บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

จังหวัดจันทบุรี เป็นจังหวัดในภาคตะวันออก ตั้งอยู่ชายฝั่งทะเลด้านทิศตะวันออกของอ่าวไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครเป็นระยะทางประมาณ 245 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 6,338 ตารางกิโลเมตร หรือ ประมาณ 3,961,250 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 16.6 ของพื้นที่ภาคตะวันออก และเท่ากับร้อยละ 1.8 ของพื้นที่ทั้งประเทศ มี 10 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองจันทบุรี อำเภอท่าใหม่ อำเภอแหลมสิงห์ อำเภอนายายอาม อำเภอแก่งหางแมว อำเภอเขาคิชฌกูฏ อำเภอขลุง อำเภอมะขาม อำเภอโป่งน้ำร้อน และอำเภอสอยดาว

หากจะกล่าวถึงสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีก็มีอยู่ทุกอำเภอ แต่ละสถานที่ล้วนมีความสำคัญและเป็นแหล่งสร้างรายได้ให้กับผู้คนในท้องถิ่นมาอย่างยาวนาน เช่นเดียวกันกับในอำเภอเมืองจันทบุรี นักท่องเที่ยวต่างให้ความสนใจมาท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก สังเกตได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหลังจากสถานการณ์โควิดเริ่มดีขึ้น ทำให้มีร้านอาหารและคาเฟเกิดขึ้นใหม่มากมาย แต่ละที่ล้วนมีสถานที่ บรรยาย และเมนูอร่อย ๆ ให้เลือกอย่างหลากหลายและมีการสร้างจุดเด่นให้กับร้านของตนมากมาย

เริ่มตั้งแต่การติดตั้งป้ายหน้าร้าน เพื่อโฆษณาและแสดงชื่อร้านที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญและมีบทบาทในการสื่อสารสร้างความน่าสนใจให้แก่ผู้บริโภคและการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ป้ายหน้าร้านมีผลต่อการสร้างทัศนคติเพราะเป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ของร้านในเชิงพาณิชย์ ด้วยตัวอักษร ภาพ หรือเครื่องหมายการค้าที่แปลกใหม่ อีกทั้งยังเป็นสื่อที่เสนอสัญญะไปยังผู้บริโภค

ภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์ (Linguistic landscape) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับภาษาที่ปรากฏในป้ายต่าง ๆ ภาษาเหล่านั้นนับเป็นองค์ประกอบ สำคัญในการประกอบสร้างอัตลักษณ์และความหมายให้แก่พื้นที่ต่าง ๆ นอกจากนี้ แนวคิดดังกล่าวยังให้ความสนใจความสัมพันธ์ระหว่างภาษาที่ปรากฏกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์มองว่ารูปภาษาที่ปรากฏในสถานที่ต่าง ๆ มีบทบาทในการสร้างภูมิทัศน์หรือก่อให้เกิดลักษณะเด่นของสถานที่นั้น ๆ

ดังที่ Coulmas (2009) ได้กล่าวไว้ว่า “ป้ายถนนสาธารณะ ป้ายโฆษณา ชื่อถนน ชื่อสถานที่ ป้ายร้านค้าและสัญญาณสาธารณะในสถานที่ราชการเป็นองค์ประกอบที่เป็นรูปแบบของภูมิทัศน์ทางภาษาอย่างชัดเจน” การศึกษาภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์ เป็นการแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจต่อการใช้ภาษาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ที่เป็นขอบเขตของการศึกษา โดยศึกษาจากภาษาที่ใช้ติดต่อสื่อสารกันและปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน เช่น ป้ายสาธารณะ ป้ายชื่อธุรกิจร้านค้า เป็นต้น ดังนั้นหากเราศึกษา

ข้อความ หรือ ภาษาจากป้ายต่าง ๆ ที่ปรากฏในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง อาจจะแสดงให้เห็นลักษณะที่โดดเด่น ความเป็นอยู่ และสภาพสังคม วัฒนธรรมของพื้นที่นั้นได้อีกทางหนึ่งด้วย จากการเก็บข้อมูลเบื้องต้นพบว่า ป้ายร้านอาหารและคาเฟในอำเภอเมืองจันทบุรี มีจำนวน 677 ป้าย (ไม่นับป้ายที่ปรากฏซ้ำกันและไม่นับป้ายที่มีสาขา) ซึ่งพบว่ามีลักษณะที่น่าสนใจและบ่งบอกสภาพความเปลี่ยนแปลงของวิถีความเป็นอยู่ สภาพสังคม บริบทแวดล้อมได้ ดังนั้นจึงสมควรแก่การศึกษาให้ละเอียดลึกซึ้ง นอกจากนี้ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าป้ายต่าง ๆ ที่อยู่ในพื้นที่อำเภอเมืองจันทบุรีปรากฏภาษาต่างประเทศอื่น ๆ นอกจากภาษาไทย เช่น ภาษาเขมร ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น ภาษาฝรั่งเศส และภาษาจีน เป็นต้น ซึ่งบางภาษาก็ปรากฏบนแผ่นป้ายให้เห็นอย่างโดดเด่น

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาและวิเคราะห์ภาษาจากป้ายร้านอาหารและคาเฟในอำเภอเมืองจันทบุรี ตามแนวคิดภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ เพื่อตอบคำถามต่อประเด็นการศึกษาในเรื่องของความเป็นพหุภาษาในพื้นที่มีภาษาใดบ้างที่ปรากฏ และภาษาใดเป็นภาษาหลัก ภาษาที่ปรากฏมีหน้าที่ใดบ้าง ซึ่งเป็นประเด็นที่ควรศึกษาเพราะจะได้เข้าใจถึงจุดประสงค์ของการเลือกใช้ภาษาบนป้ายร้านอาหารและคาเฟ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อจำแนกภาษาจากป้ายร้านอาหารและคาเฟในอำเภอเมืองจันทบุรี
2. เพื่อวิเคราะห์หน้าที่ของภาษาจากป้ายร้านอาหารและคาเฟในอำเภอเมืองจันทบุรี

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ทำให้ได้ข้อมูลการจำแนกภาษาจากป้ายร้านอาหารและคาเฟในอำเภอเมืองจันทบุรี
2. ทำให้ได้วิเคราะห์หน้าที่ของภาษาจากป้ายร้านอาหารและคาเฟในอำเภอเมืองจันทบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์ภาษาจากป้ายร้านอาหารและคาเฟในอำเภอเมืองจันทบุรี ประกอบด้วยตำบลในเมือง ท่าช้าง จันทนิมิต บางกะจะ พลับพลา หนองบัว เกาะขวาง แสลง ค่ายเนินวง พลับพลา คลองนาราณ์ คมบาง ท่าช้าง หนองบัว และบริเวณห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล พลาซ่า จันทบุรี เนื่องจากพื้นที่เหล่านี้มีจำนวนประชากรอยู่อย่างหนาแน่น และเป็นแหล่งที่มีร้านอาหารและคาเฟเป็นจำนวนมาก

2. ป้ายที่นำมาศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะศึกษาเฉพาะป้ายทั่วไปที่ไม่ใช่ป้ายร้านอาหารและคาเฟแบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ป้ายที่ควบคุมด้วยคอมพิวเตอร์ โดยป้ายที่นำมาศึกษาเป็นป้าย

ร้านอาหารและคาเฟ จำนวน 677 ป้าย (ไม่นับป้ายที่ปรากฏซ้ำกันและไม่นับป้ายที่มีสาขา)

3. ขนาดของป้ายโฆษณาที่นำมาศึกษาในครั้งนี้มี 3 ขนาด ดังนี้

3.1 ขนาด 3.00 x 1.20 เมตร

3.2 ขนาด 1.80 x 1.20 เมตร

3.3 ขนาด 1.50 x 1.00 เมตร

4. ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลเฉพาะป้ายร้านอาหารและร้านคาเฟเท่านั้น ส่วนป้ายหาเสียง ป้ายรณรงค์ และป้ายประกาศอื่น ๆ นอกเหนือจากนี้ ผู้วิจัยจะไม่นำมาศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษาบนป้ายร้านอาหารและคาเฟ

2. สำรวจแหล่งข้อมูลเพื่อนำมากำหนดขอบเขตพื้นที่ในการเก็บข้อมูลประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นป้ายร้านอาหารและคาเฟตามขอบเขตที่กำหนดในเขตอำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี จำนวน 677 ป้าย

3. เก็บรวบรวมข้อมูลป้ายร้านอาหารและคาเฟในเขตอำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 2 เดือน

4. วิเคราะห์ตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายร้านอาหารและคาเฟในเขตอำเภอเมืองจันทบุรี แล้วนำมาจัดประเภทตามแนวคิดภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์ และหาค่าความถี่โดยใช้ร้อยละ

5. เสนอและเรียบเรียงผลการวิเคราะห์

6. สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาการวิเคราะห์ภาษาจากป้ายร้านอาหารและคาเฟในอำเภอเมืองจันทบุรี โดยการสำรวจและลงพื้นที่ เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามจากสถานที่จริง ด้วยการถ่ายภาพป้ายร้านอาหารและคาเฟ ด้วยกล้องมือถือ ตัวอย่างการเก็บข้อมูลมีดังนี้

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

1. ป้ายร้านอาหารที่ปรากฏว่ามีการตั้งชื่อร้านเป็นภาษาเดียว

ภาพที่ 1 ป้ายชื่อร้านนภาท่าแฉลบ ตำบลบางกะจะ (ภาษาไทย)

ภาพที่ 2 ป้ายชื่อร้านคาเฟ KOFF HOUSE (Coffee Bar & Eatery)
ตำบลบางกะจะ (ภาษาอังกฤษ)

2. ป้ายร้านอาหารที่ปรากฏว่ามีการตั้งชื่อร้านเป็นแบบสองภาษา คือ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ทั้งนี้พบว่าชื่อภาษาไทยมีขนาดตัวอักษรใหญ่กว่าภาษาอังกฤษ และมีตัวเลขระบุเวลาเปิด-ปิดร้าน และเบอร์โทรศัพท์ และป้ายร้านคาเฟมีภาษาอังกฤษตัวอักษรใหญ่กว่าภาษาญี่ปุ่น โดยไม่ปรากฏตัวอักษรภาษาไทย

ภาพที่ 3 ป้ายชื่อร้านอาหาร น้ำยาปูครูนพ ตำบลบางกะจะ

ภาพที่ 4 ป้ายชื่อร้านคาเฟ KYOTOSHI キョウトシカフェ อ่านว่า เกียวโตชิ ตำบลจันทนิมิต

3. ป้ายร้านอาหารที่ปรากฏว่ามีการตั้งชื่อร้านเป็นแบบสามภาษา คือ ภาษาญี่ปุ่น ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ทั้งนี้พบว่าชื่อภาษาญี่ปุ่น มีขนาดตัวอักษรใหญ่กว่าภาษาอังกฤษและภาษาไทย นอกจากนี้ยังพบว่ามีการใช้รูปสัญญะ (ภูเขาไฟฟูจิ อยู่ด้านบนตัวอักษรภาษาญี่ปุ่น) ทั้งนี้ในป้ายร้านก็มีรูปภาพอาหาร เครื่องดื่มและบอกรายละเอียดเวลาเปิด-ปิดร้าน ช่องประกอบในป้ายร้าน

รูปภาพที่ 5 ป้ายชื่อร้าน มิกะ คาเฟ ตำบลพลับพลา

นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิเคราะห์ภาษา หมายถึง การวิเคราะห์ภาษาที่ปรากฏบนป้ายร้านอาหารและคาเฟ เช่น ภาษาไทย ภาษาลาว ภาษาจีน ภาษาเขมร ภาษาสันสกฤต ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น

ป้ายร้านอาหารและคาเฟ หมายถึง ป้ายที่ปรากฏอยู่หน้าร้านอาหารและคาเฟในอำเภอเมืองจันทบุรี มีจุดประสงค์เพื่อบอกชื่อร้าน

ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ หมายถึง เป็นการศึกษาภาษาที่ปรากฏในสถานที่สาธารณะต่าง ๆ

ข้อตกลงเบื้องต้น

ผู้วิจัยได้เริ่มเก็บดำเนินการข้อมูลโดยการถ่ายภาพป้าย ตั้งแต่วันที่ เมษายน – มิถุนายน พ.ศ. 2566 พบว่ามีป้ายร้านอาหารและคาเฟ รวมกันจำนวน 677 ป้าย (ไม่นับป้ายที่ปรากฏซ้ำกันและไม่นับป้ายที่มีหลายสาขา)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดของภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ คือ การศึกษาภาษาในสิ่งแวดล้อมหนึ่ง ๆ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบของภาษาที่เป็นตัวอักษรหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ปรากฏและมองเห็นได้อย่างชัดเจนในพื้นที่สาธารณะ Landry & Bourhis (1997, p. 25) นักวิชาการกลุ่มแรกที่เริ่มใช้คำว่า Linguistic Landscape ได้กล่าวไว้ว่า “ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์เป็นศาสตร์แห่งการศึกษาภาษาจากสัญลักษณ์ต่าง ๆ เช่น ป้ายสาธารณะ ป้ายโฆษณา ป้ายชื่อถนน ป้ายชื่ออาคารบ้านเรือน ป้ายชื่อร้านค้าเชิงพาณิชย์ และป้ายสัญญาณต่าง ๆ ที่ประชาชน หน่วยงานของรัฐ และหน่วยงานเอกชนสร้างขึ้น” Landry & Bourhis (1997) ได้ให้รายละเอียดไว้ว่าภาษาที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่สาธารณะ มีหน้าที่อยู่ 2 ประการ ได้แก่

ประการที่ 1 คือ หน้าที่ในเชิงข้อมูล (Informational function) หมายถึง ภาษาที่ปรากฏในที่สาธารณะบ่งบอกถึงรายละเอียดต่าง ๆ เช่น ภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะของสถานีขนส่งมวลชนให้ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางในการเดินรถ เวลา และการบริการระหว่างเดินทาง หรือการแจ้งประกาศต่าง ๆ บนป้ายประกาศของเทศบาล กล่าวได้ว่าหน้าที่ในการให้ข้อมูลมีจุดประสงค์เพื่อให้ประชาชนรับรู้รายละเอียดต่าง ๆ นอกจากนี้ Landry & Bourhis (1997) ยังกล่าวอีกว่าการที่มีภาษาใดก็ตามปรากฏในที่สาธารณะและทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลย่อม หมายถึง เจ้าของภาษาหรือผู้ที่รู้ภาษานั้น ๆ จะได้รับการบริการจากภาครัฐและภาคเอกชนที่ใช้ภาษาดังกล่าว และหากมีภาษาหลายภาษาปรากฏร่วมกันและทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลเช่นเดียวกัน มักจะมีภาษาหนึ่งที่มีความโดดเด่นหรือมีสถานภาพสูงที่สุดในการให้ข้อมูล

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ประการที่ 2 คือ หน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic function) หมายถึง ภาษาที่ปรากฏในที่สาธารณะมีผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้คนที่อยู่ในสังคมการใช้ภาษาสองภาษา (Bilingual) หรือสังคมพหุภาษา (Multilingual) กล่าวได้ว่าภาษาใดก็ตามที่ปรากฏอยู่บนป้ายของหน่วยงานราชการจะแสดงออกถึงคุณค่าและสถานภาพที่เหนือกว่าภาษาอื่น ๆ นอกจากคุณค่าและสถานภาพของภาษาแล้ว หน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์ยังถูกใช้ในบริบทต่าง ๆ ในพื้นที่ อีกเช่นกันเช่น การใช้ภาษาต่างประเทศเพื่อแสดงออกถึงรสนิยม เชื้อชาติ หรือเพื่อแสดงการมีตัวตนอยู่ในสังคมของกลุ่มชาติพันธุ์ (Ethnic group identity)