

# การใช้ภาษาและรูปแบบการเขียนที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการ บริเวณถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร: การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ภาษา

## Language Used and Writing Patterns Apparent in Business and Service Signs on Silom Road, Bangrak District, Bangkok: A Study toward Linguistic Landscape

ขวัญฤทัย ชำนิнок<sup>1</sup>, ดุจฉัตร จิตบรรจง<sup>2</sup>  
Kwuanruethai Chamninok<sup>1</sup>, Dutchat Jitbanjong<sup>2</sup>

Received: 14 July 2023

Revised: 10 October 2023

Accepted: 20 October 2023

### บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภาษาและรูปแบบการเขียนที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการบริเวณถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร โดยใช้ข้อมูลภาพถ่ายจากป้ายธุรกิจการค้าและบริการ จำนวน 490 ป้าย ผลการศึกษาการใช้ภาษา พบตัวอักษรจำนวน 10 ภาษา โดยพบตัวอักษรภาษาอังกฤษมากที่สุด รูปแบบของภาษา พบจำนวน 3 รูปแบบ โดยพบป้ายทวิภาษา (Bilingual sign) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.26 รองลงมาเป็นป้ายเอกภาษา (Monolingual sign) คิดเป็นร้อยละ 29.59 และพบน้อยที่สุดคือป้ายพหุภาษา (Multilingual sign) คิดเป็นร้อยละ 17.14 ในด้านรูปแบบการเขียน พบจำนวน 4 รูปแบบ โดยพบป้ายที่เขียนทับศัพท์ข้อความบางข้อความ (Mixed sign) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.71 รองลงมาเป็นป้ายที่เขียนด้วยภาษาเดียว (Monophonic sign) คิดเป็นร้อยละ 29.59 ป้ายที่ภาษาบนป้ายเขียนทับศัพท์ข้อความเดียวกัน (Homophonic sign) คิดเป็นร้อยละ 23.47 และพบน้อยที่สุดคือป้ายที่เขียนด้วยหลายภาษาโดยแต่ละภาษาสื่อความหมายที่แตกต่างกัน (Polyphonic sign) คิดเป็นร้อยละ 11.22 จากผลการศึกษาสะท้อนว่า ความหลากหลายทางภาษาที่ใช้ในการสื่อสารบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการบริเวณถนนสีลม โดยมีภาษาไทยและภาษาต่างประเทศทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการสื่อสาร ได้ทำให้เกิดสังคมพหุภาษาและพหุวัฒนธรรมภายในพื้นที่ได้อย่างน่าสนใจ นอกจากนี้ การใช้ภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษบนป้ายดังกล่าวยังสะท้อนความเป็นเมือง ความเป็นสากล และความทันสมัยอันสื่อไปถึงการเป็นสังคมโลกาภิวัตน์ของพื้นที่ได้อีกด้วย

**คำสำคัญ:** ภูมิทัศน์ทางภาษา, การใช้ภาษา, รูปแบบการเขียน, ป้ายธุรกิจการค้าและบริการ

<sup>1</sup> นิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

E-mail: sunny.kwuan@gmail.com

<sup>2</sup> อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

<sup>1</sup> Bachelor of Arts Program in Thai Language, Faculty of Humanities and Social Sciences, Mahasarakham University

<sup>2</sup> Independent Study Advisor, Department of Thai and Oriental Languages, Mahasarakham University

## Abstract

This study explored language used and writing patterns apparent in business and service signs on Silom Road, Bangrak District, Bangkok aiming at a study of linguistic landscape. Data was collected from from 490 business and service signs.

The findings revealed characters of 10 languages in language used, mostly in English characters. There were 3-style signs. Bilingual signs were mostly found at 53.26 %. The monolingual signs were found at 29.59 % and the multilingual signs were fewest found at 17.14 %. There were 4 patterns of writing. The mixed signs were mostly found at 35.71 %. The monophonic signs were found at 29.59 %. The homophonic signs were found at 23.47 %. The polyphonic signs were fewest found at 11.22 %. In conclusion, the varieties of language communication on business and service signs on Silom Road used Thai and foreign languages as the medium of communication. Then, an occurrence of multilanguage society and multiculture noticeably appeared in the area. Moreover, the specific use of English as a foreign language on those signs also reflected their urbanization, ubiquity, and modernization by means of globalization society in the areas.

**Keywords:** linguistic landscape, language used, writing pattern, business and Service signs

## บทนำ

การศึกษาภาษาในสิ่งแวดล้อมหนึ่งๆ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของภาษาหรือสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ปรากฏและมองเห็นได้อย่างชัดเจนในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งเป็นศูนย์กลางความก้าวหน้าในการใช้ภาษา ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในพื้นที่นั้นๆ เรียกว่า “ภูมิทัศน์ภาษา” (Linguistic landscape) ภูมิทัศน์ภาษา คือ การใช้ภาษาที่ใช้แตกต่างกันในพื้นที่หนึ่งๆ ซึ่งภาษาเป็นหนึ่งในการรวมตัวกันของคนในสังคมเพื่อการสื่อสารและเกี่ยวข้องกับกลไกต่างๆ ที่ขึ้นจากพฤติกรรมของมนุษย์ แลนดรีและโบร์ริส (Landry & Bourhis, 1997: 23 อ้างอิงจาก จริยา เสียงเย็น, 2558: 14-15)

การศึกษาเกี่ยวกับภูมิทัศน์ภาษา (Linguistic Landscape) หมายถึง การศึกษางานเขียนที่จัดแสดงในพื้นที่สาธารณะ เช่น ป้ายถนน ป้ายโฆษณา ป้ายชื่อสถานที่ ป้ายชื่อร้านค้า ป้าย

ของหน่วยงานราชการ เป็นต้น ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ ให้ความสำคัญกับภาษาบนป้าย เพราะสามารถบอกหน้าที่ของภาษาใน พื้นที่ที่ภาษานั้นปรากฏอยู่ได้ ทั้งหน้าที่เชิงข้อมูล (Informative function) และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic function) แลนดรีและโบร์ริส (Landry and Bouris, 1997: 25 อ้างอิงจาก สิริฉนทร พิกุลทอง, 2554: 1) ดังนั้น หากเราศึกษาข้อความหรือภาษาจากป้ายต่างๆ ที่ปรากฏในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง อาจจะแสดงให้เห็นลักษณะที่โดดเด่นของความเป็นอยู่ และสภาพสังคม วัฒนธรรมของพื้นที่นั้นได้อีกทางหนึ่ง หนึ่ง (พิชัย แก้วบุตร และนพวรรณ เมืองแก้ว, 2563: 227) อันจะทำให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของ ภาษา วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของกลุ่มคนในพื้นที่นั้นๆ ผ่านการแสดงออกทางภาษา

ถนนสีลม คือถนนสายสำคัญในเขต บางรัก กรุงเทพมหานคร เป็นถนนคอนกรีตขนาดกว้าง

6 ช่องทางจราจร มีช่องจอดรถและบาทวิถีทั้งสองข้าง ความยาวประมาณ 2.78 กิโลเมตร เป็นถนนสายธุรกิจสายแรกของไทยที่ผ่านการเปลี่ยนแปลงผ่านยุคสมัยกว่า 160 ปี โดยถนนสีลมถูกสร้างขึ้นในสมัย รัชกาลที่ 4 ในปี พ.ศ. 2404 จากบรรดาพ่อค้าและกงสุลต่างประเทศที่ตั้งรกรากอยู่ในพื้นที่ได้ร่วมกันยื่นเรื่องต่อกรมท่าขอให้รัฐบาลสร้างถนนในพระนคร เพื่อความสะดวกมากยิ่งขึ้นในการเดินทาง ถนนสีลมจึงได้ถูกสร้างขึ้นและได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ในปี พ.ศ. 2434 ในรัชสมัยของรัชกาลที่ 5 มีการจัดแบบแผนการสร้างตึกริมถนนให้อยู่ในระบบระเบียบเดียวกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เข้าทำการค้า ต่อมาในปี พ.ศ. 2436 ถนนสีลมได้กลายเป็นย่านที่พักอาศัยชั้นดีร่วมกับการสัญจรด้วยยานพาหนะรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ รถรางสายสีลม ซึ่งถือเป็นพาหนะขนส่งมวลชนชนิดแรกของไทย ทั้งยังเป็นระบบรถรางไฟฟ้าแห่งแรกในทวีปเอเชีย ที่ต่อมาระบบขนส่งมวลชนก็พัฒนามาเป็นรถเมล์ขาวของบริษัท นายเลิศ จำกัด ตลอดจนรถเมล์ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ตามลำดับ จนกระทั่งปี พ.ศ. 2542 การเดินทางโดยรถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) สายสีลมก็เกิดขึ้น และเป็นจุดเริ่มต้นของความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ที่ทำให้ผู้คนเข้าถึงถนนสีลมได้สะดวก (สาธิตา, 2563: ออนไลน์)

ทั้งนี้ จากการที่มีชาวจีน อินเดีย และยุโรป เข้ามาตั้งรกรากทำการค้าและทำงานรับจ้างกันเป็นจำนวนมากในอดีต ถนนสีลมจึงกลายเป็นแหล่งรวบรวมความหลากหลายทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม ที่มีการพัฒนาด้านอสังหาริมทรัพย์ การคมนาคม และการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง “วอลล์สตรีตของกรุงเทพฯ” คือการขนานนามการเป็นพื้นที่ที่มีความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจของถนนสีลมในปัจจุบัน เป็นแหล่งรวมอาคารสำนักงาน ร้านอาหารที่มีความหลากหลายของชาติพันธุ์

สถานบริการ/สถานบันเทิง ศูนย์การค้า โรงแรม คอนโดมีเนียมขนาดใหญ่ และบริษัททางการเงินชั้นนำไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยวตามบาทวิถีในทุกช่วงเวลาตลอดทั้งสองฝั่งถนน และจากการสร้างเส้นทางรถไฟฟ้ามหานคร หรือ MRT เพิ่มเติมขึ้น ได้ทำให้ถนนสีลมเป็นเป้าหมายหลักในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของผู้คนหลากหลายเชื้อชาติและภาษา เพราะสามารถเดินทางเข้าไปได้ท่องเที่ยวภายในพื้นที่ และสามารถเดินทางเชื่อมไปยังแหล่งท่องเที่ยวหรือถนนสายสำคัญอื่นๆ ของเมืองได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย (ปภิธาน โชะชู, 2559: ออนไลน์)

จากการข้อมูลข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาการใช้ภาษาและรูปแบบการเขียนที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการบริเวณถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงภูมิทัศน์ภาษาบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการว่าการเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของคนในพื้นที่อย่างไรในสังคมพหุภาษาที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม และการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำข้อมูลไปเป็นแนวทางใน การวางแผนเพื่อสนับสนุนทางด้านเศรษฐกิจการค้าได้ในอนาคต

## วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อศึกษาการใช้ภาษาและรูปแบบการเขียนที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการบริเวณ ถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

## กรอบแนวคิดการศึกษา

การใช้ภาษาและรูปแบบการเขียนที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการ ผู้ศึกษาใช้กรอบแนวคิดของ Siwina and Prasithrathsint (2020: 112) ดังนี้

1. การใช้ภาษา ใช้ 2 รูปแบบ ได้แก่
  - 1.1. ตัวอักษรที่ปรากฏบนป้าย

1.2 รูปแบบของภาษาที่ปรากฏบนป้าย  
ใช้ 3 รูปแบบ ได้แก่

1.2.1 ป้ายเอกภาษา (Monolingual  
sign)

1.2.2 ป้ายทวิภาษา (Bilingual sign)

1.2.3 ป้ายพหุภาษา (Multilingual  
sign)

2. รูปแบบการเขียน ใช้ 4 รูปแบบ ได้แก่

2.1 ป้ายที่ภาษาบนป้ายเขียนทับศัพท์  
ข้อความบางข้อความ (Mixed)

2.2 ป้ายที่เขียนด้วยภาษาเดียว  
(Monophonic)

2.3 ป้ายที่ภาษาบนป้ายเขียนทับศัพท์  
ข้อความเดียวกันหรือแปลโดยตรง (Homophonic)

2.4 ป้ายที่เขียนด้วยหลายภาษา โดยแต่ละ  
ภาษาสื่อความหมายที่แตกต่างกัน (Polyphonic)

## วิธีดำเนินการศึกษา

### การรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง  
กับแนวคิดภูมิทัศน์ภาษา การใช้ภาษา รูปแบบ  
การเขียน และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่บริเวณถนนสีลม  
และลงพื้นที่เก็บข้อมูลตามกำหนดการนัดหมาย

2. ลงพื้นที่ศึกษาตามวันและเวลาที่กำหนด  
เก็บข้อมูลเฉพาะป้ายธุรกิจการค้าและบริการ  
โดยใช้เครื่องมือบันทึกข้อมูลคือ โทรศัพท์มือถือ  
iphone 7 Plus โดยมีการกำหนดขอบเขตของ  
พื้นที่จากถนน สีลม (แยกบางรัก) ไปจนถึงถนน  
สีลม (แยกศาลาแดง) และบริเวณโดยรอบถนนสีลม  
ได้แก่ ซอยสีลม 1-36 ซอยธนนิยะ ซอยพัฒนาพงษ์  
และซอยถนนปั้น

3. การศึกษาในครั้งนี้ ลงพื้นที่เก็บข้อมูล  
ป้ายธุรกิจการค้าและบริการบริเวณถนนสีลม  
ระหว่างเดือนเมษายน 2565 ถึงเดือนพฤษภาคม

2565 รวมระยะเวลา 1 เดือน ได้ข้อมูลจำนวนทั้งสิ้น  
490 ป้าย

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การใช้ภาษาและรูปแบบการเขียนที่  
ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการ ผู้ศึกษา  
วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้กรอบแนวคิดของ Siwina  
and Prasithrathsint (2020: 112) ทั้งนี้ ผู้ศึกษา  
ได้นำแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลของมูฮำหมัดสุกรี  
หะยีสะนิ และสมิทธิ์ วงศ์วิวัฒน์ (2564: 5) มาเป็น  
แนวทางในการศึกษาร่วมด้วย ดังนี้

1. วิเคราะห์ตัวอักษรที่ปรากฏบนแต่ละ  
ป้าย จากนั้นดำเนินการนับว่าแต่ละป้ายประกอบด้วย  
ตัวอักษรภาษาใด และนำผลรวมทั้งหมดที่ได้  
จากการนับมาแสดงผลในรูปร้อยละ เพื่อดูความถี่  
ของการปรากฏตัวอักษรภาษานั้นๆ

2. จัดรูปแบบภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจ  
การค้าและบริการ โดยแยกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่  
ป้ายเอกภาษา ป้ายทวิภาษา และป้ายพหุภาษา  
การจำแนกความแตกต่างในแต่ละป้าย ผู้ศึกษาจะ  
ใช้เกณฑ์กำหนดจากลักษณะตัวอักษรของแต่ละ  
ภาษาที่ปรากฏบนป้าย ดังนี้ หากบนป้ายปรากฏ  
ตัวอักษรเพียง 1 ภาษา จะนิยามเป็นป้ายเอกภาษา  
หากบนป้ายปรากฏตัวอักษร 2 ภาษา จะนิยามเป็น  
ป้ายทวิภาษา และหากบนป้ายปรากฏตัวอักษร  
3 ภาษาขึ้นไป จะนิยามเป็นป้ายพหุภาษา

3. วิเคราะห์รูปแบบการเขียนภาษาบน  
ป้ายว่ามีการใช้ภาษาบนป้ายอย่างไร โดยอ้างอิง  
ข้อมูลจากข้อ 2 ดังนี้

3.1 ป้ายที่ภาษาบนป้ายเขียนทับศัพท์  
ข้อความเดียวกัน (Homophonic) คือ รูปแบบการ  
ถอดความภาษาด้วยการแปลหรือการทับศัพท์ที่  
คำบนป้ายมีความหมายเหมือนกันทั้งหมด

3.2 ป้ายที่ภาษาบนป้ายเขียนทับศัพท์  
ข้อความบางข้อความ (Mixed) คือ รูปแบบการถอด

ความภาษาบนป้ายด้วยการแปลหรือการทับศัพท์ เฉพาะส่วนของคำที่เหมือนกันของแต่ละภาษาบนป้ายจากภาษาที่ปรากฏทั้งหมด

3.3 ป้ายที่เขียนด้วยหลายภาษา โดยแต่ละภาษาสื่อความหมายที่แตกต่างกัน (Polyphonic) คือ รูปแบบการถอดความภาษาบนป้ายด้วยการแปลคำที่สื่อความหมายไม่ตรงกันของภาษาที่ปรากฏทั้งหมด

3.4 ป้ายที่เขียนด้วยภาษาเดียว (Monophonic) คือ รูปแบบการถอดความภาษาบนป้ายที่เป็นป้ายภาษาเดียวเท่านั้น

#### การนำเสนอผล

แสดงสถิติการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบ ร้อยละ

#### ข้อตกลงเบื้องต้น

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ Linguistic Landscape (LL) พบว่า

ในภาษาไทยมีการใช้ในหลายความหมาย ได้แก่ ภูมิภาคศาสตร์ ภูมิภาคศาสตร์เชิงภาษาศาสตร์ ภูมิภาคศาสตร์ทางภาษา และภูมิภาคศาสตร์ภาษา ในที่นี้ ผู้ศึกษาจึงใช้คำว่า “ภูมิภาคศาสตร์ภาษา” ซึ่งเป็นคำที่สอดคล้องและเหมาะสมกับความหมาย

#### ผลการศึกษา

1. การใช้ภาษา หมายถึง การนำตัวอักษรภาษาต่างๆ มาใช้วิธีการจัดกลุ่มป้ายข้อความตามลักษณะการปรากฏของภาษาป้ายธุรกิจการค้าและบริการบริเวณถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

1.1 ตัวอักษรที่ปรากฏบนป้าย หมายถึง ตัวอักษรภาษาต่างๆ ที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการบริเวณถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร โดยจากการศึกษาพบตัวอักษรที่ปรากฏบนป้าย ตามข้อมูลที่แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการศึกษาดัชนีตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบริการบริเวณถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร พบตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้า 10 ภาษา ดังนี้

ลำดับ	ตัวอักษร	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ
1	ตัวอักษรภาษาอังกฤษ	439	47.72
2	ตัวอักษรภาษาไทย	355	38.59
3	ตัวอักษรภาษาญี่ปุ่น	52	5.65
4	ตัวอักษรภาษาจีน	41	4.45
5	ตัวอักษรภาษาฝรั่งเศส	18	1.96
6	ตัวอักษรภาษาอาหรับ	8	0.87
7	ตัวอักษรภาษาอิตาลี	4	0.43
8	ตัวอักษรภาษาพม่า	1	0.11
9	ตัวอักษรภาษาตุรกี	1	0.11
10	ตัวอักษรภาษาทมิฬ	1	0.11
รวม		920	100

จากตาราง 1 แสดงตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการบริเวณถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร พบตัวอักษรภาษาอังกฤษมากที่สุด รองลงมาเป็นตัวอักษรภาษาไทย และตัวอักษรภาษาอื่นๆ จึงสะท้อนว่าถนนสีลมให้ความสำคัญต่อการสื่อสารกับชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก ด้วยพื้นที่ดังกล่าวตั้งอยู่ใจกลางกรุงเทพมหานคร ที่เป็นแหล่งรวมอาคารสำนักงานมาก โรงเรียน สถานพยาบาล โครงการค้าปลีก คอนโดมิเนียมทุกระดับ ธุรกิจด้านการบริการ เช่น ร้านนวดแผนไทย คลินิกเสริมความงาม และธุรกิจสถานบันเทิง เช่น บาร์ ร้านสุรา(ผับ) ที่สร้างสีสันโด่งดังไปทั่วโลก ก่อให้เกิด “กำลังซื้อมหาศาล” ด้วยปริมาณทราฟฟิกวันธรรมดากว่า 700,00 คน และวันหยุดสุดสัปดาห์กว่า 500,00 คน จากฐานผู้พักอาศัย 220,000 คน และคนทำงานกว่า 350,000 คน (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2564: ออนไลน์) ถนน สีลม จึงถือเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวอันดับต้นๆ ของประเทศ และที่สำคัญคือ การมีระบบคมนาคมที่สะดวก

มีการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) และรถไฟฟ้ามหานคร (MRT) ที่สามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวภายในพื้นที่และถนนสายหลักอื่นๆ ของเมืองได้อย่างง่ายดาย จึงทำให้ถนนสีลมมีความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ จนเป็นแหล่งที่นักท่องเที่ยวหลากหลายเชื้อชาติให้ความสนใจและตั้งเป็นจุดหมายหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยว ดังนั้น การที่เจ้าของธุรกิจการค้านำตัวอักษรภาษาอังกฤษที่ถือเป็นภาษาสากลภาษาหนึ่งของโลกมาใช้เป็นหลักในการสื่อสาร ย่อมทำให้การสื่อสารระหว่างเจ้าของธุรกิจการค้าและผู้มาใช้บริการเป็นไปด้วยความสะดวกและเข้าถึงได้ง่าย

**1.2 รูปแบบของภาษา** หมายถึง วิธีการจัดกลุ่มป้ายข้อความตามลักษณะการปรากฏของภาษาบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการบริเวณถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร โดยจากการศึกษาพบรูปแบบของภาษาบนป้ายตามข้อมูลที่แสดงดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** แสดงผลการศึกษารูปแบบของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการบริเวณถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร พบ 3 รูปแบบ ดังนี้

ลำดับ	รูปของแบบภาษา	จำนวน (ป้าย)	ร้อยละ
<b>ป้ายทวิภาษา (Bilingual sign)</b>			
1	ภาษาไทย - ภาษาอังกฤษ	224	45.71
	ภาษาอังกฤษ - ภาษาญี่ปุ่น	12	2.45
	ภาษาอังกฤษ - ภาษาฝรั่งเศส	7	1.43
	ภาษาอังกฤษ - ภาษาจีน	6	1.22
	ภาษาไทย - ภาษาญี่ปุ่น	6	1.22
	ภาษาอังกฤษ - ภาษาอาหรับ	3	0.61
	ภาษาไทย - ภาษาจีน	2	0.41
	ภาษาอังกฤษ - ภาษาอิตาลี	1	0.20
<b>รวม</b>		<b>261</b>	<b>53.26</b>

**ตารางที่ 2** แสดงผลการศึกษารูปแบบของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการบริเวณถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร พบ 3 รูปแบบ ดังนี้ (ต่อ)

ลำดับ	รูปของแบบภาษา	จำนวน (ป้าย)	ร้อยละ
<b>ป้ายเอกภาษา (Monolingual sign)</b>			
2	ภาษาอังกฤษ	102	20.82
	ภาษาไทย	43	8.77
<b>รวม</b>		<b>145</b>	<b>29.59</b>
<b>ป้ายพหุภาษา (Multilingual sign)</b>			
3	ภาษาไทย - ภาษาอังกฤษ - ภาษาญี่ปุ่น	36	7.35
	ภาษาไทย - ภาษาอังกฤษ - ภาษาจีน	29	5.92
	ภาษาไทย - ภาษาอังกฤษ - ภาษาฝรั่งเศส	7	1.43
	ภาษาไทย - ภาษาอังกฤษ - ภาษาอาหรับ	3	0.61
	ภาษาไทย - ภาษาอังกฤษ - ภาษาอิตาลี	1	0.20
	ภาษาไทย - ภาษาอังกฤษ - ภาษาพม่า	1	0.20
	ภาษาอังกฤษ - ภาษาอาหรับ - ภาษาตุรกี	1	0.20
	ภาษาอังกฤษ - ภาษาฝรั่งเศส - ภาษาอิตาลี	1	0.20
	ภาษาอังกฤษ - ภาษาฝรั่งเศส - ภาษาญี่ปุ่น	1	0.20
	ภาษาไทย - ภาษาอังกฤษ - ภาษาจีน - ภาษาญี่ปุ่น	1	0.20
	ภาษาไทย - ภาษาอังกฤษ - ภาษาฝรั่งเศส - ภาษาอิตาลี	1	0.20
	ภาษาไทย - ภาษาอังกฤษ - ภาษาจีน - ภาษาฝรั่งเศส	1	0.20
	ภาษาไทย - ภาษาอังกฤษ - ภาษาอาหรับ - ภาษาทมิฬ	1	0.20
	<b>รวม</b>		<b>84</b>
<b>รวมทั้งหมด</b>		<b>490</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า บริเวณถนนสีลมสะท้อนความเป็นพื้นที่พหุวัฒนธรรมที่หลากหลายทางเชื้อชาติ มีการสื่อสารบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการต่างๆ อย่างเห็นได้ชัด โดยการใช้ภาษาต่างประเทศร่วมกับภาษาไทย หรือบางป้ายปรากฏเพียงภาษาต่างประเทศเท่านั้น

ดังนั้น การใช้ภาษาต่างประเทศบนป้าย นอกจากจะทำให้มี การสื่อสารที่ง่ายขึ้นแล้ว ยังสะท้อนความสากลและความเป็นสังคมโลกาภิวัตน์ ที่สร้างความทันสมัย หูหრა และน่าสนใจ สามารถดึงดูดผู้ใช้บริการในธุรกิจการค้าต่างๆ ดังตัวอย่างป้ายรูปแบบของภาษาทั้ง 3 รูปแบบ เช่น



ภาพที่ 1 ป้ายทวิภาษา (ไทย-อังกฤษ)

ภาพที่ 1 “PONGCHUROS, ผิงชูรส” เป็นธุรกิจร้านอาหารอีสาน แสดงตัวอย่างป้ายทวิภาษาที่ปรากฏ

ภาษาไทยและภาษาอังกฤษอยู่ร่วมกัน โดยคำว่า “ผิงชูรส” ในภาษาไทย และคำว่า “PONGCHUROS” ในภาษาอังกฤษ ได้เขียนเป็นชื่อของร้าน และคำว่า “Thai E-san Restaurant” ในภาษาอังกฤษได้แสดงลักษณะเด่นของประเภทอาหารภายในร้าน นั่นคือ เป็นร้านอาหารไทย - อีสาน



ภาพที่ 2 ป้ายทวิภาษา (อังกฤษ-ญี่ปุ่น)

ภาพที่ 2 “Rama Jewelry ラマ・ジュエリー” เป็นธุรกิจร้านเครื่องประดับ โดยแสดงตัวอย่างป้าย ทวิภาษาที่ปรากฏภาษาอังกฤษและภาษาญี่ปุ่นอยู่ร่วมกัน ซึ่งคำว่า “RAMA JEWELRY” ในภาษาอังกฤษ และคำว่า “ラマ・ジュエリー” มีคำอ่านว่า “rama jueri- หรือ รา-มา จู-เอ-ริ” ในภาษาญี่ปุ่น ทั้งสองภาษาได้เขียนเป็นชื่อของร้าน โดยนำลักษณะประเภทสินค้าที่มีไว้บริการของร้านมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการตั้งชื่อ นั่นคือ Jewelry ที่มีความหมายว่า เครื่องประดับ



ภาพที่ 3 ป้ายเอกภาษา (อังกฤษ)

ภาพที่ 3 “BEARHOUSE” เป็นธุรกิจร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม แสดงตัวอย่างป้ายเอกภาษาที่ปรากฏภาษาอังกฤษเพียงภาษาเดียว โดยคำว่า “BEARHOUSE” ได้เขียนเป็นชื่อร้าน และคำว่า “DESSERT & MILK TEA” ที่มีความหมายว่า “ขนมหวานและชานม” ได้แสดงข้อมูลประเภทของอาหารภายในร้าน



ภาพที่ 4 ป้ายเอกภาษา (ไทย)

ภาพที่ 4 “ฟาสซิโน ยา” แสดงตัวอย่างป้าย เอกภาษาที่เป็นภาษาไทยเพียงภาษาเดียว ซึ่งภาษาไทยที่อยู่บนป้ายได้เขียนเป็นชื่อของร้าน และลักษณะประเภทสินค้าภายในร้าน ทั้งนี้ คำว่า “ฟาสซิโน” เป็นคำที่มาจากภาษาอิตาลี แปลว่า ลุ่มหลง



ภาพที่ 5 ป้ายพหุภาษา (ไทย-ญี่ปุ่น-จีน-อังกฤษ)

ภาพที่ 5 “ร้านอาหารนิยวม” เป็นตัวอย่างป้ายพหุภาษาที่แสดงภาษาไทย ภาษาญี่ปุ่น ภาษาจีนและภาษาอังกฤษปรากฏอยู่ร่วมกัน โดยคำว่า “ร้านอาหารนิยวม” ในภาษาไทย “ニヨムレストラン” มีคำอ่านว่า “Ni-yo-mu-re-su-to-ran” ในภาษาญี่ปุ่น “時興飯店” มีคำอ่านว่า “shixing fàndiàn” หรือ “ซือ-ซิง ฟาน-เตี้ยน” ในภาษาจีน และ “Niyom restaurant” ในภาษาอังกฤษ ได้เขียนเป็นชื่อของร้าน และคำว่า “ร้านข้าวต้มเจ้าเก่า เปิดขายมานานกว่า 60 ปี” ในภาษาไทย ได้เขียนบอกอาหารหลักที่มีไว้บริการภายในร้าน พร้อมทั้งระยะเวลาการรวมจำนวนปีทั้งหมดที่ร้านเปิดให้บริการ

2. รูปแบบการเขียน หมายถึง วิธีการเขียนบนป้ายข้อความที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการบริเวณถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร โดย

จากการศึกษาพบรูปแบบการเขียนบนป้ายตามข้อมูลที่แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการศึกษารูปแบบการเขียนที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการบริเวณถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร พบ 4 รูปแบบ ดังนี้

ลำดับ	รูปแบบการเขียน	จำนวน (ป้าย)	ร้อยละ
1	ป้ายที่ภาษาบนป้ายเขียนทับศัพท์ข้อความบางข้อความ (Mixed)	175	35.71
2	ป้ายที่เขียนด้วยภาษาเดียว (Monophonic)	145	29.59
3	ป้ายที่ภาษาบนป้ายเขียนทับศัพท์ข้อความเดียวกันหรือเขียนแปลโดยตรง (Homophonic)	115	23.47
4	ป้ายที่เขียนด้วยหลายภาษา โดยแต่ละภาษาสื่อความหมายที่ต่างกันไป (Polyphonic)	55	11.22
รวม		490	100

จากตาราง 3 แสดงให้เห็นว่า รูปแบบการเขียนที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการบริเวณถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร พบรูปแบบการเขียน 4 รูปแบบ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า เจ้าของธุรกิจการค้าและบริการส่วนใหญ่ในพื้นที่ให้ความสำคัญกับนำภาษามาสร่าง/เขียนในรูปแบบที่เป็นข้อความเดียวกันที่อ่านได้ในหลายภาษา โดยส่วนใหญ่จะเป็นส่วนสำคัญที่สุดของป้าย นั่นคือ ชื่อธุรกิจการค้าและบริการ ในส่วนรายละเอียดอื่นๆ บนป้ายจะมี การเลือกใช้ภาษาจากกลุ่มผู้มาใช้บริการเป็นหลักกว่าเป็นชนชาติใด ทั้งนี้ แม้จะมีการนำภาษาต่างๆ มาใช้ในการเขียน แต่ก็จะได้เห็นได้จากตาราง 3 ว่า ร้อยละ 29.59 มีการเลือกใช้เพียงภาษาเดียวมาใช้เขียนบนป้ายจากจำนวนป้ายทั้งหมด จึงแสดงให้เห็นว่า แม้การสร้าง/เขียนป้ายในหลากหลายภาษาจะทำให้ง่ายและสะดวกต่อการสื่อสาร แต่การนำภาษาเพียงภาษาเดียวมาใช้เขียนบนป้ายย่อมสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ภาษานั้นได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และตรงตามความต้องการของเจ้าของธุรกิจการค้าและบริการต่างๆ ดังตัวอย่างป้ายรูปแบบการเขียนทั้ง 4 รูปแบบ เช่น



ภาพที่ 6 ป้ายที่ภาษาบนป้ายเขียนทับศัพท์ข้อความบางข้อความ

ภาพที่ 6 “เพอร์รี่ Perry’s” เป็นธุรกิจร้านเครื่องแต่งกาย ภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าประกอบไปด้วยภาษาอังกฤษและภาษาไทย ซึ่งทั้งสองภาษามีการทับศัพท์ข้อความบางข้อความ โดยข้อความ “Perry’s” ในภาษาอังกฤษกับ “เพอร์รี่” ในภาษาไทย ซึ่งเป็นชื่อของร้าน มีการทับศัพท์ข้อความเดียวกัน ส่วนข้อความภาษาอังกฤษบอกรายละเอียดด้านล่างภาพประกอบคำว่า “Custom tailor” “since 1974” และ “3<sup>th</sup> Floor (above Boots shop)” ที่เป็นการบอกเกี่ยวกับข้อมูลประเภทสินค้า ปีที่ก่อตั้ง และสถานที่ตั้งของร้าน ไม่ปรากฏการทับศัพท์กับภาษาไทยบนป้าย



ภาพที่ 7 ป้ายที่เขียนด้วยภาษาเดียว

ภาพที่ 7 “Blue cup coffee” เป็นธุรกิจการค้าประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม ภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้ามีเพียงภาษาเดียว คือ ภาษาอังกฤษ คำว่า “Blue cup coffee” ซึ่งเป็นชื่อและลักษณะข้อมูลประเภทสินค้า/เครื่องดื่มหลักของร้าน



ภาพที่ 8 ป้ายที่ภาษาบนป้ายเขียนทับศัพท์ข้อความเดียวกันหรือเขียนแปลโดยตรง

ภาพที่ 8 จากตัวอย่าง “บางหวาน บังววน” เป็นธุรกิจการค้าประเภทร้านอาหารและประกอบไปด้วยภาษาไทยและภาษาญี่ปุ่น ซึ่งทั้งสองภาษามี การเขียนทับศัพท์ข้อความเดียวกัน โดยคำว่า “บางหวาน” ในภาษาไทย และคำว่า “บังววน” มีคำอ่านว่า “banwān” ในภาษาญี่ปุ่น ได้เขียนเป็นชื่อร้าน



ภาพที่ 9 ป้ายที่เขียนด้วยหลายภาษา โดยแต่ละภาษาสื่อความหมายที่แตกต่างกัน

ภาพที่ 9 “ตำหนักก้วยเตี่ยวเรือ” เป็นธุรกิจการค้าประเภทร้านอาหาร ภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้า ประกอบด้วยภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยคำว่า “ตำหนักก้วยเตี่ยวเรือ” และ “อนุสาวรีย์ชัยฯ” ในภาษาไทย ที่เป็นชื่อร้าน และข้อความที่ต้องการสื่อถึงที่มาของสูตรหรือต้นตำหรับก้วยเตี่ยวของร้านนั้น ไม่ปรากฏการเขียนทับศัพท์กับภาษาอังกฤษ เพราะคำว่า “Taste of Siam” มีความหมายว่า “รสชาติแห่งสยาม” จึงสรุปได้ว่า ทั้งสองภาษาใช้เป็นรูปแบบการเขียนที่เขียนด้วยหลายภาษา โดยแต่ละภาษาสื่อความหมายที่แตกต่างกัน

### สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง การใช้ภาษาและรูปแบบการเขียนที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการ

บริเวณถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร: การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ภาษา สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. การศึกษาการใช้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการบริเวณถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร พบตัวอักษรภาษาอังกฤษปรากฏบนป้ายมากที่สุด จำนวน 439 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 47.71 เหตุที่พบการใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษมากที่สุดอาจเป็นเพราะบริเวณถนนสีลมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันนั้น มีความโดดเด่นด้านความหลากหลายทางเชื้อชาติ เป็นเขตที่ตั้งอยู่ใจกลางกรุงเทพมหานครที่มีกิจกรรมทางสังคมและเศรษฐกิจมากที่สุด ทำให้ถนนสีลมกลายเป็นศูนย์รวมทางธุรกิจ มีอาคารสำนักงาน โรงแรม ที่พัก รวมไปถึงศูนย์การค้าต่าง ๆ อยู่ตลอดเส้นทาง ทั้งนี้ถนนสีลมยังเป็นเส้นทางคมนาคมที่สามารถเดินทางไปยังพื้นที่อื่น ๆ ได้อย่างหลากหลายและสะดวกสบาย มีการพัฒนาเส้นทางรถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) และรถไฟฟ้ามหานคร (MRT) ทำให้ถนนสีลมจึงพื้นที่สำคัญแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานครที่นักลงทุนและนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจ ดังนั้นการพบตัวอักษรภาษาอังกฤษบนป้ายมากที่สุดจึงสะท้อนว่า พื้นที่บริเวณถนนสีลมให้ความสำคัญกับการสื่อสารกับชาวต่างชาติ เพราะภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางของโลก ชาวต่างชาติส่วนใหญ่สามารถสื่อสารและเข้าใจได้ นอกจากนี้ การนำมาใช้เขียนบนป้ายยังสื่อถึงความเป็นชุมชนเมืองที่ทันสมัย หรรษา น่าสนใจ และให้การสื่อสารระหว่างเจ้าของธุรกิจการค้ากับชาวต่างชาติและผู้ที่ใช้ภาษาอังกฤษได้ง่ายยิ่งขึ้น ซึ่งต่างจากกับผลการศึกษาของ จริยา เสียงเย็น (2558) ที่ศึกษาเรื่องภูมิทัศน์ภาษาจากป้ายโฆษณาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุดรธานี ที่พบการใช้ตัวอักษรภาษาไทยมากที่สุด โดยอาจเป็นเพราะพื้นที่ต่างจังหวัด

ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคนในพื้นที่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนไทย ดังนั้นตัวอักษรบนป้ายที่เจ้าของธุรกิจการค้านำมาเขียน ย่อมจะใช้ภาษาไทยมาเป็นสื่อกลางในการสื่อสารเป็นหลัก

ทั้งนี้ ยังพบว่าตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการบริเวณถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร นั้น ไม่พบตัวอักษรภาษาไทย ปรากฏร่วมกันกับตัวอักษรภาษาอื่น ๆ บนแผ่นป้ายธุรกิจการค้าและบริการถึง 134 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 27.35 จากจำนวนป้ายทั้งหมด สะท้อนว่าการเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาตินั้น การใช้ภาษา ต่างประเทศการมาเขียน/สื่อสารบนป้าย ย่อมสามารถเป็นตัวกลางในการสื่อสารระหว่างเจ้าของธุรกิจและผู้มาใช้บริการง่ายกว่า การเลือกตัวอักษรภาษา ต่างประเทศมาใช้เขียนบนป้ายอาจเกิดจากธุรกิจการค้าและบริการมีกลุ่มเป้าหมายลูกค้า/ผู้มาใช้บริการชาวต่างชาติมากกว่าคนไทย ตัวอย่างเช่น ซอยธนียะ เป็นซอยแห่งหนึ่งที่อยู่บริเวณถนนสีลม ที่เป็นแหล่งรวมร้านอาหาร คาเฟ่ และร้านอาหารญี่ปุ่น ซึ่งในอดีตนั้นได้รับความนิยม และให้บริการเฉพาะลูกค้าชาวญี่ปุ่นเท่านั้น ปัจจุบันได้เปลี่ยนมารับลูกค้าในทุกเชื้อชาติ แต่ซอยธนียะก็ยังคงสะท้อนความเป็นซอยสำหรับคนญี่ปุ่นผ่านป้ายในบริเวณนั้น โดยมักจะปรากฏตัวอักษรภาษาญี่ปุ่นในเกือบทุกแผ่นป้าย ในปัจจุบันจะปรากฏตัวอักษรภาษาอังกฤษบ้าง แต่ก็เกือบครึ่งของจำนวนแผ่นป้ายในบริเวณนั้น จะไม่ปรากฏตัวอักษรภาษาไทยร่วมด้วย ซึ่งสะท้อนว่า ซอยธนียะให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติมากกว่าคนไทย

การใช้ภาษาในด้านรูปแบบของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการบริเวณถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร พบเป็นป้ายทวิภาษาที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษมากที่สุด จำนวน 224 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 45.71

ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของมูฮำหมัดสุกรี หะยีสะนิ และสมิทธิ์ วงศ์วิวัฒน์ (2564) ที่ศึกษาพหุภาษาในเมืองชายแดนใต้ กรณีศึกษาภูมิทัศน์ภาษากับธุรกิจการค้าในเขตอำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา และพบว่าป้ายทวิภาษาที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษมากที่สุด เหตุที่พบมากที่สุดอาจเป็นเพราะว่า ด้วยภาษาไทยคือภาษาประจำชาติ เป็นภาษากลางที่ในประเทศไทยใช้ติดต่อสื่อสารกัน และภาษาอังกฤษที่ถือเป็นภาษาสากลที่มีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในสังคมไทย ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา การทำงาน และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นการนำทั้งสองภาษามาใช้ในการเขียนบนป้าย นอกจากจะทำให้การสื่อสารกับคนในพื้นที่และชาวต่างชาติเป็นไปได้ง่าย การนำภาษาอังกฤษมาใช้เขียนควบคู่กับภาษาไทยบนป้ายสร้างความหรูหรา ทันสมัย สื่อถึงการเป็นสังคมโลกาภิวัตน์ที่มีการพัฒนาไปสู่ความเป็นสากล ถือเป็นแรงดึงดูดสำคัญที่ทำให้ธุรกิจการค้าและบริการบริเวณถนนสีลม กลายเป็นจุดมุ่งหมายหลักของผู้มาใช้บริการ ดังคำกล่าวของสิริณทอง พิกุลทอง (2554) ที่กล่าวว่า การใช้ภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อส่วนใหญ่ขายสินค้าและบริการที่มีความเป็นสากลมากกว่า เช่น เบเกอรี่ ผับ บาร์ เป็นต้น รวมถึงลักษณะการตกแต่งร้านที่เน้นความเป็นเมืองใหญ่และความทันสมัย การสร้างอัตลักษณ์ของสถานประกอบการผ่านภาษาและตัวอักษรที่ใช้เป็นการสร้างตราให้เป็นที่รู้จัก (Brand awareness) ทั้งนี้ เพื่อเชื่อมโยงสถานประกอบการกับกลุ่มลูกค้า และทำให้เกิดการตัดสินใจรับสินค้าและบริการของสถานประกอบการ ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาของ ธนอมจิตต์ สารอด และสรารุณี ไกรเสม (2562) ที่ศึกษาความเป็นพหุภาษาในชุมชนเมือง: กรณีศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิทัศน์ภาษากับธุรกิจการค้าย่านนานาฝั่งเหนือ ได้พบป้ายทวิภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษและภาษาอาหรับ และผลการ

ศึกษาของ Siwina and Prasithratsint (2020: 112) ที่ศึกษาภูมิทัศน์พหุภาษาบนพรมแดนประเทศไทย ที่ทำขึ้นเพื่อศึกษาป้ายทวิภาษาส่วนใหญ่เป็นป้าย ภาษาลาวกับภาษาอังกฤษ และในสหวันนะเขต พบป้ายทวิภาษาส่วนใหญ่เป็นป้ายภาษาพม่ากับ ภาษาอังกฤษมากที่สุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ใน พื้นที่ที่แตกต่างกัน กลุ่มเป้าหมาย/ผู้มาใช้บริการ ที่เจ้าของธุรกิจการค้าต้องการที่จะสื่อสารในแต่ละ พื้นที่ย่อมแตกต่างกัน

ทั้งนี้ จากการศึกษาการใช้ภาษาบนป้าย ธุรกิจการค้าและบริการบริเวณถนนสีลม แม้จะพบ การใช้ภาษาต่างประเทศส่วนใหญ่จะเป็นภาษาอังกฤษ แต่ในถนนสีลม ก็ปรากฏการใช้ภาษา ต่างประเทศอื่น ๆ เช่น ภาษาฝรั่งเศส จีน ญี่ปุ่น อิตาลี อาหรับ ทมิฬ บนป้ายธุรกิจการค้าและบริการด้วย เช่นกัน แม้ว่าแต่ละภาษาจะพบการนำมาใช้สื่อสาร น้อย แต่กลับมีหลักฐานที่สะท้อนให้เห็นการเคลื่อน ย้ายถิ่นฐานของชนชาติหนึ่ง ที่สามารถทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมและวัฒนธรรมในพื้นที่ ถนนสีลมอย่างเห็นได้ชัด ตัวอย่างเช่น ภาษาทมิฬ ปรากฏหลักฐานการเข้ามาในพื้นที่ถนนสีลมจาก การที่ชาวอินเดียเผ่าภารตะทระวิทนาดู (ทมิฬ) ได้เข้ามาตั้งรกรากทำการค้าขาย พร้อมกับการ เผยแผ่ศาสนา โดยต่อมาชาวอินเดียที่อาศัยอยู่ใน พื้นที่ได้สร้างวัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขก) ในสมัยรัชกาลที่ 5 ราวปี พ.ศ. 2453-2454 นับเป็น เทวสถานสำคัญที่มีชื่อเสียงเป็นอย่างมากในถนน สีลม ที่ชาวอินเดียที่นับถือศาสนาฮินดูในพื้นที่ ให้ความสำคัญ ปัจจุบันปรากฏการใช้ภาษาทมิฬ บนป้ายธุรกิจการค้าและบริการเพียงร้อยละ 0.11 เนื่องจากอิทธิพลของภาษาอังกฤษ แม้ภาษาทมิฬ มีการใช้น้อยลง แต่วัฒนธรรมด้านอื่นๆ ทั้งด้าน ศาสนา วัฒนธรรมทางด้านอาหาร ก็ยังคงปรากฏ อยู่ในวิถีชีวิตของชาวอินเดียมาจนถึงปัจจุบัน ประเด็นต่อมาที่สะท้อนการเข้ามาของภาษาต่าง

ประเทศในถนนสีลมคือ การเข้ามาร่วมลงทุนทำการ ค้าของชาวต่างชาติที่ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ ถนนสีลมกลายเป็นพื้นที่ ที่มีความหลากหลายทางภาษา ตัวอย่างเช่น ภาษา ญี่ปุ่น เข้ามาในถนนสีลมจากการเข้ามาร่วมลงทุน การค้า อย่างเห็นได้ชัดภายหลังสิ้นสุดสงครามโลก ครั้งที่ 2 โดยนักธุรกิจชาวญี่ปุ่นได้เช่าอาคาร สำนักงานภายในซอยธนียะหรือ ซอยสีลม 2 ไว้ สำหรับดำเนินธุรกิจ ต่อมาเมื่อมีชาวญี่ปุ่นเข้ามาใน พื้นที่มากขึ้น ซอยธนียะจึงได้มีการเปิดร้านอาหาร ผับ เลาจเนสโต้ส์ญี่ปุ่นตลอดทั้งซอย ส่งผลให้ซอย ธนียะตลอดสองฝั่งถนนเต็มไปด้วยป้ายร้านภาษา ญี่ปุ่น ที่ปัจจุบันได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นชาวต่างชาติและชาวไทยในการเข้ามา ท่องเที่ยวในพื้นที่ในยามค่ำคืน โดยภาษาญี่ปุ่น ที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบริเวณถนนสีลม คิดเป็นร้อยละ 5.65 จากจำนวนแผ่นป้ายทั้งหมด ดังนั้น จากหลักฐานการเข้ามาภายในพื้นที่ของ ชาวต่างชาติข้างต้น จึงเป็นส่วนสำคัญที่สะท้อนว่า ถนนสีลมเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ และวัฒนธรรมอันส่งผลให้เกิดการสื่อสารที่ หลากหลายทางภาษาอย่างเห็นได้ชัด

2. การศึกษารูปแบบการเขียนที่ปรากฏ บนป้ายธุรกิจการค้าและบริการบริเวณถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร พบการเขียนทับ ศัพท์ข้อความบางข้อความ (Mixed) เป็นรูปแบบ การเขียนที่พบมากที่สุด จำนวน 173 แห่ง คิดเป็น ร้อยละ 35.31 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา Siwina and Prasithratsint (2020: 112) ที่ศึกษาภูมิทัศน์ พหุภาษาบนพรมแดนประเทศไทยที่พบรูปแบบ การเขียนทับศัพท์ข้อความบางข้อความ (Mixed) มากที่สุด ซึ่งสะท้อนความหลากหลายทางเชื้อชาติ ของถนนสีลม ส่งผลให้กลายเป็นพื้นที่ที่มีความ หลากหลายทางภาษาบริเวณนี้ไปด้วย ทั้งนี้จาก ผลการศึกษา ยังพบว่า การเขียนทับศัพท์บาง

ข้อความของป้ายธุรกิจการค้าและบริการบริเวณ ถนนสีลม มักจะมีการเขียนทับศัพท์ข้อความเดียวกับชื่อของร้าน ส่วนข้อความภาษาที่ไม่มีการทับศัพท์ภาษาอื่น ๆ บนป้าย มักกล่าวถึงรายละเอียดของร้านเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการสร้าง/เขียนป้ายธุรกิจการค้าที่มีความหลากหลายทางภาษานอกจากจะช่วยเป็นสื่อกลางในการสื่อสารแล้ว การนำแต่ละภาษามาใช้เขียนร่วมกันบนป้ายยังสร้างความน่าสนใจ แปลกใหม่ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว

เที่ยวหลากหลายเชื้อชาติให้เข้าใช้บริการอีกด้วย

### ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในพื้นที่อื่น ๆ ที่เป็นย่านเศรษฐกิจและมีความเป็นพหุวัฒนธรรม เช่น ย่านสำโรง

2. ควรมีการศึกษาองค์ประกอบบนป้ายธุรกิจต่าง ๆ ในพื้นที่ที่มีความโดดเด่นด้านความหลากหลายทางเชื้อชาติ

### เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพฯธุรกิจ. (2564). *ทุนยักษ์เร่งพลิก “สีลม-พระราม4” ดัน “กรุงเทพฯ” สู่โกลบอลแลนด์มาร์ค*. <https://www.bangkokbiznews.com/business/966891>.
- จริยา เสียงเย็น. (2558). ภูมิทัศน์ทางภาษาจากป้ายโฆษณาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี. *วารสารพื้นที่ถิ่น โขงชีมูล*, 1(2), 13-36.
- ถนอมจิตต์ สารอด และสรารุณี ไกรเสม. (2562). ความเป็นพหุภาษาในชุมชนเมือง : กรณีศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ภูมิทัศน์ทางภาษากับธุรกิจการค้าย่านนาผิงเหนือ. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม*, 38(1), 24-40.
- ปณิธาน โช๊ะชู. (2559). *ประวัติสีลม*. <https://urlshort.in/mGAtQ>.
- พิชัย แก้วบุตร และนพวรรณ เมืองแก้ว. (2563). ป้ายและชื่อธุรกิจการค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ: การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 11(2), 225-253.
- มูฮำหมัดสุกรี หะยีสะนิ และสมิทธิ์ วงศ์วิวัฒน์. (2564). *พหุภาษาในเมืองชายแดนใต้ กรณีศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษากับธุรกิจการค้าในเขตอำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา*. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ ครั้งที่ 31. สงขลา : มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- สลิกา. (2563). *เปิดประวัติ ‘ถนนสีลม’ บันทึกความเปลี่ยนแปลงแห่งยุคสมัย โดยสถาปนิกนักอนุรักษ์ ‘วาทัญญู เทพหัตถ์’*. <https://www.salika.co/2020/11/21/history-of-silom-road/>
- สิรินทร พิกุลทอง. (2554). *ภาษาบนป้ายพาณิชย์ของสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Siwina, P. and Prasithratsint, A. (2020). Multilingual Landscapes on Thailand’s Borders. *Journal of Mekong Societies*, 16(1), 112-131