยังสะท้อนพลวัตทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของพื้นที่อย่างลึกซึ้ง

ด้านการนำเสนอตัวตน การเลือกใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักบนป้ายราชการและร้านค้าทั่วไป เป็นการ彰อัตลักษณ์ท้องถิ่นและความเป็นชาติ ขณะที่การใช้ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาเวียดนามในบางป้าย สะท้อนถึงการเปิดรับเศรษฐกิจโลก และการดำรงอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่อย่างชัดเจน ด้านความสมเหตุสมผล พบว่าการเลือกใช้ภาษาบนป้ายต่าง ๆ สอดคล้องกับบริบททางสังคมและเศรษฐกิจของนครปากเซอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ การใช้ภาษาลาวเพื่อสื่อสารกับประชากรท้องถิ่น การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว และภาษาจีนหรือเวียดนามเพื่อสื่อสารกับกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีบทบาททางเศรษฐกิจในพื้นที่ ด้านความสัมพันธ์เชิงอำนาจ พบว่าการใช้ภาษาลาวบนป้ายราชการสะท้อนบทบาทของรัฐในการกำหนดภูมิภาคที่มีภาษาในพื้นที่สาธารณะ ขณะที่การปรากฏของภาษาอังกฤษ จีน และเวียดนามบนป้ายภาคธุรกิจบ่งชี้ถึงอิทธิพลทางเศรษฐกิจของกลุ่มทุนต่าง ๆ และการดำรงอยู่ของภาษาฝรั่งเศสในหน่วยงานบางแห่ง ยังคงทำหน้าที่เชื่อมโยงกับมรดกทางวัฒนธรรมจากยุคอาณานิคม ด้านอัตลักษณ์ของหมู่คณะ พบว่าภาษาที่ปรากฏบนป้ายสะท้อนตัวตนร่วมของกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมพหุวัฒนธรรมของนครปากเซ การใช้ภาษาลาวเน้นย้ำอัตลักษณ์ของชนชาติลาว ขณะที่การใช้ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาเวียดนาม สะท้อนถึงการดำรงอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์และการเชื่อมโยงกับกระแสโลกาภิวัตน์ที่เข้ามามีอิทธิพลต่อพื้นที่ นอกจากนี้ การปรากฏของภาษาบนป้าย ทั้งในรูปแบบภาษาเดียว สองภาษา และหลายภาษา ยังสะท้อนถึงกลยุทธ์การเลือกใช้ภาษาเพื่อตอบสนองความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมาย และทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการสร้างอัตลักษณ์ของแต่ละกลุ่มในพื้นที่

ภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะในนครปากเซจึงทำหน้าที่ทั้งในการสื่อสารข้อมูล การสร้าง
อัตลักษณ์ การต่อรองเชิงอำนาจ และการสะท้อนพลวัตทางสังคมและวัฒนธรรม ภูมิทัศน์ภาษา
ที่หลากหลายบนป้ายจึงเป็นภาพสะท้อนความเปลี่ยนแปลงของนครปากเซในฐานะเมืองที่กำลัง
ปรับตัวต่อเศรษฐกิจโลก



บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว: การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ภาษา จำนวน 858 ป้าย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภาษา การปรากฏของภาษา รูปแบบการเขียน และหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะ สามารถสรุป และอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาการใช้ภาษา การปรากฏของภาษา และรูปแบบการเขียนบนป้ายสาธารณะ ในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยใช้กรอบแนวคิดการใช้ ภาษาของ Landry and Bourhis (1997) และรูปแบบการเขียนของ Backhaus (2007) ผู้ศึกษา สามารถสรุปผลการศึกษาดังรายละเอียดต่อไปนี้

5.1.1 การใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว

จากการศึกษาพบการใช้ภาษาทั้งหมด 8 ภาษา ซึ่งผู้ศึกษาจะนำเสนอตามลำดับจากมากไป นาน้อย ได้แก่ 1) ภาษาลาว เป็นภาษาที่ปรากฏมากที่สุดบนป้ายสาธารณะ จำนวน 815 แห่ง คิดเป็น ร้อยละ 56.17 โดยภาษาลาวปรากฏบนป้ายร้านค้ามากที่สุด รองลงมาคือป้ายโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ ป้ายสถานที่และหน่วยงาน และป้ายบอกทาง ตามลำดับ 2) ภาษาอังกฤษ เป็นภาษาที่ พบรองลงมา จำนวน 550 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 37.90 โดยพบมากบนป้ายร้านค้า ป้ายโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ ป้ายสถานที่และหน่วยงาน และป้ายบอกทางเช่นเดียวกันกับภาษาลาว สะท้อนถึง บทบาทของภาษาอังกฤษในฐานะภาษาสากลที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและ ชาวต่างชาติ 3) ภาษาจีน จำนวน 31 แห่งคิดเป็นร้อยละ 2.14 ปรากฏบนป้ายร้านค้า ป้ายโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ป้ายสถานที่และหน่วยงาน และป้ายบอกทางในสัดส่วนที่น้อยกว่าภาษาอังกฤษ และภาษาลาว แต่ก็ยังมีการใช้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับบทบาทของชาวจีนที่เข้ามาประกอบธุรกิจ ในพื้นที่ 4) ภาษาเวียดนาม จำนวน 29 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 2.00 พบมากที่สุดบนป้ายร้านค้า และ พบน้อยบนป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ รวมถึงป้ายสถานที่และหน่วยงาน ซึ่งสะท้อนถึงอิทธิพล ทางเศรษฐกิจของกลุ่มชาวเวียดนามในเขตนครปากเซ 5) ภาษาฝรั่งเศส จำนวน 15 แห่ง คิดเป็น ร้อยละ 1.03 พบมากที่สุดบนป้ายสถานที่และหน่วยงาน และพบบนป้ายร้านค้าบางแห่ง ซึ่งมี

ความสัมพันธ์กับอดีตการเป็นอาณานิคมของฝรั่งเศส 6) ภาษาไทย จำนวน 7 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.48 ส่วนใหญ่ปรากฏบนป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และบนป้ายร้านค้าบางแห่ง สะท้อนถึงอิทธิพลของความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมระหว่างลาวกับไทย 7) ภาษาเกาหลี จำนวน 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.21 ปรากฏบนป้ายร้านค้าทั้งหมด ซึ่งอาจสะท้อนถึงบทบาทของธุรกิจเกาหลีที่เริ่มเข้ามาในพื้นที่ และ 8) ภาษาญี่ปุ่น พบเพียง 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.07 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก และพบบนป้ายร้านค้าเพียงประเภทเดียว

5.1.2 การปรากฏของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

จากการศึกษาพบการปรากฏของภาษาที่ใช้ทั้งหมด 4 รูปแบบ ซึ่งผู้ศึกษาจะนำเสนอตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1) ป้ายที่ใช้สองภาษา จำนวน 491 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 57.23 โดยส่วนใหญ่เป็นการใช้ภาษาลาวควบคู่กับภาษาอังกฤษ พบมากบนป้ายร้านค้า ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ป้ายสถานที่และหน่วยงาน และป้ายบอกทาง นอกจากนี้ยังมีการใช้ภาษาคู่กันในรูปแบบอื่น ๆ เช่น ภาษาลาวกับภาษาฝรั่งเศส ภาษาลาวกับภาษาเวียดนาม ภาษาลาวกับภาษาจีน ภาษาอังกฤษกับภาษาไทย ภาษาอังกฤษกับภาษาจีน ภาษาอังกฤษกับภาษาฝรั่งเศส และภาษาอังกฤษกับภาษาญี่ปุ่น รองลงมาคือ 2) ป้ายที่ใช้หนึ่งภาษา จำนวน 316 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 36.83 โดยส่วนใหญ่เป็นการใช้ภาษาลาวเพียงภาษาเดียว พบมากบนป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ป้ายร้านค้า ป้ายสถานที่และหน่วยงาน และป้ายบอกทาง ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบการใช้ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาไทย และภาษาเวียดนามเพียงภาษาเดียวในบางป้าย แต่มีสัดส่วนที่น้อยมาก 3) ป้ายที่ใช้สามภาษา จำนวน 47 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 5.47 โดยส่วนใหญ่เป็นการใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาเวียดนาม หรือภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน พบมากบนป้ายร้านค้า ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ รวมถึงป้ายสถานที่และหน่วยงาน นอกจากนี้ยังมีการใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาเกาหลี ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาฝรั่งเศส และภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาไทย แต่มีสัดส่วนที่น้อยมาก และ 4) ป้ายที่ใช้สี่ภาษา จำนวน 4 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.47 เท่านั้น โดยมีทั้งการใช้ภาษาลาว ภาษาเวียดนาม ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนร่วมกัน และการใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาไทยร่วมกัน ซึ่งพบเฉพาะบนป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์และป้ายร้านค้าเท่านั้น

5.1.3 รูปแบบการเขียนบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

จากการศึกษาพบรูปแบบการเขียน 3 รูปแบบ ซึ่งผู้ศึกษาจะนำเสนอตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1) การเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน (Mixed) จำนวน 258 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 47.34 ลักษณะการเขียนรูปแบบนี้พบมากที่สุดบนป้ายร้านค้า รองลงมาคือป้ายสถานที่และหน่วยงาน ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และป้ายบอกทาง ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าการเลือกใช้รูปแบบดังกล่าว มักปรากฏในบริบทที่ต้องการสื่อสารกับผู้คนหลากหลายกลุ่ม 2) การเขียนข้อความที่แต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน (Polyphonic) จำนวน 191 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 35.05 พบมากที่สุดบนป้ายร้านค้า รองลงมาคือป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และป้ายสถานที่และหน่วยงาน ตามลำดับ รูปแบบการเขียนนี้สะท้อนให้เห็นแนวโน้มในการปรับเนื้อหาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละภาษา แม้จะมีเนื้อหาที่สื่อสารแตกต่างกัน แต่ก็มุ่งให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารกับผู้ใช้อย่างต่าง ๆ และ 3) การเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย (Homophonic) จำนวน 96 คิดเป็นร้อยละ 17.61 พบมากที่สุดบนป้ายสถานที่และหน่วยงาน รองลงมาคือป้ายร้านค้า ป้ายบอกทาง และป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ รูปแบบการเขียนนี้มีวัตถุประสงค์ให้เนื้อหาของทุกภาษาบนป้ายมีความหมายเหมือนกันทั้งหมด เพื่อให้การสื่อสารมีความตรงตัวและสอดคล้องกันในทุกภาษา

5.1.4 หน้าที่ของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

จากการศึกษาพบหน้าที่บนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยศึกษาป้ายสาธารณะจำนวน 858 ป้าย โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีโครงสร้างของภูมิทัศน์ภาษา (Linguistic Landscape) ตามกรอบแนวคิดของ Ben-Rafael et al. (2006; 2009) ผลการศึกษาพบว่าภาษาบนป้ายสาธารณะสะท้อนหน้าที่ของภาษาในหลายมิติ ได้แก่ 1) การนำเสนอตัวตน พบว่าภาษาที่ใช้บนป้ายสะท้อนอัตลักษณ์ของเจ้าของป้าย ทั้งในด้านการอ้างวัฒนธรรมท้องถิ่น การขยายตลาดทางเศรษฐกิจ และการแสดงอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ ผ่านการเลือกใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ จีน และภาษาเวียดนามตามบริบทของป้าย 2) ความสมเหตุสมผล พบการเลือกใช้ภาษาที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและสภาพเศรษฐกิจของพื้นที่ เช่น การใช้ภาษาลาวในการสื่อสารกับคนในพื้นที่ การใช้ภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยว และการใช้ภาษาจีนหรือเวียดนามกับกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีบทบาททางเศรษฐกิจ 3) ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ พบว่าภาษาที่เลือกใช้บนป้ายสะท้อนบทบาทของรัฐในการอ้างอำนาจผ่านภาษาลาว ขณะที่ภาษาต่างประเทศอย่างภาษาอังกฤษ จีน และภาษาเวียดนามสะท้อนอิทธิพลของกลุ่มทุนระหว่างประเทศและกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่

ผู้ศึกษาจะนำเสนอประกาศดังกล่าวดังรายละเอียดต่อไปนี้

หมวดที่ 4

เนื้อหา สี่พื้นหลัง แบบอักษร และขนาดของป้าย

มาตรา 20 เนื้อหาของป้าย

ป้ายทุกประเภทต้องใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักและถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ลาว เขียนหรือพิมพ์ภาษาลาวไว้ด้านบนหรือด้านซ้ายมือ ภาษาต่างประเทศใด ๆ ที่อยู่ทางด้านขวามือให้เขียนหรือพิมพ์มีขนาดใหญ่กว่า ภาษาลาวและภาษาต่างประเทศไม่ควรเกินสองในสามของภาษาลาว ยกเว้นป้ายทางการ เช่น สถานทูต สำนักงานผู้แทน พิธีต้อนรับคณะผู้แทนทางการ หรือพิธีเฉลิมฉลองวันสำคัญของราชการต่างประเทศเช่นเดียวกัน ป้ายชื่อบริษัทต้องระบุสถานที่ ข้อมูลการสื่อสาร หมายเลข และรหัสจดทะเบียนบริษัทที่ออกโดยภาคอุตสาหกรรมและการค้า

ดังนั้น การเลือกใช้ภาษาลาวบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมากที่สุด สะท้อนให้เห็นว่าป้ายในนครปากเซต้องการสื่อสารกับคนลาวหรือผู้ที่รู้ภาษาลาวเป็นหลัก โดยมีกฎหมายการทำป้ายเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนด การเลือกใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ สอดคล้องกับนโยบายภาษากับภูมิทัศน์ภาษาของ Landry and Bourhis (1997, อ้างถึงใน พรพิมล ศิวินา, 2563) ที่ได้เสนอไว้ว่า นโยบายภาษาเกิดขึ้นจากการวางแผนภาษา ซึ่งมักจะมีในประเทศหรือภูมิภาคที่มีหลายทางภาษา โดยนโยบายดังกล่าวกำหนดการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร รวมถึงภาษาที่ใช้บนป้ายสาธารณะ ซึ่งนโยบายภาษาเหล่านี้มีความสำคัญในการกำหนดบทบาทของภาษาต่าง ๆ ในสังคม อันมีผลต่อการวางแผนภาษาและภูมิทัศน์ภาษาในพื้นที่นั้น ๆ เช่นเดียวกันกับ อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2542) ที่ได้กล่าวว่า นโยบายภาษาเป็นแนวทางที่กำหนดโดยประเทศหรือสังคมเกี่ยวกับการใช้ภาษา ซึ่งมักถูกกำหนดผ่านคำประกาศ กฎหมาย หรือรัฐธรรมนูญ โดยมีความสำคัญในการจัดการภาษาต่าง ๆ โดยเฉพาะในประเทศที่มีหลายภาษา เนื่องจากประวัติอาณานิคมหรือความหลากหลายทางชาติพันธุ์ นโยบายภาษาจึงต้องกำหนดควบคู่กับการวางแผนภาษา ซึ่งเป็นกระบวนการที่นำแนวทางของนโยบายไปสู่การปฏิบัติจริง ภูมิทัศน์ภาษาจึงเป็นผลลัพธ์ของการปฏิบัติตามนโยบายภาษาของแต่ละประเทศ อย่างไรก็ตาม ป้ายของภาครัฐในนครปากเซใช้ภาษาลาวเป็นหลักและมีความหลากหลายทางภาษาน้อยกว่าป้ายของภาคเอกชน โดยภาษาที่พบบนป้ายของภาครัฐ ได้แก่ ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส และภาษาเวียดนาม ขณะที่ป้ายของภาคเอกชนใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาเวียดนาม ภาษาจีน ภาษาไทย ภาษาเกาหลี และภาษาญี่ปุ่น ภูมิทัศน์ภาษาของนครปากเซจึงแสดงให้เห็นถึงผลของสถานะทางสังคมและการเมืองของภาษาต่าง ๆ ในบริบทของการพัฒนาเศรษฐกิจ การค้า และ

การท่องเที่ยว การใช้ภาษาลาวเป็นหลักสะท้อนอำนาจของรัฐ ในขณะที่การใช้ภาษาอื่น ๆ บนป้ายเอกชนสะท้อนอำนาจทางเศรษฐกิจในการรองรับความหลากหลายของกลุ่มประชากร

ภาษาอังกฤษปรากฏรองลงมาเป็นอันดับสอง พบมากบนป้ายที่ต้องการสื่อสารกับผู้ที่ไม่รู้ภาษาลาว โดยเฉพาะป้ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการ พบการใช้ภาษาอังกฤษเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ชาวต่างชาติที่มาเยือนนครปากเซ จะเห็นได้ว่าภาษาอังกฤษมีบทบาทสำคัญในสังคมลาว ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากบทบาทที่ลดลงของอดีตเจ้าอาณานิคมเดิมอย่างฝรั่งเศส ซึ่งในสมัยก่อนจะใช้ภาษาฝรั่งเศสมากกว่าภาษาอังกฤษ แต่ปัจจุบันจะพบว่าใช้ภาษาอังกฤษมากกว่า โดยภาษาฝรั่งเศสพบได้บนป้ายสถานที่และหน่วยงานรัฐราชการ ซึ่งเป็นป้ายที่เก่าแล้ว ในขณะที่ป้ายใหม่ ๆ มักจะเลือกใช้ภาษาอังกฤษเนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลที่ใช้สื่อสารกันทั่วโลก และเพื่อให้เข้ากับความต้องการและแนวโน้มของสังคมในยุคสมัยใหม่ ดังที่ กิตติธนาถ เราชอาณาจักร (2563) กล่าวว่า อิทธิพลของภาษาอังกฤษในสปป.ลาว เริ่มเข้ามามีบทบาทภายหลังจากที่ประเทศฝรั่งเศสถอนกำลังทหารออกจากกลุ่มประเทศอินโดจีน ทำให้ตั้งแต่นั้นมาบทบาทของภาษาฝรั่งเศสในฐานะภาษาเจ้าอาณานิคมเดิมจึงเริ่มลดบทบาทลงและภาษาอังกฤษเข้ามามีบทบาทแทนจนถึงปัจจุบันอีกทั้งแสดงถึงความเป็นสากลในพื้นที่

การปรากฏของภาษาจีนในนครปากเซเป็นอีกหนึ่งปรากฏการณ์ที่น่าสนใจ การใช้ภาษาจีนแสดงถึงความสำคัญของกลุ่มลูกค้าชาวจีนรวมถึงบทบาทของชาวจีนที่เข้ามาลงทุนและดำเนินธุรกิจ ในสปป. ลาว ซึ่งการใช้ภาษาจีนในนครปากเซมีการฐานทางประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะชุมชนชาวจีนซึ่งเริ่มต้นในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 เมื่อชาวจีนจากมณฑลกุ้ยโจวตั้งย้ายมานครปากเซตามคำแนะนำของผู้ปกครองฝรั่งเศส (Karber, 2010) (Huang & Qiu 2004) แต่ภายหลังจากการปฏิวัติในลาว จำนวนชาวจีนลดลงอย่างมาก จำนวนนักเรียน ในโรงเรียนจีนก็ลดลง แต่ยังมีเหลือชาวจีนบางส่วนอาศัยอยู่ภายหลังก่อตั้งรัฐบาลใหม่เข้ามาบริหารประเทศ การขาดแคลนสินค้าอุปโภคบริโภคทำให้เกิด “ตลาดมืด” ที่ชาวจีนในนครปากเซเข้ามามีบทบาทสำคัญในการค้าขาย ซึ่งช่วยให้พวกเขาสะสมทุนและมีความมั่งคั่งได้ (Huang & Qiu 2004) นอกจากนี้ ยังพบว่าภาษาเวียดนาม ฝรั่งเศส ไทย เกาหลี และญี่ปุ่นยังปรากฏบนป้ายบางส่วน โดยเฉพาะในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับชุมชนคนต่างชาติที่พำนักอยู่ในนครปากเซ

การศึกษาการใช้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายในครั้งนี้จึงแสดงให้เห็นว่าภาษาลาวเป็นภาษาที่มีความสำคัญที่สุดบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการมุ่งเน้นที่จะสื่อสารกับคนท้องถิ่น ขณะเดียวกันการใช้ภาษาอื่น ๆ เช่น ภาษาอังกฤษและภาษาจีน ก็มีความสำคัญในบริบทของการสื่อสารกับชาวต่างชาติและการแสดงออกทางเศรษฐกิจ ซึ่งทำให้เข้าใจถึงการสื่อสารและความสัมพันธ์ทางสังคมในนครปากเซอย่างชัดเจน

5.2.2 การปรากฏของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ พบป้ายที่ใช้สองภาษามากที่สุด ปรากฏการใช้ภาษาลาวและภาษาอังกฤษจัดวางคู่กันมากที่สุด โดยภาษาลาวมักมีขนาดตัวอักษรใหญ่กว่าเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายภาษาของรัฐบาลลาว และภาษาอังกฤษใช้เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวและนักลงทุนต่างชาติ สะท้อนถึงการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นและความต้องการสื่อสารกับคนต่างชาติที่มาเยือน ซึ่งอาจเป็นนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ หรือนักลงทุนที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ การใช้สองภาษาจึงเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงและสร้างความเข้าใจร่วมกันของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย นอกจากนี้ การใช้รูปแบบสองภาษายังสะท้อนให้เห็นถึงการเปิดกว้างของนครปากเซในการต้อนรับและสื่อสารกับกลุ่มคนที่หลากหลาย ทั้งนี้ ยังแสดงถึงการเตรียมพร้อมในการเป็นศูนย์กลางทางการค้า การท่องเที่ยว และการปรับตัวให้เข้ากับบริบททางเศรษฐกิจและสังคมโลก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยหลายชิ้นที่ศึกษาการใช้ภาษาในพื้นที่ชายแดน โดยเฉพาะงานวิจัยของ Siwina and Prasithrathsint (2020) ศึกษาเรื่อง Multilingual Landscapes on Thailand's Borders พบว่าในท่าซี้เหล็กรูปแบบภาษาส่วนใหญ่ใช้ภาษาลาวกับภาษาอังกฤษเป็นหลัก เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและการค้า ขณะที่ในสะพานนะเขตรูปแบบภาษาส่วนใหญ่ใช้ภาษาลาวกับภาษาพม่าเป็นหลัก แม้จะมีความหลากหลายทางภาษาเช่นเดียวกับนครปากเซ แต่การใช้ภาษาอังกฤษกลับมีบทบาทน้อยกว่าเนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักในพื้นที่คือคนลาวและคนพม่าที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งมีปัจจัยมาจากความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมและการค้าระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน แสดงให้เห็นว่าความหลากหลายของการใช้ภาษาในพื้นที่ชายแดนมีลักษณะเฉพาะตามบริบทของแต่ละเมือง ดังนั้น การใช้ภาษาที่หลากหลายในพื้นที่ชายแดนจึงสะท้อนถึงการเชื่อมโยงทางวัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจของแต่ละเมืองด้วย อย่างไรก็ตาม แม้ว่างานของ Siwina and Prasithrathsint (2020) จะพบว่าในสะพานนะเขตภาษาพม่ามีบทบาทสำคัญในภูมิภาคชายแดน แต่ในนครปากเซ ภาษาของประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ภาษาไทยและภาษาเขมรกลับมีบทบาทน้อยมากในภูมิภาคนี้ สาเหตุนี้อาจเกิดจากนโยบายของรัฐบาลลาวที่มุ่งเน้นการส่งเสริมภาษาลาวเป็นหลัก แม้ว่าภาษาไทยจะมีอิทธิพลทางเศรษฐกิจและสังคมแต่นโยบายระดับชาติของลาวที่ให้ความสำคัญกับภาษาลาว จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จำกัดการใช้ภาษาไทยในพื้นที่สาธารณะ แม้จะมีความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมระหว่างประเทศก็ตาม เช่นเดียวกับกับภาษาเขมรที่ไม่พบบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แม้ว่านครปากเซจะมีชายแดนติดกับกัมพูชา ทั้งนี้ อาจมีปัจจัยตรงกันข้ามกับภาษาไทย คือภาษาเขมรไม่ได้มีบทบาททางเศรษฐกิจหรือการท่องเที่ยวในปากเซมากนัก เมื่อเทียบกับภาษาอังกฤษ ภาษาเวียดนาม และภาษาจีนที่มีความสำคัญในเชิงธุรกิจและการลงทุนระหว่างประเทศ แม้กัมพูชาจะเป็นประเทศเพื่อนบ้าน แต่ไม่ได้มีบทบาทสำคัญในด้านการลงทุนหรือการท่องเที่ยวในนครปากเซ จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ภาษาเขมรไม่ถูกนำมาใช้ในพื้นที่สาธารณะ สอดคล้องกับ Landry and Bourhis (1997) ที่มองว่าภูมิภาคภาษาสะท้อนถึงอำนาจและบทบาทของกลุ่มภาษาต่าง ๆ ในพื้นที่ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากนโยบายของรัฐ โครงสร้างประชากร และปัจจัยเศรษฐกิจการจำกัดการใช้ภาษาไทยและภาษาเขมรในพื้นที่สาธารณะในนครปากเซ แสดงให้เห็นถึงนโยบายของรัฐบาลลาวที่จะรักษาภาษาลาวในฐานะภาษาประจำชาติ และยังสะท้อนถึงความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านผ่านการใช้ภาษาในพื้นที่สาธารณะอีกด้วย การจำกัดการใช้ภาษาไทยและภาษาเขมรในพื้นที่สาธารณะจึงแสดงให้เห็น

ถึงวิธีที่รัฐบาลลาวจัดการความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านผ่านการกำหนดบทบาทของภาษาที่สอดคล้องกับเป้าหมายทางวัฒนธรรมและนโยบายของประเทศ

การปรากฏของภาษาที่ปรากฏรองลงมาเป็นอันดับสองคือป้ายที่ใช้หนึ่งภาษา พบการใช้ภาษาลาวเป็นหลัก สะท้อนให้เห็นถึงสถานะของภาษาลาวในฐานะภาษาราชการและภาษากลางของ สปป.ลาว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Souksavanh and Boikeo (2020) ที่ระบุว่าภาษาลาว ยังคงมีบทบาทเป็นสื่อกลางที่ใช้ในการสื่อสารภายในประเทศ แม้ว่าจะมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ก็ตาม ส่วนภาษาฝรั่งเศสและภาษาเวียดนามก็ยังมีบทบาทในบางบริบท อันเป็นผลมาจาก ปัจจัยทางประวัติศาสตร์และความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Manivong (2018) ที่ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของภาษาฝรั่งเศสในภาคราชการและพื้นที่สาธารณะบางแห่ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ภูมิทัศน์ภาษาของนครปากเซไม่ได้สะท้อนเพียงนโยบายภาษาปัจจุบันเท่านั้น แต่ยังแฝงร่องรอยของ อดีตและพลวัตทางสังคมร่วมด้วย

ถัดมาคือป้ายที่ใช้สามภาษา ประกอบด้วยภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาเวียดนาม พบว่าภาษาลาวยังคงเป็นภาษาหลักบนป้ายสาธารณะ แต่ภาษาที่ถูกเพิ่มเข้ามาคือภาษาอังกฤษและ ภาษาเวียดนาม ซึ่งสะท้อนถึงการตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลาย โดยเฉพาะ ชาวเวียดนามที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ นอกจากนี้ ภาษาอังกฤษยังถูกใช้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักลงทุน ต่างชาติ ซึ่งคล้ายกับการศึกษาของ Backhaus (2007) ที่พบว่าในพื้นที่ที่มีการค้าขายระหว่างประเทศ ภาษาอังกฤษมักปรากฏบนป้ายร้านค้าเพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ

การปรากฏของภาษาที่พบน้อยที่สุดคือป้ายที่ใช้สี่ภาษา พบว่ามีสองรูปแบบหลัก ได้แก่ รูปแบบแรกคือ ป้ายที่ใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ ภาษาเวียดนาม และภาษาจีน ส่วนใหญ่พบบนป้าย โฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นป้ายให้เช่าที่ดินทั้งหมด ซึ่งทุกป้ายมีการจัดวางภาษาเหมือนกัน ทั้งหมด คือ จัดวางตัวอักษรภาษาลาวไว้ข้างบนสุด ถัดมาเป็นภาษาเวียดนาม ภาษาจีน และ ภาษาอังกฤษ ตามลำดับ โดยเนื้อหาของภาษาลาว ภาษาเวียดนาม และภาษาจีนมีความหมาย เหมือนกัน คือ ประชาสัมพันธ์ ให้เช่าร้านและ เช่าที่ดิน ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักของการสื่อสาร ส่วนภาษาอังกฤษจัดวางอยู่ด้านล่างสุดของป้ายเป็นการแจ้งข้อมูลการติดต่อ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มเป้าหมายในการเช่าและขายร้านหรือที่ดิน คือ คนลาว คนเวียดนาม และคนจีน เนื่องจาก สปป.ลาว สามารถให้ชาวต่างชาติหรือนักลงทุนต่างชาติทำสัญญาเช่าพื้นที่หรือสัมปทานพื้นที่ได้ ผู้เขียนป้ายจึงเลือกใช้ภาษาลาว ภาษาเวียดนาม และภาษาจีน เพื่อสื่อสารกับผู้รู้ภาษาดังกล่าว เพื่อประชาสัมพันธ์ รูปแบบที่สอง คือ ป้ายที่ใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาไทย พบเพียงบนป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์เป็นการแจ้งข้อมูลและประชาสัมพันธ์การค้าด้านขนส่ง สินค้าขาออก-ขาเข้า โดยภาษาจีนมีบทบาทมากที่สุด เนื่องจากใช้ภาษาจีนในการสื่อสารมากที่สุดและ มีความโดดเด่นที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Shohamy and Gorter (2009) ที่ชี้ให้เห็นว่า

การจัดลำดับภาษาบนป้ายสะท้อนถึงอำนาจทางเศรษฐกิจและอิทธิพลของกลุ่มผู้ใช้ภาษานั้น ๆ รongลงมาคือภาษาลาวจัดวางไว้ข้างบนสุดของป้ายแต่มีขนาดตัวอักษรเล็กและเนื้อหาในการสื่อสารน้อยกว่าภาษาจีน ถัดมาคือภาษาอังกฤษเป็นการเขียนแปลชื่อบริษัทจากภาษาลาว และการแจ้งช่องทางการติดต่อ ส่วนลำดับสุดท้ายคือภาษาไทยมีตัวอักษรขนาดใหญ่แต่ปรากฏอยู่ด้านล่างสุดของป้ายเป็นเพียงการเขียนชื่อยี่ห้อของสินค้าเท่านั้น จึงอภิปรายได้ว่า การใช้ภาษาบนป้ายในสปป.ลาว มีการจัดลำดับความสำคัญตามกลุ่มเป้าหมายทางเศรษฐกิจและสังคม

การศึกษาการปรากฏของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบป้ายที่ใช้สองภาษามากที่สุด คือ การใช้ภาษาลาวและภาษาอังกฤษ สะท้อนให้เห็นว่าภาษาลาวมีบทบาทมากที่สุดในนครปากเซดังที่ได้กล่าวไปในส่วนของการอภิปราย การเลือกใช้ตัวอักษรบนป้ายว่าภาษาลาวเป็นภาษาประจำชาติ และพื้นที่ที่ศึกษาอยู่ในสปป.ลาว ป้ายส่วนใหญ่จึงเลือกใช้ภาษาลาวสื่อสารกับคนในพื้นที่ ทั้งนี้ ภาษาลาวมักปรากฏคู่กับภาษาอังกฤษ แสดงให้เห็นถึงบทบาทของภาษาอังกฤษในนครปากเซ เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลที่คนทั่วโลกใช้ในการสื่อสาร อีกทั้งนครปากเซเป็นแหล่งเศรษฐกิจของลาวได้จึงมีชาวต่างชาติหลั่งไหลแวะเวียนเข้ามาอยู่เสมอ จึงต้องเลือกใช้ภาษาอังกฤษบนป้ายสาธารณะเพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวและนักลงทุนต่างชาติ ถัดมาคือป้ายที่ใช้หนึ่งภาษา ดังที่ ได้กล่าวไปข้างต้นว่าภาษาลาวเป็นภาษาประจำชาติและพื้นที่ที่ศึกษาอยู่ในสปป.ลาวจึงพบภาษาลาวหนึ่งภาษามากที่สุด ถัดมาคือป้ายที่ใช้สามภาษา พบการใช้ตัวอักษรภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาเวียดนามมากที่สุด ส่วนใหญ่พบบนป้ายร้านค้าของภาคเอกชน โดยเฉพาะร้านโทรศัพท์มือถือและร้านเสริมสวย ซึ่งมีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากปรากฏสัดส่วนเนื้อหาของภาษาเวียดนามจำนวนมาก อีกทั้งบางป้ายตัวอักษรภาษาเวียดนามมีขนาดใหญ่ที่สุดและโดดเด่นกว่าประจำชาติอย่างภาษาลาว แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการสื่อสารกับผู้รู้ภาษาเวียดนามหรือชาวเวียดนามที่อยู่ในพื้นที่ และรูปแบบภาษาที่พบน้อยที่สุดคือป้ายที่ใช้สี่ภาษา พบการใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ ภาษาเวียดนาม และภาษาจีน ส่วนใหญ่พบบนป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้เข้าที่ดิน แสดงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายในการเข้าที่ดิน คือคนลาว คนเวียดนาม และคนจีน

จากการปรากฏของภาษาที่กล่าวมานั้น สะท้อนให้เห็นว่าป้ายสาธารณะในนครปากเซ มีการปรากฏของภาษาตั้งแต่หนึ่งภาษาจนถึงสี่ภาษา โดยแต่ละรูปแบบมีการจัดวางภาษาและให้ความสำคัญแต่ละภาษาแตกต่างกันไปตามกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ต้องการสื่อสาร อย่างไรก็ตาม ป้ายส่วนใหญ่ผู้เขียนอาจออกแบบป้ายโดยยึดประกาศกฎหมายการจัดทำป้ายที่ทางการลาวกำหนด เป็นปัจจัยหลักในการเขียนรูปแบบภาษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ພາກທີ III

ເນື້ອໃນ, ສີພັນ, ສີຕົວໜັງສື ແລະ ຄວາມຮຸ່ງແຈ້ງຂອງປ້າຍ

ມາດຕາ 16 ເນື້ອໃນຂອງປ້າຍ

ເນື້ອໃນຂອງປ້າຍ ຕ້ອງຮັບປະກັນລັກສະນະຊາດ, ກ້າວໜ້າ ແລະ ມະຫາຊົນ, ໃຫ້ຖືກຕ້ອງຕາມຄວາມຈິງ, ຊັດເຈນ, ບໍ່ສ້າງຜົນກະທົບ ແລະ ຄວາມເສຍຫາຍແກ່ສັງຄົມ, ສອດຄ່ອງກັບກົດໝາຍທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ເນື້ອໃນຂອງປ້າຍ ຕ້ອງໄດ້ຮັບການກວດວ່ານຈາກຂະແໜງການຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ຕາມການແບ່ງຂັ້ນຄຸ້ມຄອງ.

ປ້າຍ ທຸກປະເພດ ທີ່ນຳໃຊ້ຢູ່ໃນ ສປປ ລາວ ຕ້ອງເປັນພາສາລາວ, ມີເນື້ອໃນທີ່ຖືກຕ້ອງ ແລະ ຊັດເຈນ. ສຳລັບປ້າຍ ທີ່ຂຽນ ຫຼື ພິມພາສາລາວ ແລະ ຕ່າງປະເທດນັ້ນ ໃຫ້ໃສ່ພາສາລາວ ຢູ່ເທິງ, ພາສາຕ່າງປະເທດຢູ່ລຸ່ມ ຫຼື ພາສາລາວຢູ່ເບື້ອງຂວາ, ພາສາຕ່າງປະເທດ ຢູ່ເບື້ອງຊ້າຍ ຂອງປ້າຍ. ຂະໜາດຕົວໜັງສືຕ່າງປະເທດບໍ່ໃຫ້ໃຫຍ່ເກີນ ສອງສ່ວນສາມ ຂອງຕົວໜັງສືລາວ.

ສຳລັບເນື້ອໃນຂອງປ້າຍໂຄສະນາ ທີ່ມີເຄື່ອງໝາຍການຄ້ານັ້ນ ໃຫ້ຂຽນ ຫຼື ພິມພາສາລາວຢູ່ເທິງເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ທີ່ເປັນພາສາຕ່າງປະເທດ.

ສຳລັບປ້າຍກ່ຽວກັບຄຳຂວັນ, ການທູດ ແລະ ການພົວພັນສາກົນ ຂອງ ສປປ ລາວ ຫຼື ຕ່າງປະເທດ ນັ້ນ ຂະໜາດຕົວໜັງສືລາວ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ໃຫ້ເທົ່າກັນ.

ປ້າຍຂອງສຳນັກງານຜູ້ຕາງໜ້າຂອງຕ່າງປະເທດ ແລະ ອົງການຈັດຕັ້ງສາກົນ ຢູ່ ສປປ ລາວ ລວມທັງເຮືອນພັກຂອງຫົວໜ້າສຳນັກງານຕັ້ງກ່າວ ໃຫ້ປະຕິບັດຕາມສັນນິທິສັນຍາ ແລະ ສັນຍາສາກົນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ຊຶ່ງ ສປປ ລາວ ເປັນພາກີ.

ສຳລັບເນື້ອໃນຂອງປ້າຍຊີວິດສາຫະກິດ ໃຫ້ຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງເປັນຜູ້ຮັບຜິດຊອບກວດວ່ານ.

ຮູບປະກອບ 236 ນິຍາຍຂອງປະຖານປະເທດເຊິ່ງກ່ຽວຂ້ອງກັບກຳໜົດກ່ຽວກັບກຳໜົດດ້ວຍປ້າຍ

ຜູ້ສຶກສາຈະນຳເສນອຸປະກອນດັ່ງກ່າວດັ່ງລາຍລະອຽດຕໍ່ໄປນີ້

ມາດຕາ 16 ເນື້ອໃນຂອງປ້າຍ

ປ້າຍທຸກປະເພດທີ່ໃຊ້ໃນສປປ.ລາວ ຈະຕ້ອງເປັນພາສາລາວໂດຍມີເນື້ອໃນທີ່ຖືກຕ້ອງແລະຊັດເຈນ ສຳລັບປ້າຍທີ່ເຮັດຂຶ້ນດ້ວຍພິມຟິມເປັນພາສາລາວແລະພາສາຕ່າງປະເທດໃຫ້ໃສ່ພາສາລາວໄວ້ດ້ານບນ ພາສາຕ່າງປະເທດໄວ້ດ້ານລ່າງ ຫຼື ພາສາລາວຢູ່ດ້ານຂວາ ພາສາຕ່າງປະເທດຢູ່ດ້ານຊ້າຍຂອງປ້າຍ ຂະໜາດຂອງຕົວໜັງສືຕ່າງປະເທດບໍ່ໃຫ້ໃຫຍ່ເກີນສອງສ່ວນສາມຂອງຕົວໜັງສືລາວ

ສຳລັບເນື້ອໃນປ້າຍໂຄສະນາທີ່ມີເຄື່ອງໝາຍການຄ້າໃຫ້ເຮັດຂຶ້ນດ້ວຍພິມຟິມເປັນພາສາລາວບນ ເຄື່ອງໝາຍການຄ້າພາສາຕ່າງປະເທດ

ສຳລັບປ້າຍເຊິ່ງກ່ຽວກັບຄຳຂວັນ ການທູດ ແລະ ຄວາມພົວພັນສາກົນຂອງສປປ.ລາວ ຫຼື ຕ່າງປະເທດ ຂະໜາດຂອງຕົວໜັງສືລາວແລະຕົວໜັງສືຕ່າງປະເທດຕ້ອງເທົ່າກັນ

5.2.3 ການສຶກສາຮູບແບບການເຮັດຂຶ້ນດ້ວຍປ້າຍສາທາລະນະໃນປະເທດລາວ ເມື່ອພິຈາລະນາເລື່ອງປ້າຍທີ່ ມີການໃຊ້ສອງພາສາເປັນຕົ້ນໄປ ພົບວ່າຮູບແບບທີ່ປະກອບສ່ວນເຮັດຂຶ້ນດ້ວຍປ້າຍຕໍ່ຄວາມ ຫລາກຫລາຍທາງພາສາແລະກຸ່ມເປົ້າໝາຍໃນພື້ນທີ່ ທີ່ໃນແງ່ຂອງການຄ້າຂາຍ ການບໍລິການ ການສຶກສາ ແລະ ການສົ່ງເສີມຮາກຊຸມຊົນທາງເສດຖະກິດ ແຕ່ງຕັ້ງໃຫ້ເຫັນວ່າໃນປະເທດລາວມີຄວາມຫລາກຫລາຍທາງເຊື້ອຊາດ ຈຶ່ງມີຄວາມຫລາກຫລາຍພາສາໃນພື້ນທີ່ ແລະ ສົ່ງຜົນໃຫ້ມີຮູບແບບການເຮັດຂຶ້ນແບບແປດຮູບຕົວຫຼືການເຮັດຂຶ້ນ

ทับศัพท์ข้อความบางส่วนมากที่สุด โดยเฉพาะป้ายร้านค้าที่มักเขียนชื่อร้านค้าทับศัพท์ข้อความเดียวกัน โดยเฉพาะชื่อภาษาอังกฤษที่เป็นภาษาสากลที่ผู้คนทั่วไปสามารถเข้าใจและเข้าถึงได้ ซึ่งการเลือกใช้ภาษาอังกฤษแสดงถึงการปรับตัวของธุรกิจในนครปากเซให้สามารถสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าต่างชาติที่รู้ภาษาอังกฤษ ส่วนใหญ่พบบนป้ายของภาคเอกชนสะท้อนถึงการรับเอาอิทธิพลจากกระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งภาษาอังกฤษถือเป็นภาษาสากลที่ผู้คนทั่วไปสามารถเข้าใจได้ อีกทั้งการใช้ภาษาอังกฤษทับศัพท์เป็นกลยุทธ์ดึงดูดผู้บริโภคที่รู้ภาษาอังกฤษและเพื่อความเป็นสากล สอดคล้องกับ Sutthinaraphan (2016) ที่ระบุว่า ภาษาอังกฤษทำหน้าที่ในการแสดงออกถึงความรู้สึกหรือความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และความเป็นสากล นอกจากนี้ การใช้ภาษาอังกฤษจำนวนมากบนป้ายสาธารณะยังแสดงความเป็นสากลในพื้นที่ ส่วนใหญ่ข้อมูลอื่น ๆ บนป้ายร้านค้าที่ไม่ใช้การทับศัพท์ เช่น รายละเอียดสินค้า ช่องทางติดต่อ และที่ตั้งร้านค้า แต่จะใช้ภาษาลาวเป็นหลัก เนื่องจากผู้เขียนต้องการสื่อสารกับลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่มีความเข้าใจในภาษานั้น ๆ ทำให้เห็นได้ว่าการเลือกใช้ภาษาและการทับศัพท์บนป้ายถูกเลือกใช้ตามวัตถุประสงค์และตามกลุ่มเป้าหมาย อย่างไรก็ตาม แม้ว่าป้ายสาธารณะในนครปากเซมักใช้ภาษาอังกฤษเขียนคู่กับภาษาลาว เพื่อแสดงความเป็นสากล แต่ภาษาลาวยังคงมีความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากป้ายส่วนใหญ่ใช้ภาษาลาวเขียนไว้ข้างบนสุด มีขนาดตัวอักษรใหญ่ที่สุด และใช้เขียนใจความหลักของการสื่อสารบนป้าย แสดงถึงความสำคัญของภาษาลาวในฐานะภาษาประจำชาติ และแสดงถึงนโยบายด้านการส่งเสริมการใช้ภาษาลาวในประเทศ สอดคล้องกับการศึกษาของ Siwina and Prasithrathsint (2020) ที่พบว่าท่าซี้เหล็กมีความหลากหลายทางภาษามากกว่าสะหวันนะเขต โดยป้ายในท่าซี้เหล็กมักใช้หลายภาษา เช่น พม่า ไทย อังกฤษ และจีน แสดงถึงการเป็นศูนย์กลางการค้าที่มีผู้ใช้ภาษาที่หลากหลาย ขณะที่สะหวันนะเขตแม้มีการใช้ภาษาอื่นร่วมบ้างแต่พบว่าป้ายส่วนใหญ่ใช้ภาษาลาวและภาษาพม่า เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นคนลาวและคนพม่าจากพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งความแตกต่างนี้อาจเกิดจากลักษณะของเมืองที่ต่างกัน คือ ท่าซี้เหล็กเป็นเมืองผ่านที่มีชายแดนเชื่อมต่อกับประเทศไทย จึงมีคนจำนวนมากใช้เส้นทางนี้เพื่อเข้าพม่าและประเทศอื่น ๆ จึงพบการเขียนป้ายสาธารณะหลายภาษา เพื่อรองรับผู้คนจากหลากหลายประเทศ ส่วนนครปากเซจะมีความคล้ายคลึงกันกับสะหวันนะเขตในแง่ของการใช้ภาษาลาวเป็นหลัก เนื่องจากเป็นเมืองที่คนมักเดินทางเข้ามาด้วยความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวในนครปากเซ การใช้ภาษาต่างประเทศจึงน้อยกว่าภาษาลาว เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักยังคงเป็นคนลาวมากกว่าชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยว

รองลงมาคือรูปแบบการเขียนข้อความที่แต่ละภาษามีความหมายแตกต่างกัน รูปแบบนี้พบบนป้ายร้านค้าและป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์จำนวนหนึ่ง โดยเนื้อหาที่ปรากฏในแต่ละภาษาจะมีการปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การใช้ภาษาลาวเพื่อนำเสนอรายละเอียดสินค้าในเชิงท้องถิ่น ขณะที่ภาษาอังกฤษหรือภาษาจีนอาจเน้นความสั้น กระชับ หรือสื่อสารด้วยภาษาทาง

การตลาดที่น่าสนใจสำหรับชาวต่างชาติ รูปแบบนี้สะท้อนถึงการปรับเนื้อหาให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม ซึ่งสะท้อนถึงความพยายามตอบสนองต่อความหลากหลายทางภาษาของผู้พบเห็น

รูปแบบการเขียนแบบแปลตรงตัวหรือการเขียนทับศัพท์ของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้ายพบน้อยที่สุด ส่วนใหญ่พบบนป้ายสถานที่และหน่วยงานรัฐมากที่สุด ส่วนใหญ่พบบนของภาครัฐ มักจะเขียนชื่อสถานที่ ชื่อหน่วยงาน ชื่อห้อง ทับศัพท์ข้อความเดียวกันหรือเขียนแปลโดยตรง แสดงเห็นว่าผู้เขียนป้ายต้องการให้ข้อมูลผู้รู้ภาษาแต่ละภาษาเหมือนกัน จึงเขียนทับศัพท์หรือเขียนแปลโดยตรงเพื่อสื่อสารถึงผู้อ่านป้าย โดยป้ายของทางการลาวส่วนใหญ่ใช้รูปแบบการเขียนแปลโดยตรง ภาษาลาวคู่กับภาษาอังกฤษมากที่สุด รองลงมาคือภาษาลาวคู่กับภาษาฝรั่งเศส และภาษาลาวคู่กับภาษาเวียดนาม ส่วนป้ายของภาคเอกชนส่วนใหญ่พบบนป้ายของสถานที่ เช่น ธนาคาร บ้านพัก โรงแรม บริษัท และอื่น ๆ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนป้ายไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน ต่างก็มีวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลผู้รู้ภาษาแต่ละภาษาเหมือนกัน

จากการศึกษาการใช้ภาษา การปรากฏของภาษา และรูปแบบการเขียนบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ จะเห็นได้ว่านครปากเซมีความหลากหลายทางภาษาเนื่องจากปัจจัยหลายประการ ทั้งการเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่ดึงดูดผู้คนจากภูมิภาคต่าง ๆ ให้เข้ามาทำงานและตั้งถิ่นฐานทำให้เกิดการผสมผสานของภาษาต่าง ๆ นอกจากนี้ การอพยพของประชากรจากภูมิภาคอื่น ๆ รวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นครปากเซมีภูมิทัศน์ทางภาษาที่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม ภาษาลาวยังคงเป็นภาษาหลักที่ใช้ในการสื่อสารสอดคล้องงานวิจัยที่ศึกษาภูมิทัศน์ภาษาทางภาคเหนือของสปป.ลาว กิตตินาถ เรชาลิสิต และคณะ (2563) ได้ศึกษาบทบาทของภาษาประจำชาติและภาษาอังกฤษในสปป.ลาว ผ่านภาพสะท้อนจากสถานการณ์ภาษา ในปัจจุบันในนครเวียงจันทน์ แสดงให้เห็นถึงบทบาทของภาษาประจำชาติในแวดวงต่าง ๆ เช่น การศึกษา กฎหมาย สื่อ การเมือง และวรรณกรรม โดยภาษาลาวยังคงมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารกับประชาชนในชีวิตประจำวัน และสะท้อนให้เห็นถึงสถานการณ์ทางภาษาที่มีการผสมผสานทั้งภาษาประจำชาติและภาษาต่างประเทศตามบริบททางสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งสามารถเห็นได้ในหลายพื้นที่ในสังคมปัจจุบัน

5.2.4 จากการศึกษาหน้าที่ของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สามารถอธิบายได้ว่าภาษาที่เลือกใช้นั้นมีบทบาทสำคัญทั้งในการนำเสนอตัวตน ความสมเหตุสมผล ในบริบทการสื่อสาร การสะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ตลอดจนการอ้างอัตลักษณ์ของหมู่คณะในพื้นที่สังคมพหุภาษาแห่งนี้

ภาษาที่ปรากฏบนป้ายจำนวนมากทำหน้าที่นำเสนอตัวตนของเจ้าของป้ายอย่างเด่นชัด โดยเฉพาะการใช้ภาษาลาวบนป้ายราชการและป้ายบริการทั่วไป เป็นการยืนยันอัตลักษณ์ของชาติผ่านพื้นที่สาธารณะ สอดคล้องกับแนวคิดของ Landry and Bourhis (1997) ที่ระบุว่าภูมิทัศน์ภาษาเป็นเครื่องมือแสดงพลังและความมีตัวตนของกลุ่มชาติพันธุ์หลัก ขณะที่การใช้ภาษาอังกฤษควบคู่ภาษาลาวในภาคเอกชน โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวและบริการ แสดงการนำเสนอตัวตนที่เปิดรับ

สากล และสะท้อนกลยุทธ์การค้าสมัยใหม่ที่มุ่งเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก (Cenoz & Gorter, 2006) ด้านกลุ่มชาติพันธุ์จีนและเวียดนาม การเลือกใช้ภาษาของตนเองบนป้ายร้านค้าสะท้อนการอ้างตัวตนทางชาติพันธุ์ และเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจภายในพื้นที่

เมื่อพิจารณาความสมเหตุสมผลของการเลือกใช้ภาษา พบว่าการใช้ภาษาลาวบนป้ายราชการ และป้ายชุมชนทั่วไปมีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนลาวส่วนใหญ่ในพื้นที่ การใช้ภาษาอังกฤษในธุรกิจบริการรองรับนักท่องเที่ยวและนักลงทุน ขณะที่การใช้ภาษาจีนและเวียดนาม ในย่านการค้าเฉพาะกลุ่ม ชี้ให้เห็นถึงการปรับตัวของเจ้าของกิจการให้เข้ากับโครงสร้างประชากรท้องถิ่น การเลือกใช้หลายภาษาบนป้ายเดียวในบางร้านค้า สะท้อนถึงความพยายามที่จะสื่อสารกับผู้ที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Reh (2004) เกี่ยวกับการใช้การเขียนหลายภาษา เพื่อตอบสนองต่อความหลากหลายทางสังคมและเศรษฐกิจ

ในด้านความสัมพันธ์เชิงอำนาจ การจัดวางภาษาลาวไว้ในตำแหน่งบนสุดของป้าย และการใช้ตัวอักษรลาวขนาดใหญ่กว่าภาษาอื่น ๆ แสดงให้เห็นอำนาจของรัฐที่พยายามอ้างเอกภาพทางภาษาในพื้นที่สาธารณะ Shohamy (2006) แม้ว่าจะมีภาษาต่างประเทศปรากฏอยู่ก็ตาม ขณะเดียวกัน การเพิ่มบทบาทของภาษาอังกฤษ จีน และเวียดนามบนป้ายของภาคเอกชน สะท้อนให้เห็นถึงอำนาจของทุนโลกาภิวัตน์และเศรษฐกิจชาติพันธุ์ที่เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อโครงสร้างอำนาจในพื้นที่ ซึ่งตรงกับ Backhaus (2007) ที่พบว่าภาษาบนป้ายไม่เพียงแต่สะท้อนตัวตนของผู้ใช้ แต่ยังสะท้อนการต่อรองและพลวัตเชิงอำนาจระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ด้วย

สุดท้าย อัตลักษณ์ของหมู่คณะในนครปากเซได้รับการอ้างและแสดงออกผ่านการใช้ภาษาอย่างชัดเจน ภาษาลาวเป็นเครื่องมือยืนยันความเป็นชาติและความเป็นหนึ่งเดียวของสังคม ขณะที่ภาษาอังกฤษถูกใช้เพื่อแสดงการเปิดกว้างสู่ความเป็นสากล และภาษาจีนกับเวียดนามทำหน้าที่รักษาความผูกพันภายในกลุ่มชาติพันธุ์ การดำรงอยู่ของภาษาฝรั่งเศสในบางหน่วยงานราชการยังแสดงถึงความพยายามในการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและความทรงจำทางประวัติศาสตร์ แม้บทบาทจะลดน้อยลงตามกาลเวลาก็ตาม (Shohamy & Gorter, 2009)

ภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ ทำหน้าที่สะท้อนบทบาททางสังคมและเศรษฐกิจของพื้นที่อย่างลึกซึ้ง โดยภาษาลาวยังคงทำหน้าที่หลักในการอ้างอัตลักษณ์ชาติและความเป็นหนึ่งเดียวของสังคม ขณะที่ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาเวียดนามสะท้อนอิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์ เศรษฐกิจ และการเปิดรับความหลากหลายทางวัฒนธรรม การจัดวางภาษาและการเลือกใช้รูปแบบการเขียนต่าง ๆ บ่งชี้ถึงความสมเหตุสมผลในการสื่อสารตามกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งเผยให้เห็นการต่อรองอำนาจในพื้นที่สาธารณะ ดังนั้น ภูมิทัศน์ภาษาในนครปากเซจึงไม่ได้เป็นเพียงการสื่อสารทางภาษาเท่านั้น แต่ยังเป็นเวทีที่หมู่คณะต่าง ๆ ใช้แสดงตัวตน ต่อรองอำนาจ และอ้างอัตลักษณ์ในบริบทของสังคมพหุวัฒนธรรมอีกด้วย

จากการวิเคราะห์หน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะ พบว่าภาษาต่าง ๆ ทำหน้าที่ทั้งในเชิงข้อมูลและเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวคิดการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาของ Landry and Bourhis (1997) หน้าที่ในการให้ข้อมูล (Informational Function) ภาษาที่ใช้บนป้ายทำหน้าที่เป็นเครื่องมือถ่ายทอดข้อมูลพื้นฐาน เช่น ชื่อสถานที่ ทิศทาง การบริการ หรือรายละเอียดสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อให้ผู้พบเห็นสามารถเข้าถึงข้อมูลที่จำเป็นในการดำเนินชีวิตและการเดินทางได้อย่างสะดวก โดยเฉพาะบนป้ายบอกทางและป้ายสถานที่และหน่วยงานที่เน้นการสื่อสารอย่างตรงประเด็นและชัดเจน ขณะเดียวกันหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Function) การเลือกใช้ภาษาลาวอย่างแพร่หลายบนป้ายต่าง ๆ สะท้อนการตอกย้ำอัตลักษณ์ชาติพันธุ์และวัฒนธรรมลาว ขณะที่การปรากฏของภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาเวียดนามสะท้อนบทบาทของนครปากเซในฐานะพื้นที่เศรษฐกิจการค้า และการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์และวัฒนธรรม การจัดเรียงภาษาและการเลือกใช้รูปแบบการเขียน รวมถึงการให้ความสำคัญกับภาษาราชการหรือการใช้ภาษาสากลอย่างภาษาอังกฤษและภาษาจีนในบางบริบท ยังแสดงให้เห็นการต่อรองอำนาจในเชิงสังคมผ่านการเลือกใช้ภาษาในพื้นที่สาธารณะอีกด้วย ภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะในนครปากเซจึงมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านการถ่ายทอดข้อมูลที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิต ตลอดจนทำหน้าที่เป็นเครื่องมือเชิงสัญลักษณ์ในการสะท้อนอัตลักษณ์ บทบาททางเศรษฐกิจ และพลวัตความสัมพันธ์ทางสังคมของพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์ภาษาท่ามกลางบริบทของเมืองที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์และเศรษฐกิจ

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่หล่อหลอมให้ภูมิทัศน์ภาษาของนครปากเซมีลักษณะเช่นนี้ สามารถวิเคราะห์ได้ว่าเกิดจากปัจจัยสำคัญสามประการ ได้แก่ นโยบายของรัฐ การบูรณาการเข้าสู่สังคมโลก และเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และความสัมพันธ์ทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมในระดับภูมิภาค ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีบทบาทอย่างยิ่งในการกำหนดรูปแบบการใช้ภาษา การปรากฏของภาษารูปแบบการเขียน และการสร้างความหลากหลายในพื้นที่สาธารณะ ดังนี้

ประการแรก นโยบายของรัฐ มีบทบาทสำคัญในการกำหนดการใช้ภาษาลาวให้เป็นทั้งภาษาราชการและภาษาประจำชาติ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Landry and Bourhis (1997) ที่ชี้ว่านโยบายภาษาเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดบทบาทของภาษาต่าง ๆ ในพื้นที่สาธารณะ โดยเฉพาะในประเทศที่มีความหลากหลายทางภาษา นโยบายนี้มีส่วนช่วยส่งเสริมการใช้ภาษาลาวในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์ทางภาษาและวัฒนธรรมของชาติ อีกทั้งยังทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการสร้างความเป็นเอกภาพและความมั่นคงทางสังคม นอกจากนี้ นโยบายดังกล่าวยังสนับสนุนการใช้ภาษาลาวในชีวิตประจำวัน ครอบคลุมถึงแวดวงการศึกษา กฎหมาย และการสื่อสารทั่วไป ซึ่งมีความสำคัญต่อการเสริมสร้างความเข้าใจและความสามัคคีในหมู่ประชากร โดยนโยบายภาษาไม่ได้มีบทบาทเพียงแค่กำหนดการใช้ภาษาราชการ แต่ยังเกี่ยวข้องกับการเมืองและการจัดการความสัมพันธ์ทางอำนาจในสังคม ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ ป้ายราชการ ป้ายเชิงพาณิชย์ และป้าย

ในพื้นที่ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่สะท้อนถึงการจัดการอำนาจและบทบาทของภาษาในพื้นที่ โดยในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางภาษา การปรากฏของภาษาต่างประเทศ เช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส ไทย และเวียดนาม บนป้ายเชิงพาณิชย์และป้ายในพื้นที่ท่องเที่ยว สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของ Taylor (1994) เกี่ยวกับการเมืองแห่งการยอมรับ (politics of recognition) ซึ่งเป็นแนวคิดทางการเมืองและสังคมที่เน้นความสำคัญของการยอมรับอัตลักษณ์ วัฒนธรรม และความแตกต่างของกลุ่มบุคคลหรือชุมชนในสังคม โดยชี้ให้เห็นว่าการยอมรับอัตลักษณ์ของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญต่อการสร้างความเป็นตัวตน (self-identity) และความเป็นอยู่ที่ดี ซึ่งในบริบทของการเมือง การยอมรับมีบทบาทสำคัญในการสร้างพื้นที่ให้กลุ่มที่มีวัฒนธรรม ภาษา หรืออัตลักษณ์เฉพาะสามารถแสดงออกและมีส่วนร่วมในกระบวนการทางสังคมและการเมืองได้อย่างเต็มที่ แนวคิดนี้ทำให้เห็นถึงความจำเป็นของรัฐบาลลาวที่ใช้นโยบายเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มประชากรที่หลากหลาย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวและนักลงทุนต่างชาติ การเลือกใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะจึงเป็นการต่อรองทางอำนาจระหว่างการรักษาเอกลักษณ์ของชาติและการเปิดรับความเป็นสากลในบริบทโลกาภิวัตน์

ประการที่สอง การบูรณาการเข้าสู่สังคมโลกและเศรษฐกิจการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ภูมิภาคนครปากเซมีความหลากหลายเพิ่มขึ้น บทบาทของนครปากเซในฐานะศูนย์กลางเศรษฐกิจและการค้าในภาคใต้ของสปป.ลาว ส่งผลให้เกิดการเคลื่อนย้ายของประชากรทั้งในและต่างประเทศ การอพยพของผู้คนและการเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติส่งผลให้ป้ายในพื้นที่สาธารณะ โดยเฉพาะป้ายเชิงพาณิชย์ของภาคเอกชนมีความหลากหลายภาษา ซึ่งชี้ให้เห็นถึงบทบาทของภาษาต่างประเทศในการสนับสนุนเศรษฐกิจและ การท่องเที่ยวในสปป.ลาว โดยภาษาต่างประเทศเป็นเครื่องมือที่สะท้อนถึงความทันสมัย ความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก และการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือการใช้ภาษาอังกฤษบนป้ายสถานที่ท่องเที่ยวและป้ายเชิงพาณิชย์ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักลงทุน ในขณะที่เดียวกัน ภาษาลาวยังคงมีบทบาทและสถานภาพภาษาที่เข้มแข็ง ส่วนภาษาของประเทศเพื่อนบ้านที่ปรากฏบนป้ายในพื้นที่ชายแดนหรือกลุ่มธุรกิจเฉพาะ สะท้อนถึงความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและสังคมในระดับภูมิภาค อย่างไรก็ตาม การบูรณาการเข้าสู่เศรษฐกิจโลกและการท่องเที่ยวไม่ได้ลดบทบาทของภาษาลาว แต่ช่วยเสริมสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจของนครปากเซ การใช้ภาษาต่างประเทศ จึงเป็นกลยุทธ์ที่สะท้อนถึงบทบาทของภาษาในการสนับสนุนเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว พร้อมทั้งแสดงให้เห็นถึงการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อพลวัตของเศรษฐกิจโลก โดยยังคงรักษาบทบาทของภาษาลาวในฐานะเครื่องมือสร้างเอกภาพและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาติ

ประการสุดท้าย ความสัมพันธ์ทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมในระดับภูมิภาค เป็นปัจจัยที่ไม่อาจมองข้ามได้ เนื่องจากมีอิทธิพลต่อความหลากหลายทางภาษาในนครปากเซ ซึ่งตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ที่เชื่อมโยงสปป.ลาวกับประเทศเพื่อนบ้านอย่างไทย กัมพูชา และเวียดนาม ทำให้นครปากเซกลายเป็นจุดเชื่อมต่อสำคัญในเครือข่ายการค้าและความร่วมมือระดับภูมิภาค ความสัมพันธ์เหล่านี้ส่งผลให้เกิดการใช้ภาษาต่างประเทศในพื้นที่เพื่อรองรับการค้า การลงทุน และการสื่อสารข้ามพรมแดน ภาษาที่พบได้บ่อย เช่น ภาษาเวียดนามและภาษาจีน แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นในระดับภูมิภาค การปรากฏของภาษาต่างประเทศ บนป้ายร้านค้าและพื้นที่

เชิงพาณิชย์ จึงสะท้อนถึงบทบาทของความสัมพันธ์ข้ามพรมแดนและความสำคัญของแรงงาน การค้า และลูกค้าจากประเทศเหล่านี้ โดยลักษณะพฤติกรรมของนครปากเซเกิดจากการอยู่ร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม การที่บางภาษา เช่น ภาษาเขมร ไม่ปรากฏบนป้ายสาธารณะ แสดงให้เห็นถึงการขาดส่วนร่วมในทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง แม้ว่าจะเป็นประเทศเพื่อนบ้านและมีชายแดนติดกันแต่อาจไม่มีบทบาทในสังคมและเศรษฐกิจก็ได้เช่นกัน ภูมิภาคนี้ภาษาในนครปากเซจึงสะท้อนถึงบทบาทและสถานะของภาษาต่าง ๆ ในพื้นที่ผ่านป้ายสาธารณะทั้งของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่สะท้อนถึงการต่อรองทางอำนาจระหว่างความเป็นท้องถิ่นและความเป็นสากลในบริบทของการพัฒนาระดับภูมิภาค

การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่านโยบายภาษาในนครปากเซสะท้อนถึงความสัมพันธ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ผ่านภูมิภาคนี้ทางภาษา การส่งเสริมการใช้ภาษาลาวในฐานะภาษาประจำชาติเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความมั่นคงและเสริมสร้างอัตลักษณ์ของชาติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Landry and Bourhis (1997) และ Fishman (1972) ที่ระบุว่าภาษาประจำชาติทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ของความเป็นเอกภาพและอัตลักษณ์ระดับชาติ ในขณะเดียวกัน การผสมผสานการใช้ภาษาต่างประเทศในพื้นที่แสดงให้เห็นถึงการปรับตัวของภูมิภาคนี้ให้เข้ากับบริบทของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในยุคโลกาภิวัตน์ โดยภาษาต่างประเทศมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนเศรษฐกิจ การค้า และการท่องเที่ยว เพื่อการปรับตัวรองรับความเปลี่ยนแปลงของโลก นอกจากนี้ บทบาทและสถานะของภาษาในพื้นที่ยังแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์และกลุ่มเศรษฐกิจในนครปากเซ ดังนั้น ผลการศึกษานี้จึงอาจสามารถใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนานโยบายภาษาของภาครัฐ เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการรักษาอัตลักษณ์ทางภาษาและการตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจและสังคมโลกได้

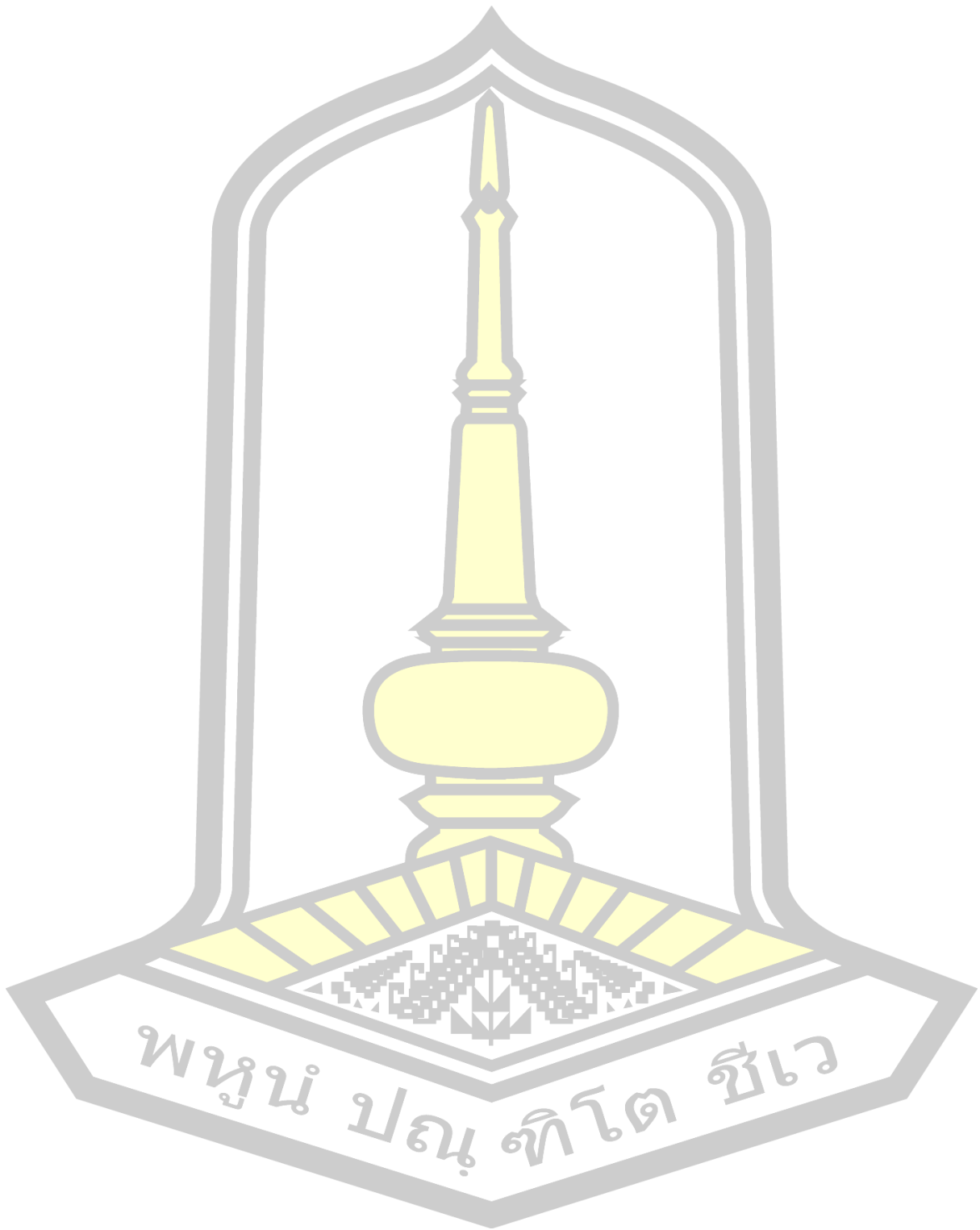
5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยภูมิภาคนี้ภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซพบว่าการใช้ภาษา การปรากฏของภาษา รูปแบบการเขียน และหน้าที่ของภาษา สะท้อนถึงบทบาทของนโยบายภาษา และปัจจัยต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ยังมีประเด็นที่ควรศึกษาเพิ่มเติม ดังนี้

1. ศึกษาการใช้ภาษาและรูปแบบการเขียนบนป้ายสาธารณะในนครปากเซช่วงปี พ.ศ.2566-2568 เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงภูมิภาคนี้ภาษาในบริบทของการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวหลังโควิด-19 ซึ่งอาจช่วยเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายภาษาของภาครัฐได้

2. ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะกับกลุ่มผู้ใช้ต่าง ๆ เช่น ชาวบ้าน นักท่องเที่ยว และนักลงทุน ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจถึงประสิทธิภาพของการใช้ภาษาบนป้ายได้

บรรณานุกรม



ภาษาไทย

กมลวัน เครื่องแต่งอยู่. (2560). อิทธิพลของสื่อเกาหลีที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารเกาหลีของคนไทย.

[มหาวิทยาลัยศิลปากร]. <http://isas.arts.su.ac.th/wpcontent/uploads/2560/social/05570516.pdf>

กรกฤษ มีมงคล. (2563). ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในประเทศไทย.

ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต, 15(2), 165–186.

กฤตพล วังภูสิต. (2555). *ธุรกิจการค้าในย่านสยามสแควร์: การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์*

เชิงภาษาศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กิตตินาด เรขาลิลา. (2563). การเลือกภาษาของป้ายสาธารณะในมหาวิทยาลัยของไทย กรณีศึกษา

จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. *วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ*, 27(2), 315–317.

กิตตินาด เรขาลิลา และคณะ. (2563). *บทบาทของภาษาประจำชาติและภาษาอังกฤษในสปป.ลาว:*

ภาพสะท้อนจากสถานการณ์ภาษาในปัจจุบัน. บริษัท อมรินทร์ พริ้นติ้งแอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

เกียรติศักดิ์ บังเพลิง. (2564). *จำปาสัก: พลวัตพุทธศาสนา ผู้คน และการเมือง*. อี.ที.พับลิชชิ่ง.

คณะกรรมการแผนการแห่งรัฐ. (2543). *ศูนย์สถิติแห่งชาติ ข้อมูลสถิติแห่ง สปป. ลาว 1975-2000*.

โรงพิมพ์ศึกษา.

จรรยา เสียงเย็น. (2558). ภูมิทัศน์ทางภาษาจากป้ายโฆษณาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี.

วารสารພິມຖິ່ນໄຊ ຊີ ມູລ, 1(2), 13–36.

จันทิมา อังคพนิชกิจ. (2562). *การวิเคราะห์ข้อความ* (พิมพ์ครั้งที่ 2 แก้ไขปรับปรุง). สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์.

ชอทอง บรรจงสวัสดิ์. (2558). คำไทยในภูมิทัศน์ฝรั่งเศส: การศึกษาเชิงสัญลักษณ์ของชื่อร้านอาหารไทย

ในปารีส. *วารสารศิลปศาสตร์*, 15(2), 162–176.

ณัฐนันท์ สุวรรณวงค์. (2559). ความเป็นมาและการปรับตัวของคนเวียดนามลุ่มน้ำโขง: กรณีศึกษา

คนเวียดนาม ในเมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. *วารสารພິມຖິ່ນໄຊ ຊີ ມູລ*, 2(2), 157–198.

ดาร์รัตน์ เมตตาริกานนท์. (2555). ชุด “อาเซียน” ในมิติประวัติศาสตร์ ประวัติศาสตร์ลาวหลายมิติ.

เมืองโบราณ.

ถนอมจิตต์ สารอด และสรารุณี ไกรเสม. (2562). ความเป็นพหุภาษาในชุมชนเมือง: กรณีศึกษา

ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิทัศน์ทางภาษากับธุรกิจการค้าย่านนานาฝั่งเหนือ. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม*, 38(1), 24–40.

- พรพิมล ศิวินา. (2563). *ภูมิทัศน์ภาษากับอัตลักษณ์ของเมืองไทยในยุคโลกาภิวัตน์*. สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิชัย แก้วบุตร และนพวรรณ เมืองแก้ว. (2563). ป้ายและชื่อธุรกิจการค้าในท่าอากาศยานนานาชาติ สุราษฎร์ธานี: การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 11(2), 225–253.
- พิมพ์ปฎิมา นเรศศิริกุล. (2020). ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ในสังคมลาวตอนใต้ในคริสต์ศตวรรษที่ 18-19. *วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น*, 11(1), 1–15.
- พุทธชาติ ลิมศิริเรืองโร. (2565). การศึกษาเอกสารเพื่อให้ได้แนวทางการแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ*, 29(2), 200–222.
- พูนเงิน ป่ออุ้นวง. (2551). *ศักราชภาพด้านการท่องเที่ยว ณ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว*. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ภัทรธนิษฐ์ ศรีจอมทอง. (2559). *ภูมิทัศน์ภาษาในล้านนา*. วิทอินดีเซน.
- ภัทรธนิษฐ์ ศรีจอมทอง. (2565). การปรากฏคำเมืองบนแผ่นป้ายสาธารณะในฐานะการสะท้อนอัตลักษณ์ล้านนา. *วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 19(1), 1–25.
- ภาชกร วิรุณพันธ์. (2651). *การวิเคราะห์ป้ายร้านอาหารริมทางในย่านเยาวราชและจตุจักร ตามแนวภูมิทัศน์สัญลักษณ์ศาสตร์*. [มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ] <https://ir.swu.ac.th/jspui/handle/123456789/29694>
- มูอำหมัดสุกรี ทะยีสะนิ. (2565). ภูมิทัศน์ทางภาษาบนป้ายร้านค้ากาแฟในเขตชุมชนพหุภาษา. *Journal of Social Sciences and Humanities Research in Asia (JSHRA)*, 28(2), 67–81.
- ยศ สันตสมบัติ. (2562). *ทุนนิยมจีน ในอุษาคเนย์*. ศูนย์ศึกษาความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน และศูนย์จีน-อุษาคเนย์ศึกษาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รัตนา จันทร์เทาว์. (2554). การสัมผัสภาษา: ภาษาไทยและภาษาลาวของคนลาว. *วารสารสังคมลุ่มน้ำโขง*, 7(3), 121–134.
- รัตนา จันทร์เทาว์. (2560). *พัฒนาการภาษาลาว*. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วีระ โอสถาภิรัตน์. (2553). การเปลี่ยนแปลงการใช้ภาษาในสังคมลาว. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม*, 12(1), 45–60.

- ศุภกิต บัวขาว และหนึ่งฤทัย ปานแก้ว. (2562). เอกสารแบบเสนอโครงการสนับสนุนวิจัย ประจำปีงบประมาณเงินรายได้ พ.ศ.2562 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สถานเอกอัครราชทูต ณ เวียงจันทน์. (2565). โอกาสการฟื้นฟูเศรษฐกิจของ สปป. ลาว จากภาคการท่องเที่ยว. Vientiane Thai Embassy. <https://vientiane.thaiembassy.org/%0A2022/08/5998/%0A>
- สิริฉัตร พิกุลทอง. (2554). ภาษาบนป้ายพาณิชย์ของสถานประกอบการ ย่านถนนพระอาทิตย์. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุนันทา เจริญปัญญาธิง และธนวัฒน์ เดชปรอท. (2561). การศึกษาคัญภาพการค้าและการขนส่งชายแดนด้านจังหวัดอุบลราชธานี ต่อการเปิดประเทศเข้าสู่ AEC. รายงานการวิจัย สถาบันการขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เส้นทางเศรษฐกิจออนไลน์. (2563). เจาะยุทธศาสตร์ JDB Bank สปป.ลาว ดัน Investment Center สยายการลงทุนในไทย. https://www.sentangsedtee.com/today-news/article_140086
- อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2542). ภาษาในสังคมไทย:ความหลากหลาย การเปลี่ยนแปลง และการพัฒนา. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2548). ภาษาในสังคมไทยความหลากหลาย การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนา (พิมพ์ครั้งที่ 4). โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2556). ภาษาศาสตร์สังคม (พิมพ์ครั้งที่ 5). โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุบลทาวน์. (2560). การเดินทาง จาก จ.อุบลราชธานี ไปยัง เมืองปากเซ สปป.ลาว เทียวลาวได้. Ubon.Town.

พูน ปณ ทิโต ชีเว

ภาษาอังกฤษ

- Abrams, D., & Hogg, M. A. (1990). *An introduction to the social identity approach*. In D. Abrams, & M. A. Hogg (Eds.), *Social identity theory: Constructive and critical advances*. Springer-Verlag Publishing.
- Adendorff, R. (1996). *The Functions of Code switching among High School Teachers and Students in KwaZulu and Implications for Teacher Education*. In K. Biley & D. Nunan (eds.), *Voices from the Language Classroom: Qualitative Research in Second Language Education*. Cambridge University Press.
- Backhaus, P. (2006). *Multilingualism in Tokyo: A Look into the Linguistic Landscape*. In Gorter, Durk (ed.), *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*. Multilingual Matters Ltd.
- Backhaus, P. (2007). *Linguistic landscapes: A comparative study of urban multilingualism in Tokyo*. Multilingual matters.
- Ben-Rafael, E., Shohamy, E., Amara, M. H., & Trumper-Hecht, N. (2006). *Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: The case of Israel*. In D. Gorter (Ed.), *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*. Multilingual Matters Ltd.
- Ben-Rafael, E. (2009). *A sociological approach to the study of linguistic landscapes*. In E. Shohamy & D. Gorter (Eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery*. Routledge.
- Bourhis, R. Y. (1979). *Language in ethnic interaction: A social psychological approach*. In H. Giles & B. Saint-Jacques (Eds.), *Language and Ethnic Relations*. Pergamon Press.
- Bourhis, R. Y. (1984). *Conflict and language planning in Quebec*. Multilingual matters.
- Bourhis, R. Y. (1992). *Language, social cohesion, and intergroup relations*. Pergamon Press.
- Bucholtz, M., & Hall, K. (2004). *Language and Identity*. ResearchGate.
https://www.researchgate.net/publication/227992/33_Language_Identity
- Cenoz, J., & Gorter, D. (2006). Linguistic landscape and minority languages. *International Journal of Multilingualism*, 3(1), 67–80.
<https://doi.org/10.1080/14790710608668386>

- Cenoz, J. & Gorter, D. (2006). *Linguistic Landscape and Minority Languages*.
In Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism. Multilingual matters.
- Coulmas, F. (2009). *Linguistic landscaping and the seed of the public sphere*.
In E. Curtin, Melissa L. (2009). Indexical Signs, Identities and the Linguistic Landscape of Taipei. In Shohamy, Elana and Gorter, Durk (eds.). *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. Routledge.
- Curtin, M. L. (2009). *Languages on display: Indexical signs, identities, and the linguistic landscape of Taipei*. In E. Shohamy & D. Gorter (Eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery*. Routledge.
- Enfield, N. J. (1999). *Linguistic epidemiology: Semantics and grammar of language contact in mainland Southeast Asia*. Routledge.
- Fishman, J. A. (1972). *Domains and the relationship between micro- and macro-sociolinguistics*. In J. J. Gumperz & D. Hymes (Eds.), *Directions in sociolinguistics: The ethnography of communication*. Rinehart & Winston.
- Fishman, J. A. (1991). *Reversing language shift: Theoretical and empirical foundations of assistance to threatened languages*. Multilingual matters.
- Gorter, D. (2006). *Introduction: The Study of the Linguistic Landscape as a New Approach to Multilingualism*. In Gorter, Durk (ed.). 2006. *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*. Multilingual Matters Ltd.
- Holmes, J. (2013). *An introduction to sociolinguistics*. Routledge.
- Huang, H. and Qiu, K. (2004). *Lao Wo Bai Xi Hua Qiao Gong Xue 75 Zhou Nian Xiao Qing Ji Nian Ce [Memorable Book of 75th Anniversary Huaqiao Gongxue, Pakse, Laos.]*. Huaqiao Gongxue.
- Invarsson, S. (2008). *Creating Laos: The Making of a Lao Space Between Indochina and Siam*. NIAS Press.
- Jaworski, A., & Thurlow, A. (2013). *The (de-)centring spaces of airports: Framing mobility and multilingualism*. In S. Pietikäinen & H. Kelly-Holmes (Eds.), *Multilingualism and periphery*. Oxford University Press.
- Karber, P. (2010). *The Indochina chronicle: Travels in Laos*. Marshall Cavendish International.

- 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>
- Leclerc, J. (1989). *Langue et société: Une introduction à la sociolinguistique*. Mondia Éditeurs.
- Manivong, P. (2018). Language landscape and colonial influence in Laos: A study on public signage. *Asian Linguistic Review, 3*(1), 88–104.
- Maurais, J., & Monnier, D. (1996). *Les politiques linguistiques des provinces canadiennes*. Conseil de la langue française.
- Maurais, J., & Plamondon, P. (1986). *Le visage français du Québec: Enquête sur l'affichage*. Conseil de la langue française.
- Mei, T.L., Abdullah, A.N., Heng, C.S. and Kasim, Z.B.M. (2016). Language Choice and Use of Malaysian Public University Lecturers in the Education Domain. *Advances in Language and Literary Studies, 7*(1), 21–32.
- Montagnon, P. (1988). *La France coloniale: La Gloire de l'empire*. Pygmalion.
- Mu, Yanhong & Rungruang, Apichai. (2013). Chiang Mai's Linguistic Landscape in the Tourist Attraction Areas: A Study on the English Language Use on Signs. *The Golden Teak : Humanity and Social Science Journal, 19*(2), 59–70.
- Mufwene, S. (2010). *Globalization, Global English, and World English (es): Myths and Facts*. In Coupland, N. (Ed), *The Handbook of Language and Globalization*. Blackwell Publishing Ltd.
- Munday, J. (2012). *Introducing Translation Studies: Theories and Applications* (3rd ed.). Routledge.
- Nimmanhemmin, A. (2004). *Warorot Market, Tonlamyai Market - Chiang Mai*. In S. Apavatjirut & D. Apavatjirut Charoenmuang (Eds.), *Narratives of Market People*. Saeng Silp publishing House Ltd.
- Ongsakul, S. (2010). *The History of Lanna*. Ammarin Publishing House.
- Penth, H. (2010). *A brief history of Lanna (Sirirat Thongyai Na Ayudhaya, Trans.)*. In Dr. Hans Penth Souvenir on Dr. Hans Penth's funeral.

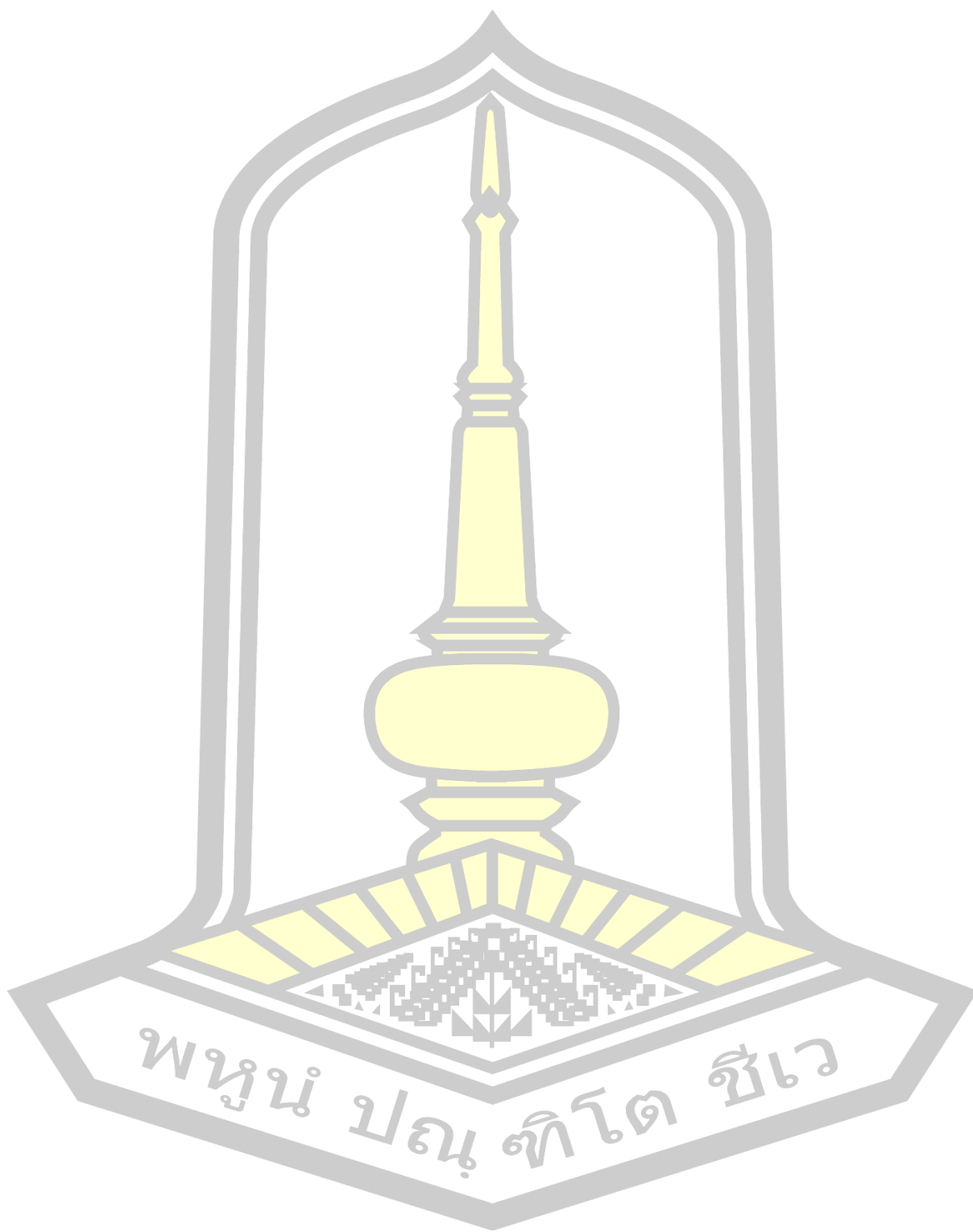
- Québec. (1996). *Québec. (1996). La politique linguistique du Québec: Bilan et perspectives*. Ministère de la Culture et des Communications du Québec. Ministère de la Culture et des Communications du Québec.
- Reh, M. (2004). Multilingual writing: A reader-oriented typology—with examples from Lira Municipality (Uganda). *International Journal of the Sociology of Language*, 170, 1–41. <https://doi.org/10.1515/ijsl.2004.2004.170.1>
- Rungruengsri, U. (2004). *Dictionary Lanna-Thai, Mae Fah Luang version*. Ming Mueang Publishing House.
- Sachdev, I., & Bourhis, R. Y. (1990). *Language and social identification*. In D. Abrams & M. A. Hogg (Eds.), *Social identity theory: Constructive and critical advances*. Harvester Wheatsheaf.
- Santiwutmethee, W. (2002). *The process of ethnic identity construction of Tai Yai people at the Thailand-Myanmar border*. In C. Witthayapak (Ed.), *Cross-border social sciences*. Nopburi Publishing House.
- Shohamy, E., & Gorter, D. (2009). *Linguistic landscape: Expanding the scenery*. Routledge.
- Siwina, P., & Prasithratsint, A. (2020). Multilingual landscapes on Thailand's borders. *Journal of Mekong Societies*, 16(1), 121–131.
- Souksavanh, B., & Boikeo, S. (2020). Language use and multilingualism in Laos. *Journal of Lao Studies*, 5(2), 45–62.
- Spolsky, B. (2009). *Language management*. Cambridge University Press.
- Spolsky, B. & Lambert, R. (2006). Language planning and policy: models. In Keith Brown (ed.). *Encyclopedia of Language and Linguistics*, 6(2), 561–575.
- Stuart-Fox, M. (2002). *A History of Laos*. Cambridge University Press.
- Sutthinaraphan, K. (2016). A linguistic landscape study of advertising signage on Skytrain. *Manusya Journal of Humanities*, 22(Special Issue), 53–71.
- Taylor, C. (1994). *The Politics of Recognition*. In A. Gutmann (Ed.), *Multiculturalism: Examining the Politics of Recognition*. Princeton University Press.
- Thomason, S. G., & Kaufman, T. (1988). *No Title Language Contact, Creolization, and Genetic Linguistics*. University of California Press.

- Thomason, S. G. (2001). *No Title Language Contact: An Introduction*. Edinburgh University Press & Georgetown University Press.
- UNESCO. (2002). *UNESCO world report: Investing in cultural diversity and intercultural dialogue*. <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001852/185202e.pdf>
- Voraphet, K. (2015). The impact of the open door policy on Lao society. *Journal of Southeast Asian Studies*, 46(2), 234–256.
- Weinreich, U. (1953). *Languages in contact*. Mouton.
- Yenjabok, P. (2016). The effect of cross-cultural communication on ASEAN cultural hegemony: A case study of Lao People's Democratic Republic. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal Humanities and Social Sciences*, 36(4), 76–89.

ພາສາລາວ

- ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທອງທ່ຽວ. (2565, 28 ສິງຫາ). ແຜນພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ ສຳລັບປີ 2021–2025. Dropbox. <https://www.dropbox.com/sh/d6ynk7xfyvkmrb/AAD0RR6nZZVFFzhhelxp4gQNa?dl=0>
- ປະຊາຊົນ. (2565, 20 ມິຖຸນາ). ຄາດວ່ານັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຈະເດີນທາງເຂົ້າມາທ່ອງທ່ຽວສປປ ລາວ ຫຼາຍຂຶ້ນ. sethakit-psx. <http://www.sethakit-psx.la/detail/10533.html>
- ລັດຖະດຳລັດ ຂອງປະທານປະເທດ ສາທາລະນະລັດ ປະຊາທິປະໄຕ ປະຊາຊົນລາວ. (2559, 29 ມັງກອນ). ກ່ຽວກັບການປະກາດໃຊ້ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍ ປ້າຍ. ລາຊະກິດຈານຸເບກສາ, 36/ຮບ(4), 5–6. <https://laoofficialgazette.gov.la/index.php?r=site/display&id=895>
- ລັດຖະດຳລັດ ຂອງປະທານປະເທດ ສາທາລະນະລັດ ປະຊາທິປະໄຕ ປະຊາຊົນລາວ. (ນ.ປ.). ກ່ຽວກັບການປະກາດໃຊ້ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍ ປ້າຍ. ລາຊະກິດຈານຸເບກສາ, III(4). <https://laoofficialgazette.gov.la/index.php?r=site/display&id=1413>

ພູນຸ່ ປຸນຸ່ ທິໂຕ ສີເວ



พหุณฺ์ ปณฺุ ทิตฺโต ชีเว

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวปภาวรินทร์ วรหิน
วันเกิด	วันที่ 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2539
สถานที่เกิด	อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 79 หมู่ 17 อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม รหัสไปรษณีย์ 44170
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	นักวิชาการศึกษา
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2558 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัย มหาสารคาม (ฝ่ายมัธยม) จังหวัดมหาสารคาม พ.ศ. 2562 ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย มหาสารคาม พ.ศ. 2568 ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย มหาสารคาม

พูนุ่ ปณุ่ ทิโต ชีเว