

หน้าที่ของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว: การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ภาษา
The Functions of Languages on Public Signs in Pakse, Champasak
Province, Laos: A Linguistic Landscape Study

ปภาวรินทร์ วรหิน¹ | Papawarin Worrahin¹

ดุจฉัตร จิตบรรจง² | Dutchat Jitbanjong²

สมัย วรรณอุดร³ | Smai Wannaudorn³

Received: 18 ตุลาคม 2568 Revised: 2 ธันวาคม 2568 Accepted: 5 มกราคม 2569

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหน้าที่ของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยเก็บข้อมูลจากป้ายสาธารณะทั้งของภาครัฐและเอกชน จำนวน 858 ป้าย จำแนกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ป้ายบอกทาง ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ป้ายสถานที่และหน่วยงาน และป้ายร้านค้า วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แนวคิดเรื่องหน้าที่ของภาษาตามกรอบของ Ben-Rafael et al. (2006; 2009) ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) การนำเสนอตัวตน 2) ความสมเหตุสมผล 3) ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ และ 4) อัตลักษณ์ของหมู่คณะ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การใช้ภาษาบนป้ายในนครปากเซมีหน้าที่ในการให้ข้อมูลความรู้ (informational function) และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic function) โดยภาษาลาวมีบทบาทมากที่สุดในฐานะภาษาประจำชาติที่สะท้อนอำนาจรัฐและการควบคุมเชิงนโยบาย ขณะที่ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาเวียดนาม มักถูกเลือกใช้บนป้ายภาคเอกชนเพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวและนักลงทุนต่างชาติ นอกจากนี้การจัดวางภาษาและการเลือกใช้คำบนป้ายยังสะท้อนบทบาทของผู้เขียนป้ายในการนำเสนอ

¹ อาจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม E-mail papawarin.w@msu.ac.th

¹ Lecturer, Faculty of Humanities and Social Sciences, Mahasarakham University

E-mail papawarin.w@msu.ac.th

² อาจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม E-mail dutchat.j@msu.ac.th

² Lecturer, Faculty of Humanities and Social Sciences, Mahasarakham University

E-mail dutchat.j@msu.ac.th

³ อาจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม E-mail dutchat.j@msu.ac.th

³ Lecturer, Faculty of Humanities and Social Sciences, Mahasarakham University

E-mail smai.w@msu.ac.th

ตัวตนและแสดงจุดยืนในสังคมและเศรษฐกิจที่หลากหลายของเมืองชายแดนแห่งนี้ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ภาษาบนป้ายสาธารณะไม่ได้มีหน้าที่เพียงแค่ให้ข้อมูล แต่ยังทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ในการสร้างความหมาย การแสดงอัตลักษณ์ และการแสดงออกทางอำนาจในพื้นที่สาธารณะ

คำสำคัญ : หน้าที่ของภาษา, ภูมิทัศน์ภาษา, ป้ายสาธารณะ, นครปากเซ, สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

Abstract

This research article aims to examine the functions of languages on public signs in Pakse, Champasak Province, Lao PDR. Data were collected from 858 public signs, both government and private, classified into four types: directional signs, advertising and public relations signs, place and agency signs, and commercial signs. The data were analyzed using the language functions framework proposed by Ben-Rafael et al. (2006; 2009), comprising four dimensions: (1) Presentation of Self, (2) Good Reasons, (3) Power Relations, and (4) Collective Identity. The findings reveal that language use on public signs in Pakse serves both informational and symbolic functions. Lao plays the most prominent role as the national language, reflecting state authority and policy control, while English, Chinese, and Vietnamese are frequently used on private signs to communicate with tourists and foreign investors. Furthermore, the arrangement of languages and the choice of wording on signs reflect the role of sign producers in presenting their identities and asserting their positions within the diverse social and economic landscape of this border city. The findings indicate that languages on public signs not only serve informational purposes but also fulfill symbolic functions in constructing meaning, expressing identity, and manifesting power in public space.

Keywords : Linguistic Landscape, Language Functions, Public Signage, Pakse, Champasak Province, Lao PDR

บทนำ

ภาษาคือองค์ประกอบสำคัญที่ทำหน้าที่มากกว่าการถ่ายทอดข้อมูลเชิงถ้อยคำ หากแต่ยังทำหน้าที่สะท้อนโลกทัศน์ โครงสร้างอำนาจ และอัตลักษณ์ทางสังคมของผู้ใช้ภาษา การปรากฏของภาษาในพื้นที่สาธารณะ โดยเฉพาะในรูปแบบของป้าย จึงมิใช่เพียงเครื่องมือในการบ่งบอกสถานที่หรือโฆษณาประชาสัมพันธ์ แต่ยังเป็นสื่อกลางที่แสดงถึงความสัมพันธ์ทางสังคม ความหลากหลายทางวัฒนธรรม และการกำหนดตัวตนของผู้คนในสังคม ดังที่แนวคิด “ภูมิทัศน์ภาษา” (Linguistic Landscape) ได้เสนอว่า การใช้ภาษาในพื้นที่สาธารณะเป็นเครื่องบ่งชี้เชิงสังคมที่สะท้อนอำนาจทางภาษาของกลุ่มต่าง ๆ และเป็นภาพแทนของความสัมพันธ์เชิงอำนาจในชีวิตประจำวันของผู้คนทั่วไป (Landry & Bourhis, 1997) ในบริบทของสังคมพหุวัฒนธรรม ภูมิทัศน์ภาษาสามารถทำหน้าที่ในสองมิติหลัก ได้แก่ มิติข้อมูล (Informational Function) และมิติสัญลักษณ์ (Symbolic Function) (Cenoz & Gorter, 2006)

ที่ผ่านมาการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในประเทศไทยและภูมิภาคใกล้เคียงได้รับความสนใจอย่างกว้างขวาง โดยมีมุมมองเน้นศึกษาในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางภาษาและวัฒนธรรม เช่น ย่านธุรกิจ แหล่งท่องเที่ยว และเขตชายแดน อาทิ งานวิจัยของ สิริฉัตร พิกุลทอง (2554), กฤตพล วังภูสิต (2555) และธนอมจิตต์ สารอด และสรารุณี ไกรเสม (2562) ที่ศึกษาป้ายพาณิชยในย่านธุรกิจสำคัญของกรุงเทพมหานคร ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของภาษาต่างประเทศและการสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่สำหรับพื้นที่ชายแดน จริยา เสียงเย็น (2558) ได้ศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในจังหวัดอุดรธานี ซึ่งชี้ให้เห็นการปรับตัวทางภาษาเพื่อรองรับผู้คนจากประเทศเพื่อนบ้าน ในบริบทของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีการศึกษาที่น่าสนใจ เช่น งานของ ศุภกิต บัวขาว และหนึ่งฤทัย ปานแก้ว (2562) ที่ศึกษาป้ายพาณิชยในเมืองหลวงพระบาง และงานของ Siwina and Prasithrathsint (2020) ที่ศึกษาป้ายสาธารณะในเขตชายแดนไทย-เมียนมา และไทย-ลาว (แขวงสะหวันนะเขต) นอกจากนี้ กิตตินาถ เรขาลิธิ (2563) ได้ศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในนครเวียงจันทน์ ซึ่งชี้ให้เห็นบทบาทของภาษาประจำชาติท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในบริบทเพื่อนบ้านมาบ้างแล้ว แต่การศึกษาเจาะจงในพื้นที่ นครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เมืองสำคัญทางตอนใต้ที่ตั้งอยู่ในเขตเศรษฐกิจของภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง มีบทบาทเป็นศูนย์กลางด้านการพาณิชยกรรม การท่องเที่ยว และการคมนาคมขนส่งของประเทศ โดยเฉพาะในฐานะจุดเชื่อมต่อของถนนหมายเลข 13 และระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor: EWEC) ที่เชื่อมโยงสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวกับราชอาณาจักรไทย สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม และราชอาณาจักรกัมพูชา (Japan International Cooperation Agency, 2012) EWEC เป็นเส้นทางยุทธศาสตร์ที่เชื่อมโยงเมืองท่ามะละแหม่งในเมียนมา ผ่านราชอาณาจักรไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสิ้นสุดที่เมืองดานังของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม โดยมีนครปากเซเป็นหนึ่งใน

ในจุดผ่านสำคัญของเครือข่ายนี้ ทำให้เมืองแห่งนี้มีบทบาทเป็นจุดพักการขนส่งสินค้า การเดินทางของแรงงาน และการกระจายตัวของนักลงทุนจากต่างประเทศ ลักษณะทางภูมิศาสตร์และยุทธศาสตร์ดังกล่าวจึงเอื้อต่อการเติบโตของเศรษฐกิจท้องถิ่น การลงทุนจากภาคเอกชน และการไหลเวียนของแรงงานและนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ส่งผลให้เกิดการใช้ภาษาที่หลากหลายบนป้ายสาธารณะซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์ภาษาในปัจจุบันที่ภาษาประจำชาติและภาษาอังกฤษมีบทบาทสำคัญในสังคมลาว (กิตตินาถ เรขาลิลิต และคณะ, 2563) การเลือกใช้ภาษาต่าง ๆ บนป้ายเหล่านี้จึงมีได้มีเพียงหน้าที่ในการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังสะท้อนบทบาทของผู้เขียนป้ายและผู้ใช้ภาษาในบริบทของสังคมพหุวัฒนธรรมและเศรษฐกิจชายแดน (Enterprise Singapore, 2023)

งานวิจัยภูมิทัศน์ภาษาในนครปากเซที่ผ่านมามุ่งเน้นการวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพหรือความถี่ของภาษา เช่น การศึกษาของ ปภาวรินทร์ วรหิน และคณะ (2568) แต่ยังขาดการอธิบายกลไกทางสังคมที่ซ่อนอยู่เบื้องหลังการเลือกใช้ภาษาเหล่านั้นในเชิงลึก อย่างไรก็ตาม การศึกษาภาษาบนป้ายสาธารณะในระดับที่ลึกลงไป จำเป็นต้องพิจารณาว่าภาษาถูกใช้ในบริบทใดและสะท้อนอำนาจและการแสดงออกทางอัตลักษณ์อย่างไร ซึ่งเป็นมุมมองที่เสนอโดย Ben-Rafael et al. (2006; 2009) อ้างถึงใน พรพิมล ศิวินา, 2563) ผ่านกรอบการวิเคราะห์ 4 ด้าน ได้แก่ การนำเสนอตัวตน (Presentation of Self) การให้เหตุผลที่น่าเชื่อถือ (Good Reasons) ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (Power Relations) และอัตลักษณ์ของหมู่คณะ (Collective Identity)

บทความวิจัยนี้จึงมุ่งต่อยอดองค์ความรู้โดยการศึกษาภาษาบนป้ายสาธารณะในระดับที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น เพื่อพิจารณาหน้าที่ของภาษาในบริบทสังคมเฉพาะของพื้นที่ โดยมีคำถามการวิจัยว่า ภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะในนครปากเซทำหน้าที่สื่อสารความหมายทางสังคมในมิติใดบ้าง และการเลือกใช้ภาษาดังกล่าวสะท้อนการนำเสนอตัวตน ความสมเหตุสมผล ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ และอัตลักษณ์ของหมู่คณะในบริบทเมืองชายแดนอย่างไร การศึกษานี้จะช่วยให้เข้าใจบทบาทของภาษาในฐานะเครื่องมือที่สะท้อนพลวัตทางสังคมและวัฒนธรรมของนครปากเซได้อย่างชัดเจน

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาหน้าที่ของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งวิเคราะห์หน้าที่ของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ โดยเป็นการศึกษาต่อยอดจากงานวิจัยของปภาวรินทร์ วรหิน และคณะ (2568) ซึ่งมุ่งเน้นการศึกษาลักษณะทางกายภาพของป้าย ได้แก่ การใช้ภาษา รูปแบบภาษา และรูปแบบการเขียน โดยการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งขยาย

ผลการวิจัยไปสู่การวิเคราะห์เชิงลึกในมิติของหน้าที่ของภาษา เพื่อทำความเข้าใจความหมายทางสังคมที่แฝงอยู่

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้บูรณาการกรอบแนวคิดทางทฤษฎีที่สำคัญ 2 ส่วน ได้แก่ 1) แนวคิดหน้าที่ของภาษาตามกรอบของ Cenoz & Gorter (2006) ที่แบ่งเป็นหน้าที่เชิงข้อมูล (Informational Function) และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Function) และ 2) แนวคิดโครงสร้างภูมิทัศน์ภาษาของ Ben-Rafael et al. (2006; 2009) ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบสำคัญ ทั้งนี้ เพื่อให้การวิเคราะห์สอดคล้องกับบริบทการศึกษา ผู้วิจัยจึงกำหนดนิยามคำว่า หน้าที่ของภาษา ในงานวิจัยนี้ หมายถึง บทบาทของภาษาบนป้ายสาธารณะในการทำหน้าที่ให้ข้อมูลและการสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งจำแนกออกเป็น 4 หน้าที่หลัก ตามกรอบแนวคิดของ Ben-Rafael et al. (2006; 2009) ได้แก่ 1) การนำเสนอตัวตน 2) ความสมเหตุสมผล 3) ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ และ 4) อัตลักษณ์ของหมู่คณะ

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเรื่องภูมิทัศน์ภาษาและทฤษฎีหน้าที่ของภาษา จากนั้นจึงดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากป้ายสาธารณะทั้งที่เป็นของรัฐและเอกชน จำนวน 858 ป้าย ที่รวบรวมจากการลงภาคสนามในนครปากเซ โดยนำภาพถ่ายทั้งหมดมาจำแนกตามหมวดหมู่ป้าย และนำมากำหนดตัวเลขเรียงตามลำดับในโปรแกรม Microsoft Word จากนั้นนำเนื้อหาบนป้ายมาถอดเป็นข้อความ ใส่รหัสเพื่อจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดของ Cenoz & Gorter (2006) ร่วมกับ Ben-Rafael et al. (2006; 2009)

ขอบเขตของการวิจัย

ด้านพื้นที่ ผู้วิจัยเลือกพื้นที่ศึกษานครปากเซ เนื่องจากเป็นเมืองศูนย์กลางของแขวงจำปาสัก และเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ การค้า และการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยศึกษาป้ายสาธารณะบนถนนหลักหมายเลข 13 และซอยใกล้เคียง ดังตารางต่อไปนี้ ตาราง 1 แสดงขอบเขตของการวิจัยด้านพื้นที่

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



ภาพ 1 แผนที่แสดงขอบเขตของการวิจัยด้านพื้นที่
 (ที่มา ปภาวรินทร์ วรหิน (ผู้วิจัย), 2565)

ด้านข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์จากป้ายสาธารณะ จำนวน 858 ป้าย โดยจำแนกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ป้ายบอกทาง ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ป้ายสถานที่และหน่วยงาน และป้ายร้านค้า ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 2 แสดงขอบเขตของงานวิจัยด้านข้อมูล

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

ด้านเวลา ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลป้ายสาธารณะในนครปากเซ ช่วงเดือนมิถุนายน 2565 ซึ่งเป็นช่วงที่สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเริ่มเปิดประเทศหลังจากสถานการณ์โควิด-19

ด้านเนื้อหา ผู้วิจัยศึกษาหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ โดยพิจารณาใน 2 มิติหลัก คือ 1) แนวคิดหน้าที่ของภาษาตามกรอบของ Cenoz & Gorter (2006) และ 2) แนวคิดโครงสร้างภูมิทัศน์ภาษา 4 ประการ ของ Ben-Rafael et al. (2006; 2009)

แนวคิดเรื่องภูมิทัศน์ภาษา (Linguistic Landscape) เป็นแนวทางการศึกษาการใช้ภาษาในพื้นที่สาธารณะ โดยให้ความสนใจกับป้าย ข้อความ หรือสัญลักษณ์ที่ปรากฏในชีวิตประจำวัน ซึ่งสามารถสะท้อนนโยบายทางภาษา อัตลักษณ์ของผู้คนในสังคม และความสัมพันธ์เชิงอำนาจในพื้นที่หนึ่ง ๆ ได้ (Landry & Bourhis, 1997) การศึกษาภูมิทัศน์ภาษามุ่งเน้นการวิเคราะห์ภาษาในพื้นที่พหุภาษา มักเป็นข้อความบนป้าย เช่น ป้ายชื่อถนน ป้ายโฆษณา ป้ายร้านค้า หรือข้อความประชาสัมพันธ์ที่ติดตั้งในสถานที่ต่าง ๆ โดยเน้นบทบาทของภาษาทั้งในเชิงข้อมูลและเชิงสัญลักษณ์ ภาษาที่ปรากฏบนป้ายสามารถแบ่งได้เป็นภาษาจากภาครัฐและภาคเอกชนหรือแบ่งตามความเป็นเจ้าของของผู้เขียนป้าย เช่น ป้ายของภาครัฐ หน่วยงานเอกชน หรือประชาชนทั่วไป (Shohamy & Gorter, 2009) นอกจากนี้ ข้อความบนป้ายยังอาจบ่งบอกถึงความหลากหลายทางภาษาและวัฒนธรรมภายในพื้นที่นั้น ๆ และเป็นสิ่งสะท้อนอัตลักษณ์ของกลุ่มชนต่าง ๆ ที่อยู่อาศัยหรือมีบทบาทในพื้นที่สาธารณะนั้น ๆ

แนวคิดหน้าที่ของภาษา (Language Functions) หน้าที่ของภาษาที่ปรากฏในภูมิทัศน์ภาษาแบ่งได้เป็น 2 มิติ ได้แก่ หน้าที่เชิงข้อมูล (Informational Function) และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Function) ตามแนวคิดของ Cenoz & Gorter (2006) มิติข้อมูลหมายถึง บทบาทของภาษาในการสื่อสารโดยตรง เช่น การให้ข้อมูล ทิศทาง สถานที่ หรือคำแนะนำ ขณะที่มิติสัญลักษณ์มุ่งเน้นบทบาทของภาษาที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางสังคม วัฒนธรรม และการแสดงจุดยืนของผู้ใช้ภาษา การเลือกใช้ภาษาในพื้นที่สาธารณะจึงไม่ใช่เพียงการสื่อสารทางภาษามาตรฐานแต่ยังเป็นการเลือกใช้ภาษาที่สะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรม การยอมรับหรือการต่อต้านต่ออำนาจรัฐ และการประกาศตัวตนของกลุ่มชาติพันธุ์หรือกลุ่มสังคมหนึ่ง ๆ ภาษาบนป้ายสาธารณะจึงเป็นทั้งเครื่องมือในการสื่อสาร และเป็นเครื่องหมายแห่งอัตลักษณ์ในบริบทสังคมพหุวัฒนธรรม

Ben-Rafael et al. (2006, อ้างถึงใน พรพิมล ศิรินา, 2563) เสนอว่า ภูมิทัศน์ภาษาในพื้นที่สาธารณะไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่เป็นผลลัพธ์ของกระบวนการสร้างสรรค์และการเลือกใช้ภาษาจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตป้าย เช่น เจ้าของธุรกิจ ผู้ออกแบบป้าย หรือหน่วยงานภาครัฐ ป้ายจึงไม่ใช่เพียงสื่อกลางในการให้ข้อมูล แต่เป็นตัวแทนของอัตลักษณ์ กลยุทธ์ทางภาษา และความสัมพันธ์เชิงอำนาจในสังคม โดยโครงสร้างของภูมิทัศน์ภาษาแบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

1. การนำเสนอตัวตน (Presentation of Self) หมายถึง การที่ผู้ผลิตป้ายใช้ภาษาเป็นเครื่องมือในการแสดงอัตลักษณ์ส่วนบุคคลหรือกลุ่ม โดยมักเลือกใช้ภาษาที่ตนเองเห็นว่า สะท้อนสถานะหรือภาพลักษณ์ที่ต้องการนำเสนอ เช่น การใช้ภาษาต่างประเทศเพื่อแสดงความเป็นสากลหรือทันสมัย

2. ความสมเหตุสมผล (Good Reasons) หมายถึง การเลือกใช้ภาษาที่มีศักยภาพในการดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน เช่น ภาษาอังกฤษหรือภาษาจีน ซึ่งอาจมีภาพลักษณ์ที่เป็นบวกในเชิงเศรษฐกิจหรือการค้า ภาษาที่ถูกเลือกมักมีเหตุผลสนับสนุน เช่น ความเข้าใจง่าย ความนิยม หรือความเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมาย

3. ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (Power Relations) หมายถึง การสะท้อนถึงข้อจำกัดหรือบรรทัดฐานที่กำหนดการใช้ภาษาบนป้าย เช่น การใช้ภาษาราชการในป้ายของรัฐ หรือการเลือกใช้ภาษาที่อยู่ภายใต้อิทธิพลของนโยบาย ภูมิรัฐศาสตร์ หรืออำนาจทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าหรือกลุ่มผู้มีอำนาจในพื้นที่

4. อัตลักษณ์ของหมู่คณะ (Collective Identity) หมายถึง การใช้ภาษาเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มชนหรือชุมชนที่ต้องการแสดงออกถึงการมีอยู่ในพื้นที่สาธารณะ เช่น การใช้คำหรือสัญลักษณ์เฉพาะกลุ่ม เช่น คำว่า “ฮาลาล” เพื่อบ่งบอกถึงกลุ่มมุสลิม หรือภาษาชนกลุ่มน้อยในพื้นที่เฉพาะ เพื่อแสดงความภาคภูมิใจในรากเหง้าและวัฒนธรรมของตน

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา สามารถนำเสนอเป็นแผนภูมิได้ดังนี้



ภาพ 2 แผนภูมิแสดงกรอบแนวคิดในการศึกษา

ที่มา ปภาวรินทร์ วรหิน (ผู้วิจัย), 2568

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยวิเคราะห์หน้าที่ของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 858 ป้าย โดยบูรณาการแนวคิดหน้าที่ของภาษาของ Cenoz & Gorter (2006) ร่วมกับแนวคิดโครงสร้างภูมิทัศน์ภาษาของ Ben-Rafael et al. (2006; 2009) พบหน้าที่ของภาษาดังนี้

การนำเสนอตัวตน (Presentation of Self)

การใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซเปรียบเสมือนพื้นที่ทางสังคมที่เจ้าของป้ายใช้ในการประกอบสร้างและนำเสนอตัวตนต่อสาธารณชน โดยผ่านกระบวนการคัดสรรภาษาและการจัดวางองค์ประกอบอย่างตั้งใจ เพื่อถ่ายทอดภาพลักษณ์และสถานะที่พึงประสงค์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ เจ้าของกิจการ หรือผู้ออกแบบป้าย การเลือกใช้ภาษาใดภาษาหนึ่งมิใช่เพียงเพื่อวัตถุประสงค์ในการสื่อสารความหมายเท่านั้น แต่ยังเป็นการใช้ทุนทางสัญลักษณ์ เพื่อกำหนดตำแหน่งแห่งที่ของตนเองในสังคม

ในบริบทของนครปากเซ ภาษาลาวถูกนำมาใช้เป็นภาษาหลักบนป้ายของภาครัฐและร้านค้าท้องถิ่นอย่างกว้างขวาง การเลือกใช้ภาษาลาวในลักษณะนี้มีนัยสำคัญในการนำเสนอตัวตนของผู้ที่เป็นคนในพื้นที่ที่มีความภาคภูมิใจในรากเหง้าทางวัฒนธรรม และต้องการยืนยันความเป็นเจ้าของพื้นที่ภายใต้อัตลักษณ์ของชาตินลาว ขณะเดียวกันสำหรับภาคธุรกิจและบริการที่ต้องการยกระดับภาพลักษณ์ของตนเองไปสู่ความทันสมัย ภาษาอังกฤษได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นสากล โดยการมีภาษาอังกฤษปรากฏอยู่บนป้ายโรงแรมหรือร้านอาหาร มิได้บอกเพียงแค่ว่าสถานที่แห่งนั้นต้อนรับชาวต่างชาติ แต่ยันำเสนอตัวตนของผู้ประกอบการที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความพร้อมในการแข่งขัน และเชื่อมโยงกับมาตรฐานระดับโลก

นอกจากนี้ ในกลุ่มผู้ประกอบการที่มีเชื้อสายจีนและเวียดนาม การเลือกใช้ภาษาจีนและภาษาเวียดนามบนป้ายร้านค้า ถือเป็นกลยุทธ์ในการนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่ชัดเจน เพื่อแสดงถึงความผูกพันและเครือข่ายทางสังคมที่เข้มแข็งของกลุ่มตนเอง รวมถึงการคงอยู่ของภาษาฝรั่งเศสในสถาบันการศึกษาและหน่วยงานราชการบางแห่ง ซึ่งทำหน้าที่นำเสนอตัวตนขององค์กรที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน และมีความเชื่อมโยงกับมรดกทางวัฒนธรรมจากยุคอาณานิคม ดังนั้นการปรากฏของหลายภาษาบนป้ายเดียวในนครปากเซ จึงสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามของเจ้าของป้ายในการบริหารจัดการอัตลักษณ์ที่หลากหลาย เพื่อนำเสนอตัวตนที่ยืดหยุ่นและสอดคล้องกับบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลง



ภาพ 3 ป้ายร้านค้าที่สะท้อนการนำเสนอตัวตน
(ภาษาลาว)



ภาพ 4 ป้ายร้านค้าที่สะท้อนการนำเสนอตัวตน
(ภาษาลาว-ภาษาเวียดนาม)



ภาพ 5 ป้ายสถานที่ที่สะท้อนการนำเสนอตัวตน
(ภาษาลาว-ภาษาฝรั่งเศส)



ภาพ 6 ป้ายร้านค้าที่สะท้อนการนำเสนอตัวตน
(ภาษาลาว-ภาษาเวียดนาม-ภาษาจีน-ภาษาอังกฤษ)

ความสมเหตุสมผล (Good Reasons)

การเลือกใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซตั้งอยู่บนพื้นฐานของการให้เหตุผลที่สมเหตุสมผล ซึ่งสอดคล้องกับบริบททางประชากรศาสตร์ สภาพเศรษฐกิจ และเป้าหมายของการสื่อสาร โดยผู้ผลิตป้ายได้พิจารณาปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ อย่างรอบคอบ เพื่อให้การสื่อสารบรรลุวัตถุประสงค์สูงสุดและเกิดประโยชน์แก่กลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน

ภาษาลาวถือเป็นตัวเลือกที่มีความสมเหตุสมผลสูงสุดในเชิงการสื่อสารพื้นฐาน เนื่องจากเป็นภาษาประจำชาติที่ประชากรส่วนใหญ่ในพื้นที่เข้าใจและใช้งานในชีวิตประจำวัน การใช้ภาษาลาวบนป้ายหน่วยงานราชการ ป้ายบอกทาง และป้ายร้านค้าทั่วไป จึงเป็นการอำนวยความสะดวกให้คนในท้องถิ่นสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ ขณะที่บริบทของการเป็นเมืองท่องเที่ยวและเมืองเศรษฐกิจชายแดน ทำให้การใช้ภาษาอังกฤษกลายเป็นความจำเป็นที่สมเหตุสมผลในเชิงพาณิชย์ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักลงทุนต่างชาติที่หลั่งไหลเข้ามา การมีภาษาอังกฤษบนป้ายจึงช่วยลดอุปสรรคทางภาษาและสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการ

สำหรับย่านการค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจง การเลือกใช้ภาษาจีนและภาษาเวียดนามนับเป็นกลยุทธ์ที่มีความสมเหตุสมผลในเชิงการตลาด เพื่อสร้างความรู้สึกรักคุ้นเคยและความน่าเชื่อถือให้กับกลุ่มลูกค้าชาติพันธุ์และนักธุรกิจข้ามพรมแดน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อและมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของเมือง ส่วนการดำรงอยู่ของภาษาฝรั่งเศสแม้จะลดบทบาทลงในการสื่อสารทั่วไป แต่ยังคงมีความสมเหตุสมผลในเชิงสัญลักษณ์เพื่อการอนุรักษ์และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ นอกจากนี้ การที่ป้ายจำนวนมากเลือกใช้รูปแบบพหุภาษายังสะท้อนถึงเหตุผลในการขยายฐานผู้รับสารให้กว้างขวางที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตป้ายในนครปากเซมีความเข้าใจในพลวัตของสังคมพหุวัฒนธรรมและเลือกใช้ภาษาได้อย่างเหมาะสมกับบริบทเพื่อประโยชน์สูงสุดในการสื่อสาร



ภาพ 7 ป้ายร้านค้าที่สะท้อนความสมเหตุสมผล
(ภาษาลาว-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน)



ภาพ 8 ป้ายร้านค้าที่สะท้อนความสมเหตุสมผล
(ภาษาอังกฤษ-ภาษาลาว-ภาษาจีน)



ภาพ 9 ป้ายร้านค้าที่สะท้อนความสมเหตุสมผล
(ภาษาลาว-ภาษาอังกฤษ-ภาษาเวียดนาม)



ภาพ 10 ป้ายสถานที่ที่สะท้อนความสมเหตุสมผล
(ภาษาฝรั่งเศส)

ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (Power Relations)

ภูมิทัศน์ภาษาในนครปากเซมิได้เป็นเพียงฉากหลังที่สวยงาม แต่เป็นพื้นที่ที่เชิงซ้อนที่สะท้อนให้เห็นถึงโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ทั้งอำนาจรัฐ อำนาจทุนนิยม และอำนาจของกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งมีการปะทะและต่อรองกันผ่านการปรากฏตัวของภาษาบนพื้นที่สาธารณะ

ภาษาลาวสะท้อนอำนาจของรัฐไว้อย่างชัดเจนที่สุด ผ่านกฎระเบียบและการจัดวางตำแหน่งบนป้าย โดยป้ายของหน่วยงานราชการและป้ายที่เป็นทางการมักจัดวางภาษาลาวไว้ในตำแหน่งสูงสุดหรือใช้ขนาดตัวอักษรที่ใหญ่ที่สุด เพื่อตอกย้ำความเป็นเจ้าของพื้นที่และอ้างไว้ซึ่งเอกภาพของชาติเหนือความหลากหลายอื่น ๆ ในทางตรงกันข้ามการขยายตัวของพื้นที่ ภาษาอังกฤษบนป้ายภาคเอกชนสะท้อนถึงการรุกคืบของอำนาจทุนโลกาภิวัตน์ที่เริ่มเข้ามามีอิทธิพลในการกำหนดทิศทางและทัศนียภาพของเมือง ภาษาอังกฤษจึงกลายเป็นสัญลักษณ์ของอำนาจทางเศรษฐกิจที่ทำนายขนบธรรมเนียมเดิมด้วยความเป็นสากล

ขณะเดียวกันการปรากฏของภาษาจีนและภาษาเวียดนามในย่านการค้าสำคัญ สะท้อนถึงอำนาจการต่อรองของกลุ่มชาติพันธุ์ที่ต้องการยืนยันสิทธิ พื้นที่ และบทบาททางเศรษฐกิจของตนเองในสังคมปากเซ แม้ว่าจะอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ของรัฐแต่กลุ่มเหล่านี้ก็พยายามสร้างพื้นที่ทางภาษาของตนเองเพื่อแสดงความเข้มแข็งของชุมชน ส่วนภาษาฝรั่งเศสที่ยังคงหลงเหลืออยู่เปรียบเสมือนร่องรอยของอำนาจในอดีตที่ลดทอนลงเหลือเพียงมรดกทางความทรงจำ ดังนั้นป้ายสาธารณะแต่ละป้ายจึงเป็นเสมือนเวทีของการเจรจาต่อรองที่แสดงให้เห็นว่ารัฐพยายามควบคุมความเป็นระเบียบเรียบร้อย

ทางภาษา ขณะที่ภาคเอกชนและกลุ่มชาติพันธุ์ต่างก็พยายามใช้ภาษาเพื่อสร้างอำนาจและแสวงหาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของตนเองไปพร้อมกัน



ภาพ 11 ป้ายสถานที่ที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (ภาษาลาว-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน)



ภาพ 12 ป้ายร้านค้าที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (ภาษาลาว- ภาษาจีน)



ภาพ 13 ป้ายสถานที่ที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (ภาษาลาว-ภาษาเวียดนาม)



ภาพ 14 ป้ายสถานที่ที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (ภาษาลาว-ภาษาฝรั่งเศส)

อัตลักษณ์ของหมู่คณะ (Collective Identity)

ภูมิทัศน์ภาษาทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการสะท้อนและหล่อหลอมอัตลักษณ์ของหมู่คณะท่ามกลางความหลากหลายของผู้คนในนครปากเซ ภาษาบนป้ายไม่ได้เป็นเพียงถ้อยคำ แต่เป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นพวกพ้องและการนิยามตัวตนร่วมกันของกลุ่มคนในพื้นที่

ภาษาลาวทำหน้าที่ในการสร้างความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวของคนในชาติ ช่วยเชื่อมโยงผู้คนเข้าด้วยกันภายใต้อัตลักษณ์ความเป็นลาว และสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของท้องถิ่นร่วมกัน ขณะที่ภาษาอังกฤษที่ปรากฏแพร่หลายบนป้ายธุรกิจได้สร้างอัตลักษณ์ร่วมแบบใหม่ให้กับชาวเมืองปากเซ คืออัตลักษณ์ของความเป็นพลเมืองโลกที่มีความทันสมัย เปิดกว้าง และพร้อมเชื่อมโยงกับประชาคมระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่คนรุ่นใหม่และภาคธุรกิจต้องการนำเสนอ

สำหรับกลุ่มชาวจีนและชาวเวียดนาม การใช้ภาษาจีนและภาษาเวียดนามบนป้ายร้านค้าทำหน้าที่ธำรงรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ให้ยังคงเข้มแข็งและสืบทอดต่อไปได้ แม้จะอาศัยอยู่ในต่างแดน ภาษาจึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยรักษาความผูกพันและเครือข่ายความสัมพันธ์ภายในกลุ่มให้แน่นแฟ้น นอกจากนี้การที่หลากหลายภาษาเหล่านี้สามารถดำรงอยู่ร่วมกันบนป้ายสาธารณะในพื้นที่เดียวกันได้ ยังสะท้อนถึงอัตลักษณ์ร่วมของนครปากเซในภาพรวม นั่นคืออัตลักษณ์ของเมืองชายแดนพหุวัฒนธรรมที่ซึ่งความแตกต่างหลากหลายทางเชื้อชาติ ภาษา และวัฒนธรรม ไม่ได้

ถูกมองว่าเป็นความขัดแย้ง แต่กลับเป็นส่วนผสมที่ลงตัวและกลายเป็นเอกลักษณ์อันโดดเด่นของเมืองแห่งนี้ในยุคปัจจุบัน



ภาพ 15 ป้ายสถานที่ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของหมู่คณะ
(ภาษาลาว-ภาษาอังกฤษ)



ภาพ 16 ป้ายสถานที่ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของหมู่คณะ
(ภาษาลาว-ภาษาเวียดนาม)



ภาพ 17 ป้ายสถานที่ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของหมู่คณะ
(ภาษาฝรั่งเศส)



ภาพ 18 ป้ายประชาสัมพันธ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของหมู่คณะ
(ภาษาลาว-ภาษาเวียดนาม-ภาษาจีน-ภาษาอังกฤษ)

จากการศึกษาหน้าที่ของภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่าภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะมิได้ทำหน้าที่จำกัดอยู่เพียงแค่การสื่อสารข้อมูลข่าวสารพื้นฐานเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เสมือนกระจกที่สะท้อนพลวัตทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของพื้นที่ได้อย่างลึกซึ้ง โดยสามารถจำแนกหน้าที่สำคัญออกเป็น 4 มิติ ดังนี้

ด้านการนำเสนอตัวตน พบว่า รูปแบบการใช้ภาษาบนป้ายเป็นกลไกสำคัญในการแสดงจุดยืนทางสังคม โดยการเลือกใช้ภาษาลาวเป็นภาษาหลักบนป้ายราชการและร้านค้าทั่วไป เป็นการแสดงออกถึงความต้องการที่จะดำรงอัตลักษณ์ท้องถิ่นและความเป็นชาติไว้อย่างเหนียวแน่น ขณะเดียวกัน การเลือกใช้ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาเวียดนามในป้ายบางประเภทก็ทำหน้าที่สะท้อนภาพลักษณ์ของการเปิดรับกระแสเศรษฐกิจโลก และการดำรงอยู่อย่างเข้มแข็งของอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่อย่างชัดเจน สอดคล้องกับด้านความสมเหตุสมผล ซึ่งพบว่าการเลือกใช้ภาษาบนป้ายต่าง ๆ มีความสัมพันธ์และสอดคล้องกับบริบททางสังคมและเศรษฐกิจของนครปากเซอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ มีการเลือกใช้ภาษาลาวเพื่อวัตถุประสงค์หลักในการสื่อสารกับประชากรท้องถิ่น การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติและการเลือกใช้ภาษาจีนหรือภาษาเวียดนามเพื่อสื่อสารเจาะจงกับกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีบทบาทขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจในพื้นที่ อันแสดงให้เห็นถึงการพิจารณาเลือกใช้ภาษาอย่างมีเหตุผลและตอบโจทยกลุ่มเป้าหมาย ด้านความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ภูมิทัศน์ภาษาได้ทำหน้าที่เผยให้เห็นโครงสร้างอำนาจที่ซ้อนทับกันอยู่ โดยการใช้ภาษาลาวบนป้าย

ราชการสะท้อนบทบาทและอำนาจของรัฐในการกำหนดทิศทางและควบคุมภูมิทัศน์ภาษาในพื้นที่สาธารณะ ขณะที่การปรากฏตัวของภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาเวียดนามบนป้ายภาคธุรกิจเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงอิทธิพลทางเศรษฐกิจของกลุ่มทุนต่าง ๆ ที่เข้ามามีบทบาทต่อเมือง ส่วนการดำรงอยู่ของภาษาฝรั่งเศสในหน่วยงานบางแห่ง แม้จะมีปริมาณไม่มากแต่ยังคงทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ในการเชื่อมโยงกับมรดกทางวัฒนธรรมและความทรงจำจากยุคอาณานิคม สุดท้าย ด้านอัตลักษณ์ของหมู่คณะ พบว่าภาษาที่ปรากฏบนป้ายทำหน้าที่สะท้อนตัวตนร่วมของกลุ่มคนต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ร่วมกันในสังคมพหุวัฒนธรรมของนครปากเซ โดยภาษาลาวทำหน้าที่เน้นย้ำอัตลักษณ์ของชนชาติลาวและความเป็นปึกแผ่นของชาติ ขณะที่ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาเวียดนาม สะท้อนถึงการดำรงอัตลักษณ์เฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์และการเชื่อมโยงกับกระแสโลกาภิวัตน์ที่เข้ามามีอิทธิพลต่อพื้นที่ นอกจากนี้ การปรากฏของป้ายในรูปแบบภาษาเดียว สองภาษา และหลายภาษา ยังสะท้อนถึงกลยุทธ์การเลือกใช้ภาษาอันชาญฉลาดเพื่อตอบสนองความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมาย และทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการสร้างพื้นที่ทางอัตลักษณ์ของแต่ละกลุ่มได้อย่างดี

ภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซจึงทำหน้าที่ทั้งในการสื่อสารข้อมูล การสร้างอัตลักษณ์ การต่อรองเชิงอำนาจ และการสะท้อนพลวัตทางสังคมและวัฒนธรรม ภูมิทัศน์ภาษาที่หลากหลายบนป้ายจึงเป็นภาพสะท้อนความเปลี่ยนแปลงของนครปากเซในฐานะเมืองที่กำลังปรับตัวต่อเศรษฐกิจโลก

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่าภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แฉงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งศึกษาป้ายสาธารณะจำนวน 858 ป้าย โดยนำแนวคิดหน้าที่ของภาษา (Language Functions) ของ Cenoz & Gorter (2006) มาวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีโครงสร้างของภูมิทัศน์ภาษา (Linguistic Landscape) ตามกรอบแนวคิดของ Ben-Rafael et al. (2006; 2009) ผลการศึกษาพบว่าภาษาบนป้ายสาธารณะสะท้อนหน้าที่ของภาษาในหลายมิติ ได้แก่ 1) การนำเสนอตัวตน พบว่าภาษาที่ใช้บนป้ายสะท้อนอัตลักษณ์ของเจ้าของป้าย ทั้งในด้านการอ้างวัฒนธรรมท้องถิ่น การขยายตลาดทางเศรษฐกิจ และการแสดงอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ ผ่านการเลือกใช้ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาเวียดนามตามบริบทของป้าย 2) ความสมเหตุสมผล พบการเลือกใช้ภาษาที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและสภาพเศรษฐกิจของพื้นที่ เช่น การใช้ภาษาลาวในการสื่อสารกับคนในพื้นที่ การใช้ภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยว และการใช้ภาษาจีนหรือเวียดนามกับกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีบทบาททางเศรษฐกิจ 3) ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ พบว่า ภาษาที่เลือกใช้บนป้ายสะท้อนบทบาทของรัฐในการอ้างอำนาจผ่านภาษาลาว ขณะที่ภาษาต่างประเทศอย่างภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาเวียดนามสะท้อนอิทธิพลของกลุ่มทุนระหว่างประเทศและกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่ และ 4) อัตลักษณ์ของหมู่คณะ ปรากฏผ่านการใช้ภาษาในการสร้างและตอกย้ำตัวตนของกลุ่มต่าง ๆ เช่น การใช้ภาษาลาว

เพื่อเสริมความเป็นชาติ การใช้ภาษาจีนและเวียดนามเพื่อรักษาอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ และการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อสร้างอัตลักษณ์สากล

อภิปรายผลการวิจัย

ภาษาที่ปรากฏบนป้ายจำนวน 858 ป้าย ทำหน้าที่นำเสนอตัวตนของเจ้าของป้ายอย่างเด่นชัด โดยเฉพาะการใช้ภาษาลาวบนป้ายราชการและป้ายบริการทั่วไปเป็นการยืนยันอัตลักษณ์ของชาติผ่านพื้นที่สาธารณะ สอดคล้องกับแนวคิดของ Landry and Bourhis (1997) ที่ระบุว่าภูมิทัศน์ภาษาเป็นเครื่องมือแสดงพลังและความคิดของกลุ่มชาติพันธุ์หลัก ขณะที่การใช้ภาษาอังกฤษควบคู่กับภาษาลาวในภาคเอกชน โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวและบริการแสดงการนำเสนอตัวตนที่เปิดรับสากลและสะท้อนกลยุทธ์การค้าสมัยใหม่ที่มุ่งเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก (Cenoz & Gorter, 2006) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกิตติณัฏฐ์ เรขาลิลา และคณะ (2563) ที่พบว่าในปัจจุบันภาษาอังกฤษเข้ามามีบทบาทสำคัญเคียงคู่กับภาษาประจำชาติในสังคมลาวเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจ ด้านกลุ่มชาติพันธุ์จีนและเวียดนาม การเลือกใช้ภาษาของตนเองบนป้ายร้านค้า สะท้อนการอ้างตัวตนทางชาติพันธุ์และเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจภายในพื้นที่ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวโน้มในพื้นที่เศรษฐกิจชายแดนของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะในการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาของตลาดท่าเสา จังหวัดหนองคาย ประเทศไทย (จารุญา อนันตะวัน และศุภกิต บัวขาว, 2565) ที่พบว่าภาษาไทยทำหน้าที่เป็นภาษาหลักของรัฐและชาติ ขณะที่ภาษาลาว ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนมีบทบาทสำคัญในฐานะภาษาข้ามแดนในการแสดงตัวตนทางการค้าและการสื่อสารเชิงเศรษฐกิจระหว่างประเทศ อย่างไรก็ตามบริบทของภาษาลาวในนครปากเซมีความแตกต่างเชิงสถานะ โดยเป็นภาษาที่รัฐควบคุมและกำหนดภูมิทัศน์ภาษาอย่างเป็นทางการ ในขณะที่ภาษาลาวในตลาดท่าเสาถูกใช้ในเชิงปฏิบัติเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจากสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเป็นหลัก การเปรียบเทียบนี้แสดงให้เห็นว่าแม้ว่าทั้งสองพื้นที่จะมีลักษณะพหุภาษาที่คล้ายกัน แต่หน้าที่และสถานะเชิงอำนาจของแต่ละภาษาจะถูกกำหนดโดยสถานะของประเทศและบริบททางภูมิศาสตร์ในพื้นที่นั้น ๆ

เมื่อพิจารณาความสมเหตุสมผลของการเลือกใช้ภาษา พบว่า การใช้ภาษาลาวบนป้ายราชการและป้ายชุมชนทั่วไปมีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนลาวส่วนใหญ่ในพื้นที่ การใช้ภาษาอังกฤษในธุรกิจบริการรองรับนักท่องเที่ยวและนักลงทุน ขณะที่การใช้ภาษาจีนและเวียดนามในย่านการค้าเฉพาะกลุ่มชี้ให้เห็นถึงการปรับตัวของเจ้าของกิจการให้เข้ากับโครงสร้างประชากรท้องถิ่น การเลือกใช้หลายภาษาบนป้ายเดียวในบางร้านค้าสะท้อนถึงความพยายามที่จะสื่อสารกับผู้คนที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Reh (2004) เกี่ยวกับการใช้การเขียนหลายภาษาเพื่อตอบสนองต่อความหลากหลายทางสังคมและเศรษฐกิจ

ในแง่ของความสมเหตุสมผล (Good Reasons) ทั้งผลการศึกษาในนครปากเซและงานวิจัยตลาดท่าเสด็จต่างเน้นย้ำถึงกลยุทธ์การใช้ภาษาที่ขับเคลื่อนด้วยความต้องการของผู้บริโภคและคู่ค้าทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ภาษาที่สองและภาษาท้องถิ่นเพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้าและการบริการ การปรากฏของภาษาจีนและเวียดนามในนครปากเซที่มุ่งเน้นกลุ่มชาติพันธุ์ และภาษาลาวในตลาดท่าเสด็จที่เน้นผู้บริโภคข้ามพรมแดน แสดงให้เห็นถึงภูมิทัศน์ภาษาที่ขับเคลื่อนด้วยตลาดซึ่งเป็นลักษณะร่วมที่สำคัญของเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจในภูมิภาคอาเซียน

ด้านความสัมพันธ์เชิงอำนาจ การจัดวางภาษาลาวไว้ในตำแหน่งบนสุดของป้ายและการใช้ตัวอักษรลาวขนาดใหญ่กว่าภาษาอื่น ๆ แสดงให้เห็นอำนาจของรัฐที่พยายามอ้างเอกภาพทางภาษาในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนดทางกฎหมายอย่างเคร่งครัด ดังที่ปรากฏในคำรัสของประธานประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ว่าด้วยป้าย (ລັດຖະດຳລັດ ຂອງປະທານປະເທດ ສາທາລະນະລັດ ປະຊາທິປະໄຕ ປະຊາຊົນລາວ, 2559) ที่กำหนดให้ภาษาลาวอยู่ในตำแหน่งที่สำคัญที่สุด แม้ว่าจะมีภาษาต่างประเทศปรากฏอยู่ก็ตาม (Shohamy, 2006) ขณะเดียวกันการเพิ่มบทบาทของภาษาอังกฤษ จีน และเวียดนามบนป้ายของภาคเอกชนสะท้อนให้เห็นถึงอำนาจของทุนโลกาภิวัตน์และเศรษฐกิจชาติพันธุ์ที่เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อโครงสร้างอำนาจในพื้นที่ ซึ่งตรงกับ Backhaus (2007) ที่พบว่าภาษาบนป้ายไม่เพียงแต่สะท้อนตัวตนของผู้ใช้แต่ยังสะท้อนการต่อรองและพลวัตเชิงอำนาจระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ด้วย

การศึกษาเปรียบเทียบกับงานวิจัยในตลาดท่าเสด็จยังตอกย้ำมิติของความสัมพันธ์เชิงอำนาจในเมืองชายแดน งานวิจัยของ จารญา อนันตะวัน และศุภกิต บัวขาว (2565) พบว่าภาษาไทยแสดงอำนาจรัฐและเป็นภาษาหลักของพื้นที่หนองคาย ขณะที่ภาษาลาวเป็นภาษาของกลุ่มผู้ใช้ที่ไม่ได้มีอำนาจเชิงสถาบัน อย่างไรก็ตามทั้งสองพื้นที่ต่างก็เผชิญกับการต่อรองอำนาจโดยภาษาของตลาด (Language of the Market) กล่าวคือ ภาษาอังกฤษและภาษาของชาติพันธุ์เศรษฐกิจซึ่งเป็นการท้าทายการผูกขาดของภาษาราชการแต่เป็นการเสริมสร้างความหลากหลายที่ขับเคลื่อนด้วยทุน ปรากฏการณ์นี้ชี้ให้เห็นถึงแบบแผนร่วมกันของเมืองชายแดนในอาเซียนที่อำนาจทางภาษาไม่ได้ถูกกำหนดโดยรัฐเพียงอย่างเดียวแต่ได้รับอิทธิพลอย่างมากจากโลกาภิวัตน์และการค้าระหว่างประเทศด้วย

ด้านอัตลักษณ์ของหมู่คณะในนครปากเซได้รับการอ้างและแสดงออกผ่านการใช้ภาษาอย่างชัดเจน ภาษาลาวเป็นเครื่องมือยืนยันยืนยันความเป็นชาติและความเป็นหนึ่งเดียวของสังคม ขณะที่ภาษาอังกฤษถูกใช้เพื่อแสดงการเปิดกว้างสู่ความเป็นสากลและภาษาจีนกับเวียดนามทำหน้าที่รักษาความผูกพันภายในกลุ่มชาติพันธุ์ การดำรงอยู่ของภาษาฝรั่งเศสในบางหน่วยงานราชการยังแสดงถึงความพยายามในการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและความทรงจำทางประวัติศาสตร์ แม้บทบาทจะลดน้อยลงตามกาลเวลาก็ตาม (Shohamy & Gorter, 2009) ในทำนองเดียวกัน การศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในซอยนานาเหนือและซอยเอกราชของกรุงเทพฯ (กรกฤช มีมงคล, 2563) ก็แสดงให้เห็นถึงการแสดงอัตลักษณ์ของหมู่คณะและกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลายซึ่งบ่งชี้ว่ากลไกการใช้ภาษา

เพื่อยืนยันอัตลักษณ์ชาติพันธุ์และรักษาเครือข่ายทางสังคมเป็นปรากฏการณ์ร่วมกันในเมืองเศรษฐกิจหลักของภูมิภาคนี้ ภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะในนครปากเซทำหน้าที่สะท้อนบทบาททางสังคมและเศรษฐกิจของพื้นที่อย่างลึกซึ้ง โดยภาษาลาวยังคงทำหน้าที่หลักในการธำรงอัตลักษณ์ชาติและความเป็นหนึ่งเดียวของสังคม ขณะที่ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาเวียดนามสะท้อนอิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์ เศรษฐกิจ และการเปิดรับความหลากหลายทางวัฒนธรรม การจัดวางภาษาและการเลือกใช้รูปแบบการเขียนต่าง ๆ บ่งชี้ถึงความสมเหตุสมผลในการสื่อสารตามกลุ่มเป้าหมายพร้อมทั้งเผยให้เห็นการต่อรองอำนาจในพื้นที่สาธารณะ ดังนั้น ภูมิทัศน์ภาษาในนครปากเซจึงไม่ได้เป็นเพียงการสื่อสารทางภาษาเท่านั้น แต่ยังเป็นเวทีที่หมู่คณะต่าง ๆ ใช้แสดงตัวตน ตอรองอำนาจ และธำรงอัตลักษณ์ในบริบทของสังคมพหุวัฒนธรรมอีกด้วย

จากการวิเคราะห์หน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะพบว่าภาษาต่าง ๆ ทำหน้าที่ทั้งในเชิงข้อมูลและเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวคิดการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาของ Landry and Bourhis (1997) โดยหน้าที่ในการให้ข้อมูล (Informational Function) ภาษาที่ใช้บนป้ายทำหน้าที่เป็นเครื่องมือถ่ายทอดข้อมูลพื้นฐาน เช่น ชื่อสถานที่ ทิศทาง การบริการ หรือรายละเอียดสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อให้ผู้พบเห็นสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิตและการเดินทางได้อย่างสะดวก โดยเฉพาะบนป้ายบอกทางและป้ายสถานที่และหน่วยงานที่เน้นการสื่อสารอย่างตรงประเด็นและชัดเจน ขณะเดียวกันหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Function) การเลือกใช้ภาษาลาวอย่างแพร่หลายบนป้ายต่าง ๆ สะท้อนการตอกย้ำอัตลักษณ์ชาติพันธุ์และวัฒนธรรมลาว ขณะที่การปรากฏของภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาเวียดนามสะท้อนบทบาทของนครปากเซในฐานะพื้นที่เศรษฐกิจ การค้า และการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์และวัฒนธรรม การจัดเรียงภาษาและการเลือกใช้รูปแบบการเขียน รวมถึงการให้ความสำคัญกับภาษาราชการหรือการใช้ภาษาสากลอย่างภาษาอังกฤษ และภาษาจีนในบางบริบทยังแสดงให้เห็นการต่อรองอำนาจในเชิงสังคมผ่านการเลือกใช้ภาษาในพื้นที่สาธารณะอีกด้วย

ภาษาที่ใช้บนป้ายสาธารณะในนครปากเซสามารถนำมาเปรียบเทียบกับภูมิทัศน์ทางภาษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี (จริยา เสียงเย็น, 2558) ซึ่งพบว่าภาษาไทยทำหน้าที่หลักในการให้ข้อมูล ขณะที่ภาษาลาวปรากฏบนป้ายโฆษณาถึงร้อยละ 24 ความโดดเด่นของภาษาลาวบนป้ายโฆษณาของอุดรธานีสะท้อนถึงการใช้หน้าที่เชิงข้อมูล เพื่อดึงดูดผู้บริโภคชาวลาวยุคใหม่ที่เข้ามาใช้บริการ ซึ่งตอกย้ำความสมเหตุสมผลเชิงการค้าในเมืองคู่ค้า ความแตกต่างที่น่าสนใจคือนครปากเซ ภาษาลาวทำหน้าที่เป็นภาษาที่สะท้อนอำนาจอำนาจ ในขณะที่ในอุดรธานี ภาษาลาวถูกใช้ในฐานะภาษาที่ขับเคลื่อนด้วยตลาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารทางการค้ากับกลุ่มเป้าหมายจากต่างประเทศ ดังนั้น ทั้งสองพื้นที่ในภูมิภาคจึงแสดงให้เห็นว่า ภาษาในภูมิทัศน์ทางภาษาไม่ได้ถูกกำหนดโดยอำนาจรัฐเพียงอย่างเดียวแต่ยังตอบสนองต่อพลวัตทางเศรษฐกิจข้ามพรมแดนอย่างชัดเจน

ภาษาที่ใช้บนป้ายสาธารณะจึงมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านการถ่ายทอดข้อมูลที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิต ตลอดจนทำหน้าที่เป็นเครื่องมือเชิงสัญลักษณ์ในการสะท้อนอัตลักษณ์ บทบาททางเศรษฐกิจและพลวัตความสัมพันธ์ทางสังคมของพื้นที่ซึ่งสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์ภาษาท่ามกลางบริบทของเมืองที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์และเศรษฐกิจ

การใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซจึงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงบทบาทในการถ่ายทอดข้อมูลพื้นฐานแก่ผู้พบเห็นเท่านั้นแต่ยังแฝงนัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น โดยภาษาที่ปรากฏบนป้ายทำหน้าที่ในสองมิติสำคัญ ได้แก่ มิติข้อมูล ซึ่งเกี่ยวข้องกับการสื่อสารเนื้อหาเชิงปฏิบัติ เช่น ชื่อสถานที่ ทิศทาง หรือบริการต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตและมิติสัญลักษณ์ ซึ่งสะท้อนถึงการแสดงออกทางอัตลักษณ์และพลวัตของความสัมพันธ์เชิงอำนาจภายในสังคมพหุวัฒนธรรมซึ่งการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในนครปากเซร่วมกับการศึกษาในเมืองเศรษฐกิจชายแดนไทย เช่น อุดรธานีและหนองคาย (จริยา เสียงเย็น, 2558; จารญา อนันตะวัน และศุภกิต บัวขาว, 2565) ช่วยสร้างความกว้างขวางเชิงวิชาการด้วยการยืนยันว่า พลวัตทางภาษาในเมืองเศรษฐกิจชายแดนของภูมิภาคลุ่มน้ำโขงมีรูปแบบที่คล้ายกัน โดยเป็นการจัดสมดุลระหว่างการธำรงอำนาจภาษาประจำชาติของรัฐกับการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของภาคเอกชนต่อกระแสโลกาภิวัตน์และปฏิสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจข้ามพรมแดน ดังนั้น ภาษาบนป้ายจึงไม่เพียงเป็นสื่อกลางในการสื่อสารเท่านั้นแต่ยังทำหน้าที่เป็นภาพแทนของโครงสร้างทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมที่หล่อหลอมพื้นที่ชายแดนอย่างนครปากเซให้มีลักษณะเฉพาะในบริบทของการเปลี่ยนแปลงร่วมสมัย

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซไม่ได้ทำหน้าที่เพียงสื่อสารข้อมูลแต่ยังสะท้อนอัตลักษณ์ของชาติ ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ และพลวัตทางสังคมในพื้นที่พหุวัฒนธรรมภาษาลาวตอกย้ำบทบาทของรัฐและความเป็นชาติ ขณะที่ภาษาอังกฤษ จีน และเวียดนามแสดงอิทธิพลทางเศรษฐกิจและการเปิดรับความเป็นสากล ภาครัฐควรนำผลการศึกษานี้ไปใช้ในการกำหนดนโยบายด้านภาษา เพื่อให้การใช้ภาษาบนป้ายสาธารณะสอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม

ผลการศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ในเชิงปฏิบัติ โดยหน่วยงานด้านวัฒนธรรม การสื่อสาร และการท่องเที่ยวควรนำข้อมูลไปพัฒนาแนวทางการออกแบบป้ายให้เหมาะสมกับพื้นที่ เช่น การจัดลำดับภาษา การใช้ภาษาต่างประเทศในย่านเศรษฐกิจหรือแหล่งท่องเที่ยว และการส่งเสริมให้ป้ายสาธารณะสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นควบคู่กับการสร้างภาพลักษณ์สากลของนครปากเซ

สำหรับการศึกษารั้งต่อไป ควรขยายพื้นที่วิจัยไปยังแขวงอื่นของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อเปรียบเทียบลักษณะการใช้ภาษาในแต่ละภูมิภาค รวมทั้งใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เจ้าของป้าย เพื่อเข้าใจเจตนาและทัศนคติที่อยู่เบื้องหลังการเลือกภาษา ตลอดจน

ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของป้ายในระยะยาวเพื่อสะท้อนพัฒนาการของภูมิทัศน์ภาษาในสังคมลาวร่วมสมัย

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้สร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับภาษาในพื้นที่สาธารณะของนครปากเซ โดยแสดงให้เห็นว่าภาษาบนป้ายไม่ได้มีเพียงหน้าที่เชิงข้อมูล แต่ยังเป็นเครื่องมือเชิงสัญลักษณ์ในการแสดงอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ การต่อรองอำนาจ และการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ องค์ความรู้นี้ขยายขอบเขตของแนวคิดภูมิทัศน์ภาษา (Linguistic Landscape) ให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น โดยผสมผสานมิติทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจเข้าด้วยกัน ทำให้เห็นภาพของภาษาในฐานะกลไกทางสังคมที่สะท้อนพลวัตของเมืองชายแดนในยุคโลกาภิวัตน์

ผลการศึกษายังเสนอกรอบการวิเคราะห์ใหม่ที่สามารถนำไปใช้ในพื้นที่พัฒนาอื่น ๆ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษา อัตลักษณ์ และอำนาจ อันเป็นแนวทางสำคัญในการทำความเข้าใจภูมิทัศน์ภาษาในบริบทลาวร่วมสมัย ซึ่งยังมีงานศึกษาน้อยมากในประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

กรกฤช มีมงคล. (2563). ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในประเทศไทย.

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

<https://rsujournals.rsu.ac.th/index.php/jla/article/view/1159>

กฤตพล วังภูสิต. (2555). *ธุรกิจการค้าในย่านสยามสแควร์: การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์* [วิทยานิพนธ์อักษรปริณญาณมหาบัณฑิต], จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

CUIR. <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/42468>

กิตตินาถ เรขาลิลิต. (2563). การเลือกภาษาของป้ายสาธารณะในมหาวิทยาลัยของไทย กรณีศึกษาจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. *วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ*, 27(2), 315-317. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/abc/article/view/197767>

กิตตินาถ เรขาลิลิต และคณะ. (2563). *บทบาทของภาษาประจำชาติและภาษาอังกฤษในสปป.ลาว: ภาพสะท้อนจากสถานการณ์ภาษาในปัจจุบัน*. สายธุรกิจโรงพิมพ์ บริษัท อมรินทร์ พรินต์ติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

จริยา เสียงเย็น. (2558). ภูมิทัศน์ทางภาษาจากป้ายโฆษณาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี.

วารสารฉบับที่ ๒ ไร่ ๑, 1(2), 13-36.

https://explore.nrct.go.th/search_detail/result/5542

- จารย์ อนันต์วัน และ ศุภกิต บัวขาว. (2565). การศึกษาภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ของตลาดท่าเสา จังหวัดหนองคาย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 13(1), 101-134. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/human_ubu/article/view/253287
- ณอมจิตต์ สารอด และ สราวุฒิ ไกรเสม. (2562). ความเป็นพหุภาษาในชุมชนเมือง: กรณีศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิทัศน์ทางภาษากับธุรกิจการค้าย่านนาฝางเหนือ. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม*, 38(1), 24-40. <https://repository.li.mahidol.ac.th/handle/123456789/55079>
- ปภาวรินทร์ วรหิน, ดุจฉัตร จิตบรรจง, และสมัย วรรณอุตร. (2568). ภูมิทัศน์ภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว : ภูมิทัศน์ภาษาบนป้ายสาธารณะในนครปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. *วารสารอารยธรรมศึกษา โขง-สาละวิน*, 16(1), 1-43. <https://doi.org/10.71185/mscsj.2025.275594>
- พรพิมล ศิวินา. (2563). *ภูมิทัศน์ภาษากับอัตลักษณ์ของเมืองไทยในยุคโลกาภิวัตน์*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภกิต บัวขาว และหนึ่งฤทัย ปานแก้ว. (2562). *เอกสารแบบเสนอโครงการสนับสนุนทุนวิจัย ประจำปีงบประมาณเงินรายได้ พ.ศ.2562 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*. ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สิริณทร พิกุลทอง. (2554). *ภาษาบนป้ายพาณิชย์ของสถานประกอบการ ย่านถนนพระอาทิตย์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]*, มหาวิทยาลัยศิลปากร. SURE. <https://sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/12909>
- Backhaus, P. (2007). *Linguistic landscapes: A comparative study of urban multilingualism in Tokyo*. Clevedon: Multilingual matters.
- 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.
- 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.

- Cenoz, J. & Gorter, D. (2006). *Linguistic Landscape and Minority Languages*. In *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*. Multilingual matters.
- Enterprise Singapore. (2023). *Laos market guide*. Enterprise Singapore. <https://www.enterprisesg.gov.sg/grow-your-business/go-global/market-guides/southeast-asia/laos/overview>
- Enterprise Singapore. (2023). *Laos: Market overview and business opportunities in Champasak Province*. Enterprise Singapore. <https://www.enterprisesg.gov.sg>
- Japan International Cooperation Agency. (2012, October). *Data collection survey on economic development of the southern region in Lao People's Democratic Republic: Final report* (Report No. JR-12-005). International Development Center of Japan, Inc.; Kaihatsu Management Consulting, Inc.; IC Net Ltd.; Oriental Consultants Co., Ltd. <https://openjicareport.jica.go.jp/pdf/1000023021.pdf>
- 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>
- 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>
- Shohamy, E., & Gorter, D. (2009). *Linguistic landscape: Expanding the scenery*. Routledge.
- Shohamy, E. (2006). *Language policy: Hidden agendas and new approaches*. Routledge.
- Siwina, P., & Prasithrathsint, A. (2020). Multilingual landscapes on Thailand's borders. *Journal of Mekong Societies*, 16(1), 121–131. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/mekongjournal/article/view/240081>
- ລັດຖະດຳລັດ ຂອງປະທານປະເທດ ສາທາລະນະລັດ ປະຊາທິປະໄຕ ປະຊາຊົນລາວ. (2559, 29 ມັງກອນ). ກ່ຽວກັບການປະກາດໃຊ້ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍ ບ້າຍ ລາຊະກິດຈານຸເບກສາ, 36/ຮບ(4), 5-6. <https://laoofficialgazette.gov.la/index.php?r=site/display&id=895>