

ภูมิทัศน์ทางภาษาและอัตลักษณ์ชายฝั่งที่สะท้อนผ่านชื่อร้านอาหาร
ในพื้นที่บางแสน-อ่างศิลา จังหวัดชลบุรี ประเทศไทย

Linguistic Landscape and Coastal Identity Reflected in Restaurant Names:
A Study of Bangsaen–Ang Sila, Chon Buri, Thailand

ขจิตา ศรีพุ่ม (Khajita Sripoom)

อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
Lecturer, Department of Thai Language, Faculty of Humanities and Social Sciences Burapha University

จิตตภา สารพัฒน์ (Chittapa Sarapadnuke Chaipunya)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
Assistant Professor Dr., Department of Thai Language, Faculty of Humanities and Social Sciences
Burapha University

E-mail: chittapa@go.buu.ac.th

Received: March 30, 2026, Revised: May 11, 2026, Accepted: June 10, 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษารูปแบบการใช้ภาษาของชื่อร้านอาหาร 2. วิเคราะห์ลักษณะความหมายที่ปรากฏในชื่อร้านอาหาร และ 3. วิเคราะห์การสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ชายฝั่งชุมชนบางแสน-อ่างศิลาผ่านการตั้งชื่อร้านอาหาร พื้นที่ศึกษาได้แก่บริเวณชายฝั่งบางแสน ตำบลแสนสุข และตำบลอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี ข้อมูลที่ศึกษาได้แก่ป้ายชื่อร้านอาหารโดยวิธีการสำรวจภาคสนาม รวมจำนวน 108 ชื่อร้านอาหาร และวิเคราะห์ข้อมูลตามกรอบแนวคิดภูมิทัศน์ทางภาษาในลักษณะการพรรณนาวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการใช้ภาษาของชื่อร้านอาหารสามารถจำแนกได้เป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ 1. ภาษาไทย 2. ภาษาอังกฤษ 3. ภาษาแบบผสม และ 4. ภาษาต่างประเทศอื่น ในด้านความหมาย พบว่าลักษณะความหมายของชื่อร้านอาหารในพื้นที่บางแสน-อ่างศิลาสื่อถึงความหมาย 6 หมวดความหมาย ได้แก่ 1. ชื่อที่สื่อถึงชื่อเฉพาะของเจ้าของร้านหรือชื่อเฉพาะของร้าน 2. ชื่อที่สื่อถึงพื้นที่ชายฝั่งทะเลบางแสน-อ่างศิลา และลักษณะภูมิประเทศชายฝั่ง 3. ชื่อที่สื่อถึงวัตถุดิบอาหารที่มาจากทะเล 4. ชื่อที่สะท้อนภาพลักษณ์ความทันสมัยของคาเฟ่ 5. ชื่อที่สื่อถึงบรรยากาศการพักผ่อนและการท่องเที่ยว และ 6. ชื่อที่สะท้อนวัฒนธรรมอาหารต่างชาติ ขณะที่ในด้านอัตลักษณ์ชายฝั่งทะเลพบว่าการปรากฏอัตลักษณ์ 4 อัตลักษณ์ ได้แก่ 1. อัตลักษณ์ของชุมชนชายทะเลและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม 2. อัตลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยวชายทะเล 3. อัตลักษณ์ของเมืองมหาวิทยาลัย วัฒนธรรมคนรุ่นใหม่ และการผสมผสานกับอัตลักษณ์ดั้งเดิม และ 4. อัตลักษณ์ของสังคมพหุวัฒนธรรม งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า ชื่อร้านอาหารเป็นระบบสัญลักษณ์ทางภาษาที่มีบทบาทในการประกอบสร้างภาพแทนของพื้นที่ และสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างภาษา วัฒนธรรม และเศรษฐกิจในบริบทสังคมไทยร่วมสมัย

คำสำคัญ: ภูมิทัศน์ทางภาษา อัตลักษณ์ชายฝั่งทะเล ชื่อร้านอาหาร บางแสน อ่างศิลา

Abstract

This research aimed to: 1) examine the linguistic forms used in restaurant names, 2) analyze the semantic meanings reflected in restaurant names, and 3) investigate the representation of coastal identity in the communities of Bangsaen–Ang Sila through restaurant naming practices. The study areas included the coastal zones of Bangsaen in Saensuk Subdistrict and Ang Sila Subdistrict, Chonburi Province, Thailand. The data consisted of 108 restaurant signboards collected through field surveys and were analyzed using the conceptual framework of linguistic landscape through descriptive analytical methods. The findings revealed that the linguistic forms of restaurant names could be classified into four categories: 1) Thai language, 2) English language, 3) mixed language forms, and 4) other foreign languages. In terms of semantic meanings, the restaurant names in the Bangsaen–Ang Sila area reflected six semantic categories: 1) names referring to the owners or specific restaurant names, 2) names associated with coastal areas and coastal landscapes, 3) names related to seafood ingredients, 4) names reflecting the modern image of cafés, 5) names conveying leisure and tourism atmospheres, and 6) names representing foreign food cultures. Regarding coastal identity, the study identified four major identities reflected through restaurant naming: 1) the identity of coastal communities and traditional ways of life, 2) the identity of a seaside tourism city, 3) the identity of a university town, youth culture, and the integration of modernity with traditional identity, and 4) the identity of a multicultural society. The study demonstrates that restaurant names function as a linguistic semiotic system that plays a significant role in constructing representations of place and reflecting the interrelationship among language, culture, and economy within the context of contemporary Thai society.

Keywords: Linguistic Landscape, Coastal Identity, Restaurant Names, Bangsaen, Ang Sila

บทนำ

พื้นที่ชายฝั่งทะเลบางแสน-อ่างศิลา จังหวัดชลบุรี มีความต่อเนื่องทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ โดยเริ่มจากพื้นที่ชายฝั่งตอนเหนือบริเวณ อ่างศิลา ซึ่งเป็นชุมชนประมงเก่าแก่และแหล่งค้าอาหารทะเลสด เชื่อมต่อผ่านแหล่งท่องเที่ยวสำคัญคือเขาสามุข และมุ่งสู่ชายหาดบางแสนโดยเชื่อมต่อกับถนนบางแสนสาย 1 ซึ่งทำหน้าที่เป็นแกนกลางทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเลียบชายหาดที่ยาวต่อเนื่องกัน ผ่านวงเวียนบางแสนลงไปจนถึงหาดวอนนภาทางทิศใต้ การเชื่อมโยงเชิงพื้นที่นี้ส่งผลให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวประมงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสมัยใหม่ ก่อให้เกิดพลวัตทางสังคมที่สะท้อนออกมาในรูปของภูมิทัศน์ทางภาษา (Linguistic Landscape) ผ่านการตั้งชื่อร้านอาหาร คาเฟ่ และสถานบันเทิงตลอดแนวชายฝั่ง ซึ่งไม่เพียงแต่ทำหน้าที่เป็นป้ายบอกทางหรือข้อมูลทางธุรกิจเท่านั้น หากแต่ยังเป็นภาพตัวแทนของอัตลักษณ์ชายฝั่งที่ผสมผสานระหว่างความเป็นท้องถิ่นกับกระแสโลกาภิวัตน์ได้อย่างเด่นชัด

ชายหาดบางแสน ตั้งอยู่ในตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมเนื่องจากตั้งอยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร ประวัติความเป็นมาเริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2486 เมื่อจอมพล ป. พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรีในขณะนั้น

มีนโยบายจัดสร้างสถานตากอากาศและบ้านรับรองรัฐบาล โดยในช่วงแรกดำเนินการโดยบริษัทแสนสำราญ จึงใช้ชื่อว่า “สถานตากอากาศแสนสำราญ” ต่อมาในปี พ.ศ. 2503 สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลได้รับโอนกิจการไปดูแลและเปลี่ยนชื่อเป็น “สถานตากอากาศบางแสน” ปัจจุบันพื้นที่ดังกล่าวได้รับการพัฒนาจนเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่ครบวงจร ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก และร้านอาหารจำนวนมากตลอดแนวชายฝั่ง (เทศบาลเมืองแสนสุข, 2556) บางแสนเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้วยร้านอาหารทะเลสดใหม่และบริการที่หลากหลาย ซึ่งตอบโจทย์นักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย ด้วยทัศนียภาพที่แตกต่างกันไปในแต่ละทำเล ทำให้บางแสนเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (สำนักงานเทศบาลเมืองแสนสุข, 2553)

เมื่อลองพิจารณาชื่อร้านอาหารในเขตบางแสน-อ่างศิลาในเบื้องต้น ผู้วิจัยพบว่าชื่อร้านค้าต่าง ๆ ถูกตั้งขึ้นที่น่าสนใจ เพราะมีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์บางอย่างที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นชุมชนชายฝั่งทะเลได้อย่างดี เช่น ชื่อร้านอาหาร ครั้วประมง, เชียงปลาทะเล, โพทะเลหลวง ที่แสดงถึงความเป็นเมืองชายทะเลและแหล่งอาหารทะเล ชื่อร้านอาหาร ชมวิวซีฟู้ด, ครั้วริมทะเลซีฟู้ด, ชายทะเล และ VIEW DEE relax & restaurant ซึ่งสะท้อนว่าการนั่งรับประทานอาหารทะเลพร้อมชมบรรยากาศชายฝั่งยังคงเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจของการมาท่องเที่ยวที่นี่ หรือจะเป็นชื่อร้านคาเฟ่ เช่น ร้าน ARTORY café & crafts, Click Café, Rico beach ที่สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นแหล่งท่องเที่ยวสมัยใหม่ที่ดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยววัยรุ่นผู้ที่ชื่นชอบการดื่มกาแฟ ชมทะเล และถ่ายภาพ

นอกจากนี้ยังพบว่ามีความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่สะท้อนผ่านชื่อร้านอาหารในย่านบางแสน-อ่างศิลา เช่น ชื่อร้านอาหารญี่ปุ่น GACHI GACHI IZAKAYA หรือ ชื่อร้านอาหารสไตล์เกาหลี เช่น ร้าน So Maek bangsaen, Yeongwon by yahatam และร้านอาหารตะวันตกหรือบาร์สมัยใหม่ที่มีอยู่มากมายในเมืองบางแสน ชื่อร้านเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นอัตลักษณ์บางอย่างของแหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลแห่งนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาว่าชื่อร้านอาหารในบริเวณทะเลบางแสน-อ่างศิลาแสดงให้เห็นวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของชุมชนเมืองชายฝั่งทะเลบางแสน-อ่างศิลาอย่างไร โดยศึกษาถ้อยคำที่ใช้ในการตั้งชื่อร้านอาหารผ่านแนวคิดภูมิทัศน์ทางภาษาและอัตลักษณ์ชุมชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการใช้ภาษาของชื่อร้านอาหารในพื้นที่ชายฝั่งทะเล บางแสน-อ่างศิลา จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาลักษณะความหมายที่ปรากฏในชื่อร้านอาหารในพื้นที่ชายฝั่งทะเล บางแสน-อ่างศิลา จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อวิเคราะห์การสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนบางแสนผ่านการตั้งชื่อร้านอาหารในพื้นที่ชายฝั่งทะเล บางแสน-อ่างศิลา จังหวัดชลบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กำหนดพื้นที่ศึกษา พื้นที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้คือบริเวณริมชายฝั่งทะเลบางแสน ตำบลแสนสุข และริมชายฝั่งทะเลตำบลอ่างศิลา อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่มีร้านอาหารและร้านเครื่องดื่มจำนวนมาก
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากป้ายชื่อร้านอาหารที่ปรากฏในพื้นที่บางแสน-อ่างศิลา ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงมีนาคม พ.ศ. 2569 โดยใช้วิธีการสำรวจภาคสนามและบันทึกภาพป้ายชื่อร้านอาหารที่ปรากฏในขอบเขตของกลุ่มประชากร โดยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ถ่ายภาพพร้อมทั้งจดบันทึกข้อความที่ปรากฏบนป้ายชื่อร้านอาหาร ทั้งนี้ชื่อร้านอาหารหมายถึงร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม คาเฟ่ ร้านสะดวกซื้อ และร้านอาหารที่มีป้ายชื่อร้านปรากฏชัดเจน (ไม่รวมป้ายชื่อร้านที่เป็นป้ายตั้งเคลื่อนย้ายได้ เช่น ไวนิลตั้งพื้นหรือมีล้อเลื่อน เป็นต้น) เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ จำนวนทั้งสิ้น 108 ชื่อร้าน มีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1.) ประชากรป้ายชื่อร้านอาหารที่ปรากฏข้างทางถนนบางแสนสาย 1 ซึ่งเป็นถนนเลียบริมชายหาดบางแสน ต่อเนื่องไปถึงหาดวอนนภาซึ่งเป็นถนนเลียบริมชายหาดบางแสน โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากบริเวณจุดเริ่มต้นที่วงเวียนบางแสน ไปจนถึงสะพานปลาหาดวอนนภา มีจำนวน 74 ชื่อร้าน 2.) ประชากรป้ายชื่อร้านอาหารที่ปรากฏข้างทางถนนทางหลวงหมายเลข 3134 ซึ่งเป็นเส้นทางหลักที่ใช้เดินทางไปหาดบางแสน เขาสามมุข และย่านชุมชนอ่างศิลา-บางแสน ซึ่งเชื่อมต่อจากแยกอ่างศิลา (บนถนนสุขุมวิท) มุ่งหน้าไปตามเส้นทางเพื่อไปยังเขาสามมุขและบางแสน โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างมาจากบริเวณที่มีจุดเริ่มต้นที่ติดกับชายฝั่งทะเล ซึ่งเริ่มต้นบริเวณโค้งสะพานปลาอ่างศิลาลงถึงหาดบางแสน มีจำนวน 34 ชื่อร้าน

3. หน่วยวิเคราะห์ข้อมูล หน่วยวิเคราะห์ในการศึกษานี้คือหน่วยภาษาที่ได้จากชื่อร้านอาหารที่ปรากฏบนป้ายร้านอาหารในพื้นที่การวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำชื่อร้านอาหารที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดทฤษฎีทางภาษาของ Landry & Bourhis (1997) โดยพิจารณา (1) รูปแบบการใช้ภาษาในชื่อร้านอาหาร (2) ลักษณะความหมายของชื่อร้านอาหารที่ประกอบขึ้นจากหน่วยภาษาระดับคำ และ (3) วิเคราะห์การสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนบางแสนผ่านชื่อร้านอาหารเพื่อให้เห็นอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ชายฝั่งทะเล

5. การนำเสนอผลการวิจัย ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ในลักษณะการพรรณนาวิเคราะห์ (descriptive analysis) พร้อมยกตัวอย่างชื่อร้านอาหารที่ปรากฏในพื้นที่ศึกษาเพื่อประกอบการอธิบาย

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเรื่องภูมิทัศน์ทางภาษา (Linguistic Landscape) เป็นแนวคิดสำคัญในสาขาภาษาศาสตร์สังคม ซึ่งเสนอโดย Landry & Bourhis (1997) โดยอธิบายว่า ภูมิทัศน์ทางภาษาหมายถึงการปรากฏของภาษาในพื้นที่สาธารณะ เช่น ป้ายถนน ป้ายชื่อสถานที่ ป้ายโฆษณา ป้ายร้านค้า และป้ายของหน่วยงานรัฐ ภาษาเหล่านี้ที่ปรากฏในพื้นที่เดียวกันสะท้อนให้เห็นโครงสร้างทางสังคม สถานะของภาษา และความสัมพันธ์เชิงอำนาจของกลุ่มภาษาต่าง ๆ ในสังคม นอกจากนี้ ภูมิทัศน์ทางภาษายังมีบทบาทสำคัญในการแสดงอัตลักษณ์ทางภาษาและวัฒนธรรมของชุมชนในพื้นที่นั้น ๆ

ในการศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษา นักวิจัยมักเก็บข้อมูลจากป้ายหรือข้อความในพื้นที่สาธารณะ จากนั้นจึงวิเคราะห์ประเภทของป้าย เช่น ป้ายที่มาจากหน่วยงานรัฐ (top-down signs) และป้ายที่มาจากภาคเอกชนหรือบุคคลทั่วไป (bottom-up signs) รวมทั้งวิเคราะห์รูปแบบการใช้ภาษา เช่น จำนวนภาษา ลำดับภาษา ขนาดตัวอักษร และความเด่นของภาษาในป้าย เพื่อทำความเข้าใจบทบาทของภาษาในบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของพื้นที่ศึกษา (Landry & Bourhis, 1997)

การศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาในประเทศไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาได้มุ่งวิเคราะห์ภาษาที่ปรากฏในพื้นที่สาธารณะ เช่น ป้ายร้านค้า ป้ายธุรกิจ และป้ายบริการต่าง ๆ เพื่อสะท้อนการใช้ภาษาในบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของพื้นที่ โดยงานวิจัยหลายเรื่องพบแนวโน้มคล้ายคลึงกันคือการใช้ภาษาไทยควบคู่กับภาษาอังกฤษบนป้ายธุรกิจและป้ายสาธารณะ เพื่อสื่อสารกับผู้บริโภคในพื้นที่และสร้างภาพลักษณ์สากล โดยเฉพาะในพื้นที่เมืองหรือแหล่งท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น การศึกษาการใช้ภาษาบนป้ายธุรกิจในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ของเทียมแข ประมวล และ ดุจฉัตร จิตบรรจง (2566) พบว่าภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักที่ปรากฏบนป้าย โดยภาษาอังกฤษมักถูกใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ความทันสมัยและดึงดูดลูกค้า ขณะเดียวกันงานวิจัยเพื่อศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาของชุมชนเมืองเอกรังสิต จังหวัดปทุมธานี ของนภัสสร ปลื้มสุทธิ และคณะ (2566) พบว่าป้ายในพื้นที่ส่วนใหญ่ใช้ภาษาไทยร่วมกับภาษาอังกฤษซึ่งสะท้อนลักษณะของชุมชนเมืองและการติดต่อกับสังคมสากล นอกจากนี้ การศึกษาชื่อธุรกิจในซอยหัวหิน 72 ซึ่งเป็นพื้นที่

ท่องเที่ยวสำคัญ ของรุ่งทิวา สุภานันท์ และคณะ (2567) ยังพบว่าภาษาอังกฤษถูกนำมาใช้ควบคู่กับภาษาไทย อย่างแพร่หลายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติและสร้างภาพลักษณ์ความเป็นสากล สอดคล้องกับการศึกษาป้ายธุรกิจ บริเวณหาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี ของหนึ่งฤทัย เสียมทอง และ ดิอนา คาซา (2568) ซึ่งพบว่าการใช้ภาษาไทยร่วมกับ ภาษาอังกฤษบนป้ายธุรกิจสะท้อนบทบาทของพื้นที่ในฐานะแหล่งท่องเที่ยวและเศรษฐกิจบริการ

จะเห็นได้ว่ามีนักวิจัยให้ความสนใจที่ศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจในเขตพื้นที่ต่าง ๆ โดย ผลการศึกษามักเป็นไปในด้านการแสดงปรากฏการณ์การใช้ภาษาไทยควบคู่กับภาษาต่างประเทศที่สะท้อนบทบาทของ ภาษาในด้านต่าง ๆ สำหรับงานวิจัยเรื่องนี้จะใช้แนวคิดภูมิทัศน์ทางภาษาเพื่อศึกษาให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของชุมชนชายฝั่ง ทะเลในพื้นที่ตำบลบางแสน-อ่างศิลาว่าชื่อป้ายธุรกิจร้านอาหารได้สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนชายฝั่งทะเลบางแสนอย่างไร

อัตลักษณ์ชุมชน หมายถึง ลักษณะเฉพาะหรือความเป็นตัวตนของชุมชนที่เกิดจากการหล่อหลอมของประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ภาษา ความเชื่อ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งทำให้ชุมชนนั้นมีความแตกต่างและสามารถจำแนกออกจาก ชุมชนอื่นได้ อัตลักษณ์ชุมชนจึงเป็นผลจากกระบวนการทางสังคมและวัฒนธรรมที่สมาชิกในชุมชนร่วมกันสร้างและยอมรับ โดยมีบทบาทสำคัญในการสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของ ความผูกพัน และความภาคภูมิใจในชุมชนของตน (Hall, 1996) ในทางแนวคิด "อัตลักษณ์" ไม่ได้เป็นสิ่งที่คงที่ แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างและเปลี่ยนแปลงได้ตามบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ทั้งยังเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อความหมายและการนำเสนอภาพลักษณ์ของชุมชนต่อสังคมภายนอก (Hall, 1996 and Jenkins, 2008) นอกจากนี้ อัตลักษณ์ชุมชนยังสะท้อนผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น ภาษา อาหาร พื้นถิ่น ประเพณี สถาปัตยกรรม หรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอก ความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ (Cohen, 1985) ดังนั้น อัตลักษณ์ชุมชนจึงเป็นแนวคิดสำคัญในการศึกษาสังคม วัฒนธรรม และการสื่อสารในพื้นที่ เนื่องจากช่วยอธิบายว่าชุมชนหนึ่ง ๆ นิยามความเป็นตัวตนของตนอย่างไร และนำเสนออัตลักษณ์ นั้นผ่านสัญลักษณ์หรือการปฏิบัติทางวัฒนธรรมรูปแบบต่าง ๆ

จากการทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชนในประเทศไทย พบว่านักวิชาการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ กับการศึกษาลักษณะเฉพาะของพื้นที่ที่เกิดจากการสั่งสมทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ภาษา และภูมิปัญญา ท้องถิ่น ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สะท้อนความเป็นตัวตนของชุมชน และสามารถนำมาใช้เป็นฐานในการพัฒนาชุมชน และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ งานของ ปณต อัสวชัย (2565) เรื่อง อัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์แบบยั่งยืนของอำเภอไชโย จังหวัดอ่างทอง แสดงให้เห็นว่าอัตลักษณ์ของชุมชน อำเภอไชโย จังหวัดอ่างทอง ก่อรูปจากมิติทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และศาสนสถานสำคัญของท้องถิ่น ซึ่งสามารถ นำมาใช้พัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์แบบยั่งยืน ขณะที่ จริยาวัฒน์ โลหะพุนตระกูล (2565) ชี้ให้เห็นว่า การศึกษาและการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชน เช่น ประเพณีและวิถีชีวิต มีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้และส่งเสริม การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน นอกจากนี้ คมกฤษ บุญเขียว (2566) ยังพบว่าอัตลักษณ์วัฒนธรรมของชุมชนไทยวน สะท้อนผ่านภาษา อาหาร และภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นทุนทางวัฒนธรรมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมของชุมชนได้

เมื่อพิจารณาร่วมกันจะเห็นได้ว่างานวิจัยที่ผ่านมาให้ความสำคัญกับการค้นหาและอธิบายองค์ประกอบของอัตลักษณ์ ชุมชนในมิติทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของผู้คนในพื้นที่เป็นหลัก โดยมุ่งเน้นการนำอัตลักษณ์ดังกล่าวไปใช้ เป็นฐานในการพัฒนาชุมชนและการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม งานวิจัยส่วนใหญ่ยังมุ่งอธิบายอัตลักษณ์ในเชิงองค์ประกอบ ของวัฒนธรรมและการพัฒนาเป็นสำคัญ

ดังนั้น งานวิจัยของผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาการสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนชายฝั่งทะเลผ่านภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่ โดยให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ทางกายภาพ วิถีชีวิตของผู้คน และความหมายทาง

วัฒนธรรมที่ปรากฏในชุมชน ซึ่งจะช่วยให้เห็นภาพของอัตลักษณ์ชุมชนในมิติที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ทั้งในด้านประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และความหมายเชิงสัญลักษณ์ของพื้นที่ อันจะนำไปสู่ความเข้าใจอัตลักษณ์ของชุมชนในฐานะภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมที่สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างคน สถานที่ และวัฒนธรรมของชุมชนอย่างเป็นองค์รวม โดยงานวิจัยนี้ศึกษาผ่านภูมิทัศน์ทางภาษาที่ปรากฏในการตั้งชื่อร้านอาหาร

การตั้งชื่อร้านอาหารเป็นส่วนหนึ่งของการตั้งชื่อเชิงพาณิชย์ (commercial naming) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการสื่อความหมาย การสร้างภาพลักษณ์ และการดึงดูดลูกค้าในเชิงการตลาด ชื่อร้านมักสะท้อนลักษณะของอาหาร แหล่งที่มา วัฒนธรรม หรือเอกลักษณ์ของพื้นที่ รวมทั้งอาจใช้ภาษาเชิงสัญลักษณ์เพื่อสร้างความจดจำให้กับผู้บริโภค งานศึกษาด้านการตั้งชื่อในทางภาษาศาสตร์หรือศาสตร์ว่าด้วยชื่อ อธิบายว่าการตั้งชื่อธุรกิจเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงภาษา วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของผู้ประกอบการและชุมชน

ในมุมมองของภูมิทัศน์ทางภาษา การตั้งชื่อร้านอาหารหรือร้านค้าที่เป็นส่วนหนึ่งของข้อความที่ปรากฏในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งสามารถสะท้อนสถานะของภาษา อัตลักษณ์ และบริบททางสังคมของพื้นที่ได้

แม้ว่างานวิจัยเกี่ยวกับภูมิทัศน์ทางภาษาในประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมาได้ให้ความสนใจศึกษาการใช้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายร้านค้าและป้ายธุรกิจในพื้นที่เมืองและแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อสะท้อนบทบาทของภาษาในบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของพื้นที่ แต่การศึกษาส่วนใหญ่มุ่งวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษา เช่น การใช้ภาษาไทยควบคู่กับภาษาอังกฤษ หรือความโดดเด่นของภาษาในป้ายธุรกิจเป็นสำคัญ ขณะที่การศึกษาที่ให้ความสำคัญกับ “ชื่อร้านอาหาร” ในฐานะสัญลักษณ์ทางภาษาและวัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน ยังมีอยู่ไม่มากนัก โดยเฉพาะในบริบทของพื้นที่ท่องเที่ยวชายทะเลซึ่งมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและรูปแบบธุรกิจบริการ

นอกจากนี้ แม้ว่าจะมีงานวิจัยเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชนในบริบทของวัฒนธรรม วิถีชีวิต และการท่องเที่ยวของชุมชนไทยอยู่จำนวนหนึ่ง แต่การศึกษาที่เชื่อมโยงแนวคิด ภูมิทัศน์ทางภาษาเข้ากับการวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนผ่านการตั้งชื่อธุรกิจหรือร้านอาหาร ยังมีปรากฏค่อนข้างจำกัด โดยเฉพาะในพื้นที่เมืองท่องเที่ยวสำคัญอย่างบางแสนและอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการเติบโตของธุรกิจร้านอาหารและคาเฟ่อย่างต่อเนื่อง และมีความหลากหลายทางภาษาและวัฒนธรรมที่สะท้อนผ่านชื่อร้านจำนวนมาก

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่พื้นที่บริเวณริมชายฝั่งทะเลบางแสน ตำบลแสนสุข และตำบลอ่างศิลา อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จึงขอกล่าวถึงลักษณะเชิงพื้นที่ของบางแสน-อ่างศิลา ดังนี้

พื้นที่ชายฝั่งทะเลในจังหวัดชลบุรี โดยเฉพาะบริเวณตำบลบางแสน และ ตำบลอ่างศิลา มีพัฒนาการทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ชายฝั่งจากชุมชนดั้งเดิมสู่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศ ชายหาดบางแสนในระยะแรกยังมีได้มีบทบาทเป็นแหล่งท่องเที่ยว จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2486 ภายใต้นโยบายของรัฐบาลในสมัย จอมพล ป. พิบูลสงคราม ได้มีการพัฒนาเป็นสถานตากอากาศของรัฐ พร้อมทั้งก่อสร้างที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับข้าราชการและผู้มาเยือน ส่งผลให้บางแสนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่สำคัญ และมีบทบาทโดดเด่นในฐานะพื้นที่พักผ่อนใกล้กรุงเทพมหานคร ภายใต้ภาพลักษณ์ “บางแสนดินแดนสุขี” (เทศบาลเมืองแสนสุข, 2556)

ในขณะที่อ่างศิลา ซึ่งเดิมเรียกว่า “อ่างหิน” เป็นชุมชนชายฝั่งที่มีลักษณะภูมิประเทศเฉพาะตัวและมีประวัติการเป็นแหล่งพักผ่อนมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 3 ได้พัฒนาอัตลักษณ์ของพื้นที่ผ่านวิถีชีวิตชุมชนประมงและการแปรรูปอาหารทะเล โดยเฉพาะการทำกะปิจากเคย ซึ่งสะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นในการถนอมอาหารและการดำรงชีวิตของชุมชนชายฝั่ง แม้ว่าทั้งสองพื้นที่จะมีจุดร่วมในฐานะพื้นที่พักผ่อนและมีทรัพยากรอาหารทะเลที่อุดมสมบูรณ์ แต่บางแสนมีลักษณะเด่นในเชิงการท่องเที่ยวสมัยใหม่ ขณะที่อ่างศิลายังคงรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนดั้งเดิมผ่านกิจกรรมทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม

ท้องถิ่น (เทศบาลเมืองอ่างศิลา, 2563) ความสัมพันธ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความต่อเนื่องและความหลากหลายของภูมิทัศน์วัฒนธรรมชายฝั่งซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการศึกษาการสร้าง ความหมายและอัตลักษณ์ของพื้นที่ผ่านภาษาในบริบทสังคมร่วมสมัย

จากความเป็นมาและความสำคัญข้างต้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาชื่อร้านอาหารในพื้นที่ชายฝั่งทะเลบางแสน ได้แก่พื้นที่บางแสน-อ่างศิลาผ่านแนวคิดภูมิทัศน์ทางภาษา เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการใช้ภาษาและความหมายที่ปรากฏในชื่อร้านอาหาร รวมทั้งทำความเข้าใจว่าการตั้งชื่อร้านอาหารในพื้นที่ดังกล่าวสะท้อน อัตลักษณ์ของชุมชนชายฝั่งทะเลบางแสนในฐานะแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลและเมืองท่องเที่ยวร่วมสมัย เพื่อจะช่วยเหลือเติมเต็มองค์ความรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างภาษา ธุรกิจบริการ และอัตลักษณ์ของพื้นที่ในบริบทของสังคมไทย

ผลการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษารูปแบบการใช้ภาษาของชื่อร้านอาหารในพื้นที่บางแสน-อ่างศิลา

ผลการศึกษาแบบการใช้ภาษาของชื่อร้านอาหารในพื้นที่บางแสน-อ่างศิลา พบว่า การตั้งชื่อร้านอาหารในพื้นที่บางแสน-อ่างศิลา มีความหลากหลายทางภาษา และสามารถจำแนกรูปแบบการใช้ภาษาได้ 4 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1. การใช้ภาษาไทย 2. การใช้ภาษาอังกฤษ 3. การใช้ภาษาแบบผสม 4. การใช้ภาษาต่างประเทศอื่น เช่น ภาษาญี่ปุ่นและภาษาเกาหลี โดยแสดงในตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการศึกษารูปแบบการใช้ภาษาของชื่อร้านอาหารในพื้นที่บางแสน

รูปแบบ	จำนวน (ชื่อ)	ร้อยละ
1. การใช้ภาษาไทย	57	52.78
2. การใช้ภาษาอังกฤษ	34	31.48
3. การใช้ภาษาแบบผสม	13	12.04
4. การใช้ภาษาต่างประเทศอื่น	4	3.70

รูปแบบการใช้ภาษาที่ปรากฏสะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างภาษา การพาณิชย์ และบริบททางสังคมวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยวชายทะเล ซึ่งทำให้ชื่อร้านอาหารมีได้ทำหน้าที่เพียงเป็นป้ายระบุสถานประกอบการเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของพื้นที่ กลุ่มเป้าหมายของผู้บริโภค และภาพลักษณ์ทางธุรกิจของร้านอาหารในพื้นที่บางแสน-อ่างศิลา ดังนี้

1. การใช้ภาษาไทย

ชื่อร้านอาหารจำนวน 57 ชื่อ หรือร้อยละ 52.7 ใช้ภาษาไทยทั้งหมดในการตั้งชื่อ โดยมักใช้คำที่เกี่ยวข้องกับอาหารทะเล ลักษณะของพื้นที่ หรือคำที่ให้ความรู้สึกเป็นกันเองแบบร้านอาหารท้องถิ่น เช่น ครั้วประมง, เชียงปลาทะเล, ชายทะเล, ครั้วริมทะเลซีฟู้ด, ชมวิวซีฟู้ด, พลอยแซ่บซีฟู้ด, ทรัพย์ศิลาทองซีฟู้ด, มังกี้ซีฟู้ด, ยะยาร์ ซีฟู้ด, ครั้ววิวะทะเลซีฟู้ด, ลุงนาค, ร้านกินปู เจ้ต้อ, ชายทะเล, ร้านอาหารวอนนภา, เป็ยกมันทะเล, กุ้งสด ปูเป็น ซีฟู้ด, ครั้วมุขประมง, วิเชียรโภชนาการ, ริมทะเลซีฟู้ด, ครั้วซุ้มทะเลซีฟู้ด, โอ้ล๊อค 33 อาหารทะเล เป็นต้น

ลักษณะการใช้ภาษาไทยในชื่อร้านอาหารมักปรากฏในร้านอาหารทะเลหรือร้านอาหารพื้นถิ่น ซึ่งสะท้อนการสื่อสารกับกลุ่มผู้บริโภคชาวไทยเป็นหลัก ขณะเดียวกันคำที่เลือกใช้ยังสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและภูมิทัศน์ของพื้นที่ชายฝั่งโดยคำที่ปรากฏบ่อย เช่น “ทะเล” “ซีฟู้ด” “ครั้ว” “ชายทะเล” หรือ “ปลา” เป็นคำที่เชื่อมโยงกับ

ทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชีวิตของชุมชนชายทะเล การใช้คำเหล่านี้จึงทำหน้าที่สร้างภาพจำของสถานที่ให้ผู้บริโภครับรู้ถึงลักษณะของพื้นที่และประเภทอาหารของร้านได้ทันที

นอกจากนี้ การใช้คำภาษาไทยที่มีลักษณะเรียบง่ายและเป็นกันเองยังสะท้อนรูปแบบธุรกิจอาหารท้องถิ่นที่เน้นบรรยากาศแบบครอบครัวหรือร้านอาหารพื้นบ้าน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวชายทะเลของบางแสนที่ยังคงความเป็นชุมชนดั้งเดิมควบคู่กับการพัฒนาการท่องเที่ยว

2. การใช้ภาษาอังกฤษ

ชื่อร้านอาหารจำนวน 34 ชื่อ หรือร้อยละ 31.48 ใช้ภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อร้านอาหารหรือร้านคาเฟ่ โดยมักพบในร้านที่มีลักษณะเป็นคาเฟ่ ร้านเครื่องดื่ม หรือร้านอาหารสมัยใหม่ เช่น Click Café, Rico Beach, Meeting Café, Milk Mountain, Red Diamond, Green House, Brew Bar, Z Bar (club & bistro), Green House, Mr. Brown, AUSTIN CAFE, VIEW DEE relax & restaurant เป็นต้น

การใช้ภาษาอังกฤษสะท้อนแนวโน้มของธุรกิจร้านอาหารที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ของร้านให้มีความทันสมัยสากล และสอดคล้องกับวัฒนธรรมคาเฟ่ที่ได้รับอิทธิพลจากตะวันตก ในเชิงภาษาศาสตร์การใช้ภาษาอังกฤษในป้ายชื่อร้านสามารถทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ของความทันสมัยและความเป็นสากลซึ่งช่วยสร้างภาพลักษณ์ของร้านให้ดูร่วมสมัยและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้บริโภครุ่นใหม่

นอกจากนี้ การใช้ภาษาอังกฤษยังสะท้อนบทบาทของพื้นที่ชายฝั่งบางแสนในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่มีผู้มาเยือนหลากหลายกลุ่ม ทั้งนักท่องเที่ยว นักศึกษา และชาวต่างชาติ ภาษาอังกฤษจึงทำหน้าที่เป็นภาษากลางในการสื่อสารที่ช่วยให้ชื่อร้านสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้างมากขึ้น

3. การใช้ภาษาแบบผสม

ชื่อร้านอาหารจำนวน 13 ชื่อ หรือร้อยละ 12.04 ใช้ชื่อร้านแบบการผสมระหว่างภาษาไทยและภาษาอังกฤษในชื่อเดียวกัน ซึ่งเป็นลักษณะที่มักพบในพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น Moo-Pla-La PUB หมู ปลา ร้า ผับ ๑ บางแสน, Buff House บางแสน, 18 มงกุฎ Italian style by chef Golf, Mafin Buffet มาฟินบุฟเฟต์ทะเลเผา สาขาบางแสน, ชำ (Chum), THE SEA GARDEN เดอะซีการ์เด้น, Searise อาหาเข้าบางแสน เป็นต้น

การผสมภาษาดังกล่าวสะท้อนลักษณะของภูมิทัศน์ภาษาในพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีการใช้ภาษาหลายภาษาในการสื่อสารสาธารณะ ในกรณีนี้ภาษาไทยมักถูกใช้เพื่อสื่อถึงความเป็นท้องถิ่นหรือเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ขณะที่ภาษาอังกฤษถูกใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ความทันสมัยและความเป็นสากลของร้าน รูปแบบการใช้ภาษาแบบผสมจึงไม่เพียงเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดเท่านั้น แต่ยังสะท้อนกระบวนการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นกับวัฒนธรรมสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างบางแสน

4. การใช้ภาษาต่างประเทศอื่น

ชื่อร้านอาหารจำนวน 4 ชื่อ หรือร้อยละ 3.70 มีการใช้ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ เช่น ภาษาญี่ปุ่นและภาษาเกาหลีในการตั้งชื่อร้านอาหาร เช่น GACHI GACHI IZAKAYA (ภาษาญี่ปุ่น), Nijihouse bangsaen (ภาษาญี่ปุ่น), (Yeong-won by yahatam (ภาษาเกาหลี), So Maek Bangsaen (ภาษาเกาหลี) เป็นต้น

การใช้ภาษาต่างประเทศเหล่านี้มักปรากฏในร้านอาหารที่นำเสนออาหารนานาชาติ เช่น ร้านอาหารญี่ปุ่นหรือร้านอาหารเกาหลี ซึ่งสะท้อนการขยายตัวของวัฒนธรรมอาหารต่างชาติในพื้นที่ท่องเที่ยว การตั้งชื่อร้านด้วยภาษาของประเทศต้นกำเนิดอาหารยังช่วยสร้างความรู้สึกของความเป็นต้นตำรับให้กับผู้บริโภค และช่วยสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจร้านอาหารในพื้นที่

โดยสรุป รูปแบบการใช้ภาษาของชื่อร้านอาหารในพื้นที่บางแสน-อ่างศิลา มีความหลากหลายและสามารถแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบหลัก ได้แก่ การใช้ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาแบบผสม และการใช้ภาษาต่างประเทศอื่น เช่น ญี่ปุ่น และเกาหลี รูปแบบการใช้ภาษาดังกล่าวสะท้อนลักษณะของบางแสน-อ่างศิลาในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและกลุ่มผู้บริโภค ภาษาไทยมักใช้เพื่อสื่อถึงความเป็นท้องถิ่นและความสัมพันธ์กับทรัพยากรชายทะเล ขณะที่ภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ช่วยสร้างภาพลักษณ์ความทันสมัยและความเป็นสากลของธุรกิจร้านอาหารในพื้นที่ จึงกล่าวได้ว่าชื่อร้านอาหารในพื้นที่บางแสนไม่เพียงเป็นเครื่องมือทางการตลาด แต่ยังเป็นส่วนหนึ่งของภูมิทัศน์ภาษา (linguistic landscape) ที่สะท้อนการผสมผสานระหว่างอัตลักษณ์ท้องถิ่นชายฝั่งทะเลกับวัฒนธรรมสมัยใหม่ในพื้นที่ท่องเที่ยวชายทะเลแห่งนี้

ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ศึกษาลักษณะความหมายของชื่อร้านอาหารในพื้นที่บางแสน-อ่างศิลา

การวิเคราะห์ความหมายของชื่อร้านอาหารใช้แนวคิดทฤษฎีของ Lyons, J. (1977) เกี่ยวกับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และการจัดกลุ่มทางความหมายของคำ (Association Analysis) ผลศึกษาลักษณะความหมายของชื่อร้านอาหารในพื้นที่บางแสน-อ่างศิลา พบว่า การตั้งชื่อร้านอาหารไม่ได้ทำหน้าที่เพียงระบุชื่อร้านเพื่อการจดจำเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการสื่อความหมายทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และอัตลักษณ์ของพื้นที่ชายฝั่งทะเลผ่านการเลือกใช้คำที่สะท้อนถึงพื้นที่ ลักษณะของสถานที่ ประเภทอาหาร บรรยากาศการบริโภค และภาพลักษณ์ของธุรกิจร้านอาหาร โดยจากการวิเคราะห์พบว่าชื่อร้านค้ามีการเลือกใช้คำหลายหมวดความหมายในชื่อเดียวจำนวนมาก ในเชิงภาษาศาสตร์ความหมายของชื่อร้านอาหารสามารถมองได้ว่าเป็นการสร้างภาพแทนของสถานที่ ซึ่งผู้ประกอบการใช้ภาษาเป็นกลไกในการสร้างความหมายเกี่ยวกับพื้นที่บางแสน-อ่างศิลาให้ปรากฏต่อสายตาของผู้บริโภค โดยจากการวิเคราะห์สามารถจำแนกลักษณะความหมายของชื่อร้านอาหารออกเป็น 6 กลุ่มสำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 2 ลักษณะความหมายของชื่อร้านอาหารในพื้นที่บางแสน-อ่างศิลา

ลักษณะความหมายของชื่อร้านอาหาร	จำนวน (ชื่อ)
1. ชื่อที่สื่อถึงชื่อเฉพาะของเจ้าของร้านหรือชื่อเฉพาะของร้าน	62
2. ชื่อที่สื่อถึงพื้นที่ชายฝั่งทะเลบางแสน-อ่างศิลา และลักษณะภูมิประเทศชายฝั่ง	35
3. ชื่อที่สื่อถึงวัตถุดิบอาหารที่มาจากทะเล	22
4. ชื่อที่สะท้อนภาพลักษณ์ความทันสมัยของคาเฟ่	15
5. ชื่อที่สื่อถึงบรรยากาศการพักผ่อนและการท่องเที่ยว	10
6. ชื่อที่สะท้อนวัฒนธรรมอาหารต่างชาติ	4

ลักษณะทางความหมายของชื่อร้านอาหารในพื้นที่บางแสน-อ่างศิลาเป็นการประกอบขึ้นจากหมวดคำในหมวดความหมายต่าง ๆ เพื่อสื่อถึงลักษณะต่าง ๆ จำแนกได้ 6 ลักษณะ ได้แก่

1. ชื่อที่สื่อถึงชื่อเฉพาะของเจ้าของร้านหรือชื่อเฉพาะของร้าน

ชื่อร้านอาหารจำนวน 62 ชื่อร้าน ซึ่งเป็นลักษณะที่พบมากที่สุด โดยใช้คำในหมวดความหมายคำชื่อเฉพาะ เพื่อสื่อถึงชื่อเฉพาะของร้าน หรือชื่อเจ้าของร้าน เช่น ครัวเจ๊น้อย, ร้านอาหารบ้านมณีชีฟูด, ภูภิรมย์ทะเล, ครัวเจ๊หนึ่ง, ครัวชมพู, พลอยแก้วชีฟูด, ลุงนาค, ร้านป่าไผ่อาหารทะเลสด, มงคลฟาร์ม เป็นต้น

การตั้งชื่อร้านอาหารโดยใช้ชื่อเจ้าของหรือชื่อเฉพาะของร้านเป็นรูปแบบการตั้งชื่อแบบดั้งเดิมที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน โดยชื่อดังกล่าวทำหน้าที่เป็นเครื่องหมายของความน่าเชื่อถือ อัตลักษณ์

บุคคล และความผูกพันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคซึ่งยังมีปรากฏอยู่เป็นจำนวนมากในพื้นที่บริเวณที่ศึกษา โดยเฉพาะบริเวณอ่างศิลา

2. ชื่อที่สื่อถึงพื้นที่ชายฝั่งทะเลบางแสน-อ่างศิลา และลักษณะภูมิประเทศชายฝั่ง

ชื่อร้านอาหารจำนวน 35 ชื่อ ซึ่งเป็นลักษณะที่พบรองลงมา โดยใช้คำในหมวดความหมายที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ทะเล บางแสน และอ่างศิลา และลักษณะบริเวณชายหาด หรือภูมิประเทศชายฝั่งในการตั้งชื่อ เช่น ใช้คำว่า ทะเล, วอน (มาจาก พื้นที่หาดวอนนภา), บางแสน, Beach, Sea ตัวอย่างชื่อร้านเช่น ชายทะเล, ครัวริมทะเลซีฟู้ด, Rico Beach, The Sea Restaurant และ Sea Bar Café, ร้านเจียบซีฟู้ดหาดวอน

การใช้คำที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ “ทะเล” หรือ “ชายฝั่ง” ทำหน้าที่สร้างความหมายเชิงพื้นที่ให้กับชื่อร้าน โดยเชื่อมโยงร้านอาหารเข้ากับภูมิทัศน์ของบางแสนซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่สำคัญของจังหวัดชลบุรี ชื่อร้านลักษณะนี้จึงช่วยสร้างภาพจินตนาการเกี่ยวกับพื้นที่ที่ตั้งของร้านอาหาร เป็นการบอกลักษณะตำแหน่งของร้านและทำหน้าที่เป็นกลไกในการสร้างประสบการณ์เชิงพื้นที่ให้ผู้บริโภคที่สัมพันธ์กับภูมิทัศน์ชายทะเลของบางแสนและอ่างศิลา

3. ชื่อที่สื่อถึงวัตถุดิบอาหารที่มาจากทะเล

ชื่อร้านอาหารจำนวน 22 ชื่อ ใช้คำในหมวดความหมายที่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบอาหารที่มาจากทะเล โดยเลือกใช้คำเช่น กุ้ง, หอยปลา, ปู, ซีฟู้ด, ทะเล (เพื่อสื่อถึงอาหารที่มาจากทะเล) เช่น ทรัพย์ศิลาทองซีฟู้ด, เซียงปลาทะเล, พลอยแซ่บซีฟู้ด, ติดหอย, บุฟเฟ่ต์ตก, Mafin Buffet มาฟินบุฟเฟ่ต์ทะเลเผา สาขาบางแสน, ร้านกินปูเจ็ดต่อ เป็นต้น

การตั้งชื่อร้านด้วยคำที่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบอาหารทะเลทำหน้าที่สื่อความหมายเชิงบ่งชี้ประเภทสินค้า กล่าวคือช่วยให้ผู้บริโภครับรู้ได้ทันทีว่าร้านนั้นจำหน่ายอาหารประเภทใด โดยเฉพาะอาหารทะเลซึ่งเป็นอาหารหลักที่สัมพันธ์กับภูมิประเทศชายฝั่ง นอกจากนี้ คำอย่าง “หอย” “ปลา” “ปู” หรือ “ซีฟู้ด” ยังสะท้อนความเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมทางเศรษฐกิจของพื้นที่กับทรัพยากรธรรมชาติ เนื่องจากชุมชนชายฝั่งมีประวัติความสัมพันธ์กับการประมง เช่น การออกเรือหาปลา ปู หรือการเลี้ยงหอยตามชายฝั่งทะเล และการบริโภคอาหารทะเลมาอย่างยาวนาน ชื่อร้านลักษณะนี้จึงสะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอาหารของชุมชนชายทะเลที่ยังคงปรากฏอยู่ในพื้นที่บางแสนและอ่างศิลา

4. ชื่อที่สะท้อนภาพลักษณ์ความทันสมัยของคาเฟ่

ชื่อร้านอาหาร ร้านคาเฟ่และร้านเครื่องดื่มจำนวน 15 ชื่อ ใช้คำในหมวดความหมายที่สื่อถึงภาพลักษณ์อันทันสมัยของคาเฟ่ โดยใช้ชื่อที่ให้ความรู้สึกทันสมัยตามวัฒนธรรมบริโภคนิยมที่กล่าวว่า ในสังคมบริโภคนิยม ผู้คนไม่ได้ซื้อเพราะจำเป็นเท่านั้น แต่ยังซื้อเพื่อแสดงตัวตน สร้างภาพลักษณ์ ทำให้รู้สึกทันสมัย และเพื่อเข้าสังคม จึงสะท้อนออกมาผ่านถ้อยคำในการตั้งชื่อร้าน เช่น Click Café, ARTORY café & crafts, Brew Bar, Brown Milk & Coffee Station, Meeting Café

ลักษณะการตั้งชื่อดังกล่าวสะท้อนอิทธิพลของวัฒนธรรมคาเฟ่ร่วมสมัย (modern café culture) ซึ่งเป็นรูปแบบธุรกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็วในแหล่งท่องเที่ยวและเมืองมหาวิทยาลัยอย่างบางแสน ชื่อร้านมักใช้คำภาษาอังกฤษหรือคำที่มีลักษณะดึงดูดผู้บริโภค โดยการสร้างภาพลักษณ์ของร้านให้ดูทันสมัย มีสไตล์ และสอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้บริโภครุ่นใหม่ ในเชิงความหมายชื่อร้านประเภทนี้ทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของความทันสมัยที่สะท้อนการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการบริโภคในสังคมเมืองและสังคมนักท่องเที่ยว

5. ชื่อที่สื่อถึงบรรยากาศการพักผ่อนและการท่องเที่ยว

ชื่อร้านอาหารจำนวน 10 ชื่อ โดยใช้คำในหมวดความหมายที่สื่อถึงความผ่อนคลาย ความสนุก หรือบรรยากาศของการท่องเที่ยว เช่นคำว่า ชมวิว, วิวทะเล, สุข, Paradise (แปลว่าสวรรค์ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบกับพื้นที่ที่มีความสุข),

Meeting (สื่อถึงการพบปะซึ่งกันและกัน) เช่น Sun Paradise, View Dee Relax & Restaurant, Meeting Café, ฌาม - สุข

ชื่อร้านลักษณะนี้มักใช้คำที่ให้ความรู้สึกสบายตาเมื่อได้เห็นทัศนียภาพ ความรู้สึกสบายใจและผ่อนคลาย หรือเป็นสถานที่สำหรับการพบปะสังสรรค์ ซึ่งสะท้อนบทบาทของร้านอาหารในฐานะพื้นที่ทางสังคมที่ผู้คนใช้สำหรับการพักผ่อน พบปะ หรือใช้เวลาาร่วมกัน ในเชิงความหมาย ชื่อร้านกลุ่มนี้ช่วยสร้างภาพลักษณ์ของร้านอาหารให้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การท่องเที่ยว ไม่ใช่เพียงสถานที่รับประทานอาหารเท่านั้น แต่เป็นพื้นที่ที่ผู้บริโภคสามารถใช้เวลาในการพักผ่อนและสัมผัสบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล

6. ชื่อที่สะท้อนวัฒนธรรมอาหารต่างชาติ

ชื่อร้านอาหารจำนวน 4 ชื่อ ใช้คำที่สะท้อนการรับเอาวัฒนธรรมอาหารจากต่างประเทศเข้ามาในพื้นที่ เนื่องจากบางแสนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายของร้านอาหาร จึงพบการใช้คำในหมวดความหมายที่แสดงถึงวัฒนธรรมอาหารที่มีที่มาจากต่างประเทศ โดยใช้คำในหมวดคำต่างประเทศ เช่น IZAKAYA (อิซากายะเป็นคำภาษาญี่ปุ่นหมายถึงร้านอาหาร-บาร์แบบญี่ปุ่น), Yeong-won (ยองวอนเป็นคำภาษาเกาหลี หมายถึงความนิรันดร์ตลอดไป ไม่สิ้นสุด”, So Maek (โซแม็ก เป็นคำในภาษาเกาหลีที่หมายถึงเครื่องดื่มผสมระหว่างโซจูกับเบียร์ เช่น ชื่อร้านอาหาร GACHI GACHI IZAKAYA (ญี่ปุ่น), Yeong-won by yahatam (เกาหลี) และ So Maek Bangsaen (เกาหลี)

การใช้ภาษาของประเทศต้นกำเนิดอาหารในการตั้งชื่อร้านช่วยสร้างความรู้สึกของความเป็นต้นตำรับของอาหาร และช่วยให้ผู้บริโภครับรู้ประเภทอาหารของร้านได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังสะท้อนการขยายตัวของวัฒนธรรมอาหารนานาชาติในพื้นที่ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผลมาจากการเคลื่อนย้ายทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจในสังคมร่วมสมัย ชื่อร้านกลุ่มนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่าพื้นที่ชายฝั่งทะเลบางแสนไม่ได้เป็นเพียงแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่ที่มีการผสมผสานของวัฒนธรรมอาหารหลากหลายชาติ

จากการศึกษาลักษณะความหมายของชื่อร้านอาหารในพื้นที่บางแสน-อ่างศิลา พบว่าสามารถแบ่งได้เป็น 6 กลุ่มได้แก่

1. ชื่อที่สื่อถึงชื่อเฉพาะของเจ้าของร้านหรือชื่อเฉพาะของร้าน
2. ชื่อที่สื่อถึงพื้นที่ชายฝั่งทะเลบางแสน-อ่างศิลา และลักษณะภูมิประเทศชายฝั่ง
3. ชื่อที่สื่อถึงวัตถุดิบอาหารที่มาจากทะเล
4. ชื่อที่สะท้อนภาพลักษณ์ความทันสมัยของคาเฟ่
5. ชื่อที่สื่อถึงบรรยากาศการพักผ่อนและการท่องเที่ยว
6. ชื่อที่สะท้อนวัฒนธรรมอาหารต่างชาติ

ความหมายของชื่อร้านอาหารเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าการตั้งชื่อร้านในพื้นที่บางแสน-อ่างศิลามีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับลักษณะของพื้นที่ในฐานะแหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งทะเล โดยชื่อร้านทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งของภูมิทัศน์ภาษา (linguistic landscape) ที่สะท้อนทั้งอัตลักษณ์ท้องถิ่น วิถีชีวิตชายทะเล และการผสมผสานกับวัฒนธรรมการบริโภคสมัยใหม่ของสังคมร่วมสมัย

ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ 3 การวิเคราะห์การสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนบางแสน-อ่างศิลาผ่านชื่อร้านอาหาร

การวิเคราะห์ภาพสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนบางแสน-อ่างศิลาผ่านชื่อร้านอาหารได้นำเอาองค์ความรู้ที่พบจากข้อที่ 1 และ 2 ผสมกับความรู้เชิงพื้นที่บางแสนและอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี พบว่า การตั้งชื่อร้านอาหารไม่ได้ทำหน้าที่เพียงเพื่อระบุชื่อสถานประกอบการเท่านั้น แต่ยังสะท้อนวิถีชีวิตสภาพสังคม วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่มีความ

ซับซ้อน ทั้งในมิติของชุมชนชายฝั่งทะเล ชุมชนดั้งเดิม เมืองท่องเที่ยว และสังคม พหุวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมของพื้นที่ชายฝั่งทะเลแห่งนี้ 4 อัตลักษณ์ ได้แก่

1. อัตลักษณ์ของชุมชนชายทะเลและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม
2. อัตลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยวชายทะเล
3. อัตลักษณ์ของเมืองมหาวิทยาลัย วัฒนธรรมคนรุ่นใหม่ และการผสมผสานกับอัตลักษณ์ดั้งเดิม
4. อัตลักษณ์ของสังคมพหุวัฒนธรรม

ภาพสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนบางแสน-อ่างศิลา มีดังนี้

1. อัตลักษณ์ของชุมชนชายทะเลและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม

ชื่อร้านอาหารจำนวนหนึ่งสะท้อนภาพของบางแสน-อ่างศิลาในฐานะชุมชนชายฝั่งทะเลที่มีวิถีชีวิตผูกพันกับทรัพยากรทางทะเลและการประกอบอาชีพประมง ชื่อร้านประเภทนี้มักปรากฏคำที่เกี่ยวข้องกับอาหารทะเล การทำครัวแบบพื้นบ้าน หรือคำเรียกชื่อ หรือคำเรียกเครือญาติที่ให้ความรู้สึกเป็นกันเอง เช่น เจ้เมี้ยนซีฟู้ด, เจ้หน้อยซีฟู้ด, ครัวทะเลบางแสน, ครัวป่าไผ่, ครัวลุงระ, ครัวบ้านทะเล, ป้าสำราญซีฟู้ด, ครัวริมเล

การใช้คำว่า “เจ้” “ป้า” “ลุง” หรือ “ครัว” ในชื่อร้าน สะท้อนลักษณะของร้านอาหารที่มีความเป็นร้านอาหารแบบครอบครัว (family-run restaurant) ซึ่งเป็นรูปแบบการประกอบอาชีพที่พบได้ทั่วไปในชุมชนชายฝั่งทะเล ชื่อร้านลักษณะนี้จึงสะท้อนความสัมพันธ์ทางสังคมแบบเครือญาติ ความเป็นกันเอง และวัฒนธรรมการกินอาหารร่วมกันของชุมชนท้องถิ่น นอกจากนี้ การปรากฏของคำที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ทางทะเล เช่น “ทะเล” “หาด” หรือ “ริมเล” ยังสะท้อนถึงทรัพยากรและภูมิประเทศของพื้นที่ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของวิถีชีวิตของผู้คนในบางแสน-อ่างศิลา

2. อัตลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยวชายทะเล

ชายหาดบางแสนเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดชลบุรี จึงทำให้ชื่อร้านอาหารจำนวนมากถูกออกแบบให้สอดคล้องกับบรรยากาศของเมืองท่องเที่ยวและการพักผ่อนริมชายทะเล ตัวอย่างเช่น Sea Bar Café, Breeze Café & Bar, View Dee Relax & Restaurant, Coffee Beach Bangsaen, ริมทะเลบางแสน

ชื่อร้านลักษณะนี้มักใช้คำที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ชายทะเล หรือทัศนียภาพริมชายฝั่ง เพื่อสร้างจินตภาพของการพักผ่อนและการท่องเที่ยว ชื่อร้านจึงทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงพื้นที่กับประสบการณ์การท่องเที่ยวของผู้มาเยือน ในแง่นี้ ชื่อร้านอาหารจึงไม่เพียงแต่สะท้อนวิถีชีวิตของชุมชนเท่านั้น แต่ยังสะท้อนการปรับตัวของชุมชนต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยวซึ่งกลายเป็นส่วนสำคัญของการดำรงชีวิตของผู้คนในพื้นที่

3. อัตลักษณ์ของเมืองมหาวิทยาลัย วัฒนธรรมคนรุ่นใหม่ และการผสมผสานกับอัตลักษณ์ดั้งเดิม

พื้นที่บริเวณชายหาดบางแสน เป็นทั้งเมืองท่องเที่ยวชายทะเลและที่ตั้งของมหาวิทยาลัยขนาดใหญ่ ทำให้มีประชากรนักศึกษาและคนรุ่นใหม่จำนวนมาก ส่งผลให้เกิดร้านอาหารและร้านคาเฟ่ที่มีการตั้งชื่อในลักษณะร่วมสมัยโดยนิยมใช้ภาษาอังกฤษหรือภาษาแบบผสมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและสอดคล้องกับวัฒนธรรมเมือง เช่น Buff House บางแสน, Brown Milk & Coffee Station, Z Bar (Club & Bistro)

ชื่อร้านลักษณะนี้มักมีโครงสร้างที่กระชับ ใช้คำเพื่อสื่อความทันสมัย และเน้นการสร้างภาพลักษณ์ผ่านภาษา ซึ่งสะท้อนวัฒนธรรม การบริโภคของคนรุ่นใหม่ที่มีความสำคัญกับบรรยากาศของสถานที่ควบคู่ไปกับการบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างจากชื่อร้านอาหารแบบดั้งเดิมของชุมชนชายทะเลที่มักใช้คำเรียกเครือญาติ เช่น “เจ้” “ป้า” หรือ “ลุง” เพื่อสื่อถึงความเป็นกันเอง ความสัมพันธ์เชิงเครือญาติ และวิถีชีวิตที่ผูกพันกับทะเลจะเห็นได้ว่าบางแสนไม่ได้เป็นเพียง เมืองชายทะเลแต่เป็นพื้นที่รอยต่อทางวัฒนธรรมระหว่างวิถีชุมชนดั้งเดิมกับวัฒนธรรมเมืองร่วมสมัย การมีมหาวิทยาลัยขนาดใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่ ทำให้บางแสนกลายเป็นศูนย์รวมของนักศึกษา คนทำงานรุ่นใหม่ และวัฒนธรรมการ

บริโศคแบบเมือง ส่งผลให้ร้านอาหารและคาเฟ่จำนวนมากเลือกใช้ชื่อร้านที่มีลักษณะทันสมัย กระชับ และสื่อภาพลักษณ์ การบริโศคแบบเมือง ซึ่งสะท้อนการใช้ภาษาเพื่อสร้างตัวตนและสร้างประสบการณ์ มากกว่าการบอกประเภทของร้านอาหารเพียงอย่างเดียว

อย่างไรก็ตาม ลักษณะที่น่าสนใจของพื้นที่บางแสน-อ่างศิลาคือ การดำรงอยู่ร่วมกันของชื่อร้านอาหารทั้งแบบดั้งเดิมและแบบร่วมสมัย ภายในพื้นที่เดียวกัน เช่น เจ็ทน้อยซีฟู้ด, ครีวป่าไหม, Sea Bar Café และ Sun Paradise ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพลวัตของพื้นที่ชายฝั่งที่กำลังเปลี่ยนผ่านจากชุมชนประมงดั้งเดิมสู่เมืองท่องเที่ยวและเมืองมหาวิทยาลัย ขณะเดียวกันก็ยังคงรักษาร่องรอยของอัตลักษณ์ท้องถิ่นชายทะเลเอาไว้ผ่านภาษาและการตั้งชื่อร้านอาหาร

การตั้งชื่อร้านอาหารจึงสะท้อนให้เห็นการผสมผสานระหว่างอัตลักษณ์ดั้งเดิมกับความร่วมสมัย อันเป็นลักษณะสำคัญของภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ชายฝั่งบางแสน-อ่างศิลา ที่มีทั้งความเป็นชุมชนท้องถิ่น เมืองท่องเที่ยว และสังคมเมืองร่วมสมัยดำรงอยู่ควบคู่กันอย่างเป็นพลวัต

4. อัตลักษณ์ของสังคมพหุวัฒนธรรม

จากการศึกษาพบว่าชื่อร้านอาหารจำนวนหนึ่งมีการใช้คำจากหลายภาษา เช่น ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาญี่ปุ่น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของบางแสนในฐานะ พื้นที่ที่มีการผสมผสานทางวัฒนธรรม (multicultural society) ตัวอย่างเช่น Moo-Pla-La PUB หมูปลาร้าผัด@บางแสน, THE SEA GRADEN เดอะซีการ์เด็น, GACHI GACHI IZAKAYA เป็นต้น

การปรากฏของชื่อร้านอาหารญี่ปุ่นหรือชื่อร้านที่ใช้ภาษาอังกฤษสะท้อนให้เห็นถึงการแพร่กระจายของวัฒนธรรมอาหารนานาชาติในพื้นที่เมืองท่องเที่ยว รวมถึงการเปิดรับวัฒนธรรมจากต่างประเทศของผู้บริโภคในพื้นที่

โดยสรุปชื่อร้านอาหารในพื้นที่บางแสน-อ่างศิลาสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของชุมชน 4 มิติ ได้แก่ 1. อัตลักษณ์ของชุมชนชายทะเลและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม 2. อัตลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยวชายทะเล 3. อัตลักษณ์ของเมืองมหาวิทยาลัย วัฒนธรรมคนรุ่นใหม่ และการผสมผสานกับอัตลักษณ์ดั้งเดิม 4. อัตลักษณ์ของสังคมพหุวัฒนธรรม เมื่อพิจารณาชื่อร้านอาหารในพื้นที่บางแสนผ่านกรอบแนวคิด Place Identity และ Cultural Landscape จะเห็นได้ว่า ชื่อร้านอาหารเป็นส่วนหนึ่งของภูมิทัศน์ทางภาษา (Linguistic Landscape) ของพื้นที่ ซึ่งสะท้อนความเปลี่ยนแปลงทางสังคมของบางแสน-อ่างศิลาอย่างชัดเจน ในอดีตบางแสน-อ่างศิลาเป็นชุมชนชายฝั่งที่มีวิถีชีวิตผูกพันกับทะเลและการประมง ดังจะเห็นได้จากชื่อร้านอาหารที่ใช้คำอย่าง “ครีว” “เจ็” หรือ “ซีฟู้ด” ซึ่งสะท้อนวัฒนธรรมการกินอาหารทะเลและความสัมพันธ์แบบเครือญาติในชุมชน อย่างไรก็ตาม เมื่อบางแสนพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญและเป็นพื้นที่ของมหาวิทยาลัยขนาดใหญ่ ทำให้เกิดร้านอาหารและร้านคาเฟ่จำนวนมากที่มีการตั้งชื่อในลักษณะร่วมสมัย เช่น Buff House บางแสน, Brown Milk & Coffee Station หรือ Sea Bar Café ซึ่งสะท้อนวัฒนธรรมของคนรุ่นใหม่และเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันการปรากฏของชื่อร้านอาหารต่างชาติ เช่น Yeong won by yahatam ยังสะท้อนถึงการหลอมรวมทางวัฒนธรรมอาหารจากหลายประเทศ ทำให้พื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลบางแสนมีลักษณะเป็นพื้นที่พหุวัฒนธรรมทางอาหาร ดังนั้นชื่อร้านอาหารจึงไม่ได้เป็นเพียงชื่อทางธุรกิจเท่านั้น แต่ยังเป็น สัญลักษณ์ทางภาษาและวัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ชายฝั่งทะเลบางแสนในฐานะชุมชนชายทะเล เมืองท่องเที่ยว เมืองมหาวิทยาลัย และสังคมพหุวัฒนธรรมที่กำลังเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาการตั้งชื่อร้านอาหารในพื้นที่บางแสน อ่างศิลา จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการใช้ภาษา ลักษณะความหมายของชื่อร้านอาหาร และการสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนบางแสนผ่านชื่อร้านอาหาร ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ประการแรก รูปแบบการใช้ภาษาของชื่อร้านอาหารในพื้นที่บางแสน-อ่างศิลามีความหลากหลาย ทั้งการใช้ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และการใช้ภาษาแบบผสม รวมถึงการปรากฏของคำจากภาษาต่างประเทศ สะท้อนให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นชายฝั่งทะเลกับวัฒนธรรมสมัยใหม่ อันเป็นลักษณะของพื้นที่เมืองท่องเที่ยวและเมืองมหาวิทยาลัย

ประการที่สอง ชื่อร้านอาหารมีการสื่อความหมายในหลายลักษณะ ทั้งความหมายที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือชื่อเฉพาะ พื้นที่ชายฝั่งทะเลวัตถุดิบอาหารที่มาจากทะเล บรรยากาศ ทิวทัศน์ ซึ่งทำหน้าที่ทั้งในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารและสร้างภาพลักษณ์ของร้านให้แก่ผู้บริโภค

ประการที่สาม ชื่อร้านอาหารสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนบางแสน-อ่างศิลาในหลายมิติ ได้แก่ อัตลักษณ์ของชุมชนชายทะเล ภาพลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยว และความเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมที่เกิดจากการผสมผสานของวัฒนธรรมท้องถิ่นกับวัฒนธรรมสากล

โดยสรุป ชื่อร้านอาหารในพื้นที่บางแสน-อ่างศิลามีได้เป็นเพียงชื่อทางธุรกิจ หากแต่เป็นสัญลักษณ์ทางภาษาที่สะท้อนภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมและพลวัตของสังคมในพื้นที่ ซึ่งเชื่อมโยงวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนชายฝั่งกับการเปลี่ยนแปลงของเมืองท่องเที่ยวร่วมสมัย

อภิปรายผล

ผลการศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาผ่านชื่อร้านอาหารในพื้นที่บางแสน-อ่างศิลาสะท้อนให้เห็นว่า ภาษาในพื้นที่นี้มีได้ทำหน้าที่เป็นเพียงเครื่องมือสื่อสารเชิงพาณิชย์ แต่เป็นกลไกในการประกอบสร้างความหมายของพื้นที่และอัตลักษณ์ชุมชนอย่างมีพลวัต กล่าวคือ ชื่อร้านอาหารในบางแสนทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ทางกายภาพคือชายทะเล วิถีชีวิตของชุมชนคือประมงและอาหารทะเล และระบบเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเข้าไว้ด้วยกันอย่างแนบแน่น

ผลศึกษารูปแบบการใช้ภาษาที่พบทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาแบบผสม และภาษาต่างประเทศ สะท้อนลักษณะของบางแสนในฐานะพื้นที่พหุภาษาที่เกิดจากการซ้อนทับกันของอัตลักษณ์หลายระดับ กล่าวคือ ภาษาไทยทำหน้าที่เป็นตัวแทนของอัตลักษณ์ฐานรากของชุมชน ที่ผูกโยงกับทรัพยากรชายฝั่งและวิถีชีวิตดั้งเดิม ขณะที่ภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศอื่นทำหน้าที่เป็นทุนเชิงสัญลักษณ์ที่ใช้สร้างภาพลักษณ์ความทันสมัย ความเป็นสากล และการเชื่อมต่อกับเศรษฐกิจการท่องเที่ยวระดับโลก สอดคล้องกับงานวิจัยของ เทียมแข ประมวล และ ดุจฉัตร จิตบรรจง (2566) นภัสสร ปลื้มสุทธิ และคณะ (2566) หนึ่งฤทัย เสียมทอง และ ดิอนา คาซา (2568) ที่พบว่ามีการใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษบนป้ายชื่อร้านเพื่อสื่อสารกับผู้บริโภคในพื้นที่และสร้างภาพลักษณ์สากล การปรากฏร่วมกันของภาษาหลายระบบจึงมิใช่เพียงความหลากหลายทางภาษา แต่เป็นการสะท้อนการเจรจาต่อรองอัตลักษณ์ระหว่างความเป็นท้องถิ่นกับความเป็นสากลในพื้นที่เดียวกัน

ในมิติของความหมาย การตั้งชื่อร้านอาหารที่สื่อถึง “พื้นที่ชายฝั่งทะเล” “อาหารทะเล” และ “บรรยากาศการพักผ่อน” แสดงให้เห็นว่าภาษาถูกใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างภาพแทนของพื้นที่อย่างเป็นระบบ กล่าวคือ ผู้ประกอบการมิได้เพียงตั้งชื่อเพื่อบอกประเภทของร้าน แต่กำลังสร้างประสบการณ์เชิงความหมายให้กับผู้บริโภคผ่านภาษา โดยคำอย่าง

“ริมทะเล” “หาด” หรือ “beach” มิได้เป็นเพียงคำบอกตำแหน่ง แต่เป็นการสร้างจินตภาพของการพักผ่อน ความสุข และวิถีชีวิตชายทะเล ซึ่งสอดคล้องกับภาพจำของบางแสนในฐานะดินแดนแห่งความสุข ดังนั้น ภาษาในชื่อร้านจึงทำหน้าที่เป็นทั้งสื่อความหมายและเครื่องมือทางการตลาดเชิงวัฒนธรรมในเวลาเดียวกัน

การปรากฏของชื่อร้านที่สะท้อนทั้งความเป็นพื้นถิ่น (เช่น ครั้ว ชายทะเล ลุง ป้า) และความทันสมัย (เช่น café, bar, buffet) ตลอดจนการใช้ภาษาผสม แสดงให้เห็นว่าบางแสนเป็นภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมแบบลูกผสมที่เกิดจากการอยู่ร่วมกันของวิถีชีวิตดั้งเดิมกับวัฒนธรรมการบริโภคสมัยใหม่ การผสมผสานนี้มีได้เป็นเพียงปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจ แต่เป็นกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของพื้นที่ ซึ่งมีลักษณะไม่ตายตัวและเปลี่ยนแปลงตามบริบทของการท่องเที่ยวและกระแสโลกาภิวัตน์

ชื่อร้านเหล่านี้แสดงให้เห็นว่า ภาษาได้กลายเป็นทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางการตลาดในสังคมเมืองร่วมสมัย โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความสำคัญกับบรรยากาศ ความรู้สึก และภาพลักษณ์ของสถานที่ควบคู่ไปกับการบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม ร้านอาหารจึงไม่ได้เป็นเพียงพื้นที่ของการกิน แต่กลายเป็น “พื้นที่ทางสังคม” ที่ใช้แสดงรสนิยม อัตลักษณ์ และวิถีชีวิตแบบคนเมืองชายทะเลยุคใหม่

การใช้ภาษาต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่นและเกาหลี สะท้อนการไหลเวียนของวัฒนธรรมข้ามชาติ ที่เข้ามามีบทบาทในพื้นที่ท่องเที่ยวไทย โดยภาษาเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นดัชนีทางวัฒนธรรมที่บ่งบอกถึงรสนิยม วิถีชีวิตใหม่ และความนิยมของผู้บริโภครุ่นใหม่ มากกว่าจะทำหน้าที่สื่อสารโดยตรงเพียงอย่างเดียว กล่าวได้ว่าการตั้งชื่อร้านในลักษณะนี้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างทุนทางวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจในการแข่งขันของเศรษฐกิจการท่องเที่ยว

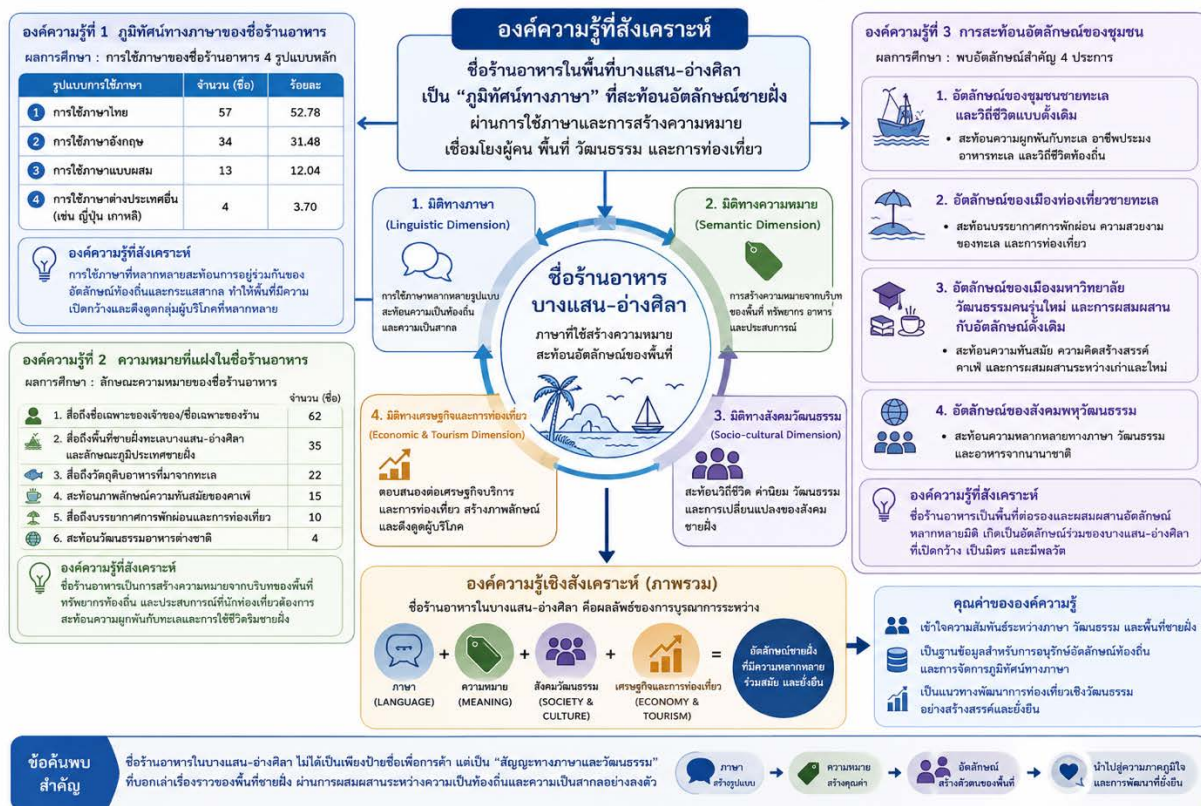
โดยสรุป ภูมิทัศน์ทางภาษาที่ปรากฏผ่านชื่อร้านอาหารในบางแสน-อ่างศิลาสะท้อนให้เห็นว่า “อัตลักษณ์ของพื้นที่” มิได้เป็นสิ่งที่คงที่ หากแต่เป็นผลของกระบวนการประกอบสร้างผ่านภาษา วัฒนธรรม และเศรษฐกิจที่สัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน บางแสน-อ่างศิลาจึงมิใช่เพียงพื้นที่ชายทะเล แต่เป็น “พื้นที่เชิงความหมาย” ที่ถูกสร้างขึ้นผ่านภาษา ซึ่งสะท้อนการอยู่ร่วมกันของความเป็นท้องถิ่น ความเป็นสมัยใหม่ และความเป็นสากลในบริบทของสังคมไทยร่วมสมัย

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์อื่น ๆ เช่น รูปแบบตัวอักษร สี ภาพประกอบ และการจัดวางป้าย เพื่อให้เห็นการประกอบสร้างความหมายของพื้นที่อย่างครบถ้วนมากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกับพื้นที่ชายฝั่งทะเลอื่น ๆ ในประเทศไทยเพื่อเปรียบเทียบการสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนชายฝั่งทะเล

องค์ความรู้ที่ได้รับจากวิจัย

งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า ชื่อร้านอาหารในพื้นที่บางแสน-อ่างศิลา จังหวัดชลบุรี เป็น “ระบบสัญลักษณ์ทางภาษา” ที่ทำหน้าที่มากกว่าการตั้งชื่อเชิงพาณิชย์ โดยเป็นกลไกสำคัญในการประกอบสร้างความหมายและอัตลักษณ์ของพื้นที่ผ่านภูมิทัศน์ทางภาษาที่มีลักษณะพหุภาษา ซึ่งสะท้อนการอยู่ร่วมกันของความเป็นท้องถิ่น ความเป็นสมัยใหม่ และความเป็นสากล ทั้งนี้ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาแบบผสม และภาษาต่างประเทศต่างมีบทบาทในการสร้างภาพแทนของบางแสนในฐานะพื้นที่ท่องเที่ยวแห่งความสุข อันแสดงให้เห็นความสัมพันธ์อย่างเป็นพลวัตระหว่างภาษา วัฒนธรรม และเศรษฐกิจในสังคมร่วมสมัย



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ที่ได้รับจากงานวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- คมกริช บุญเขียว. (2566). อัตลักษณ์วัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนไทยวนตำบลต้นตาล อำเภอสายบุรี. *วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ*, 3 (5), 755-764.
- จริยาวัฒน์ โลหะพุนตระกูล. (2565). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนด้วยการศึกษาและสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชน: กรณีศึกษาวัดบัวโรย อ.บางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ. *ศิลปศาสตร์ปริทัศน์*, 16(1), 1-14.
- เทศบาลเมืองแสมสุข. (2556). *บางแสนย้อนยุค 2556*. <https://www.saensukcity.go.th/bangsaen-retro-Festival-2013.html>.
- เทศบาลเมืองอ่างศิลา. (2563). *ตลาดเก่าอ่างศิลา 133 ปี*. <https://www.angsilacity.go.th/node/408>.
- เทียมแข ประมวล และ ดุจดัตร์ จิตบรรจง. (2566). การใช้ภาษาบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการในย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น: การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ภาษา. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 19(2), 135-161.
- ปณต อัครชัย. (2565). อัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์แบบยั่งยืนของ อำเภอไชโย จังหวัดอ่างทอง. *วารสารละครี*, 6(1), 19-35.
- นภัสสร ปลื้มสุทธิ และคณะ. (2566). ภูมิทัศน์ทางภาษาของชุมชนเมืองเอก รังสิต จังหวัดปทุมธานี. *วารสารการวิจัยการสะลองคำ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 17(2), 19-34.

- รุ่งทิwa สุภานันท์ และคณะ. (2567). ชื่อธุรกิจการค้าในซอยหัวหิน 72: การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์. *วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 21(3), 88–104.
- หนึ่งฤทัย เสียมทอง และ ดิอนา คาซา. (2568). ป้ายธุรกิจการค้าเชิงพาณิชย์บริเวณหาดวอนนภา: การวิเคราะห์ตามแนวภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์. *วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 22(1), 108–133.
- สำนักงานเทศบาลเมืองแสนสุข. (2553). *The Magic of Bangsaen: เที่ยวให้สุขแสน ที่บางแสน เมืองแสนสุข*. ชลบุรี: สำนักงานเทศบาลเมืองแสนสุข.
- Cohen, A. P. (1985). *The symbolic construction of community*. London: Routledge.
- Hall, S. (1996). *Who needs identity? Questions of cultural identity*. London: Sage.
- Jenkins, R. (2008). *Social identity*. (3rd ed.). London: Routledge.
- Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). *Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study*. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23–49.
- Lyons, J. (1977). *Semantics (Vols. 1–2)*. Cambridge University Press.