เมื่อเรามี *“บารมี”* ต่างกัน: การศึกษาอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ในคลังข้อมูลภาษาไทยแห่งชาติตามแนวอรรถศาสตร์ปริชานและวัจนปฏิบัติศาสตร์

ศิระวัสฐ์ กาวิละนันท์[1]

*(**วันที่รับ:** 22 ก.พ. 2567; **วันที่แก้ไขเสร็จ:** 14 ก.ค. 2567; **วันที่ตอบรับ:** 17 ก.ค. 2567)*

บทคัดย่อ

บารมีตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2556) ซึ่งเป็นนิยามทางพุทธศาสนามีความหมายต่างออกไปจากความหมายของบารมีที่ผู้คนใช้ในชีวิตประจำวัน การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่สะท้อนมโนทัศน์บารมีในภาษาไทย โดยใช้แนวคิดอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ตามแนวอรรถศาสตร์ปริชานและศึกษาหน้าที่ของอุปลักษณ์ตามแนววัจนปฏิบัติศาสตร์ เก็บข้อมูลจากคลังข้อมูลภาษาไทยแห่งชาติของภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผลการวิจัยพบว่า ถ้อยคำอุปลักษณ์สะท้อนมโนทัศน์เกี่ยวกับบารมี 7 มโนอุปลักษณ์ ได้แก่ [บารมี คือ ผู้มีอำนาจ] [บารมี คือ ต้นไม้ใหญ่] [บารมี คือ วัตถุสิ่งของ] [บารมี คือ ของมีค่า] [บารมี คือ สิ่งก่อสร้าง] [บารมี คือ การแข่งขัน] และ [บารมี คือ รังสี] บารมีที่ถูกเปรียบกับผู้มีอำนาจ คือ วงความหมายที่พบถ้อยคำอุปลักษณ์มากที่สุด ส่วน [บารมี คือ การแข่งขัน] และ [บารมี คือ รังสี] คือวงความหมายที่พบถ้อยคำอุปลักษณ์น้อยที่สุด มโนทัศน์เหล่านี้ได้ทำหน้าที่เรียบเรียงความ และถ่ายทอดความคิดเพื่ออธิบายสิ่งที่เป็นนามธรรมให้เห็นคุณสมบัติของบารมีเป็นรูปธรรมมากขึ้น อีกทั้ง ยังทำหน้าที่ด้านบุคคลสัมพันธ์โดยได้กำหนดมุมมองของบารมีขึ้นมาเพื่อแสดงให้เห็นว่าเมื่อใช้คำว่าบารมีสื่อสารกับบุคคลทั่วไป บารมีสามารถแสดงความหมายผ่านถ้อยคำอุปลักษณ์ที่มีความหมายเชิงบวกและเชิงลบได้ ต่างจากเมื่อใช้คำว่าบารมีกล่าวถึงสถาบันพระมหากษัตริย์ ถ้อยคำอุปลักษณ์จะแสดงความหมายเชิงบวกเท่านั้น เนื่องจากอาจเป็นเพราะเพื่อทรงไว้ซึ่งความสง่างามและภาพลักษณ์ที่ต้องเป็นที่พึ่งหรือสร้างความผาสุกให้แก่ประชาชน

คำสำคัญ: บารมี; อุปลักษณ์; อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์; วัจนปฏิบัติศาสตร์; อรรถศาสตร์ปริชาน

[1] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
อีเมล siravast.ka@ku.th

When we have different /baa-rá-mii/[2]: A Study of Conceptual Metaphor in Thai National Corpus based on Cognitive Semantics and Pragmatics

Siravast Kavilanan[3]

(**Received:** *February 22, 2024;* **Revised:** *July 14, 2024;* **Accepted:** *July 17, 2024)*

Abstract

According to the Royal Institute Dictionary, Barami, with a definition in relation to religion, is dissimilar to the definition of Barami Thai people use in everyday settings. The objective of this research were: 1) to analyze metaphorical expression reflecting the concept of Barami in Thai through conceptual metaphor based on cognitive semantics 2) to study metaphorical functions based on pragmatics. The data was gathered from the Thai National Corpus, Department of Linguistics, Faculty of Arts, Chulalongkorn University. The findings of the research found that metaphorical expression in accordance with Barami reflect seven contextual metaphors, as follows: 1) [BARAMI IS THE AUTHORITY] 2) [BARAMI IS A BIG TREE] 3) [BARAMI IS AN OBJECT] 4) [BARAMI IS A PRECIOUS THING] 5) [BARAMI IS A CONSTRUCTION] 6) [BARAMI IS A COMPETITION], and 7) [BARAMI IS A RAY]. The domain in which metaphorical expressions were mostly found was a comparison of Barami compared to authorities, while comparisons of Barami to competitions and rays domains in which metaphorical expression were least found. The conceptual metaphors composed and expressed ideas in order to illustrate abstract things, pointing out the more concrete attribute of Barami. Additionally, those metaphors worked on human relations, setting sights on Barami to show the different uses of Barami. Barami, used in general communication, shows both positive and negative meanings. Meanwhile, in royal institution communication, only the positive expressions of Barami are shown just to maintain elegance and an image of the reliance of Thai people or the well-being of Thai people.

Keywords: Barami; Metaphor; Conceptual Metaphor; Pragmatics; Cognitive Semantics

[2] ผู้วิจัยใช้สัทอักษรเนื่องจากคำว่า “บารมี” ในที่นี้จะมีความหมายที่แตกต่างกันไปในภาษาอังกฤษ ไม่สามารถแปลให้เป็นคำใดคำหนึ่งได้

[3] Asst. Prof. Dr., Thai Department, Faculty of Humanities, Kasetsart University
E-mail siravast.ka@ku.th

บทนำ

ตามความหมายที่ราชบัณฑิตยสภา (2556, น. 671) บัญญัติความหมายของ ***"บารมี"*** ว่าหมายถึง คุณความดีที่ควรบำเพ็ญ 10 ประการ และหมายถึงคุณความดีที่ได้บำเพ็ญมาหรือคุณสมบัติที่ทำให้ยิ่งใหญ่ จากความหมายดังกล่าวนี้ จะเห็นว่าบารมีจะใช้ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับศาสนาซึ่งกล่าวถึงบารมี 10 ทัศ[4] ทว่าจากบริบทที่สังคมไทยใช้คำว่า "บารมี" จะเห็นว่าบารมีไม่ได้ใช้ในความหมายตามที่ราชบัณฑิตยสภา (2556, น. 671) อธิบายไว้เท่าใดนัก ยกตัวอย่างเช่น *"**บารมี**ของบิ๊กป้อม พลอ.อ.ประวิตร จะถูกนำมาพูดถึงอีกครั้งว่า นี่คือผู้**มีบารมีสูงสุด**ในสภา"* หรือ *"นายฟีระพันธ์ด่านายชวนว่าเป็นคนเลวเสแสร้งสร้างภาพ**อวดบารมี** จิตใจคับแคบเจ้าคิดเจ้าแค้น"* คำว่าบารมีในสองบริบทนี้ ไม่ได้เกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กับบารมีทางศาสนาแต่อย่างใด ขณะเดียวกันเมื่อพิจารณาคำศัพท์ภาษาอังกฤษที่จะแปลคำว่าบารมีก็พบว่าส่วนหนึ่ง "บารมี" แปลได้ทั้งว่า popularity prestige หรือ charisma ที่ต่างก็มีความหมายแตกต่างกันไป นั่นจึงหมายความว่าการกล่าวถึงบารมีในภาษาไทยนั้น บารมีเปรียบได้กับสิ่งต่าง ๆ หรืออธิบายความหมายได้มากกว่าการบำเพ็ญเพียรที่ยิ่งใหญ่เพียงอย่างเดียว และไม่สามารถแปลคำศัพท์ในภาษาอังกฤษได้ด้วยคำใดคำหนึ่ง หากอยู่ที่บริบทการอธิบายหรือสื่อความ

การศึกษาความหมายตามแนวทางภาษาศาสตร์ย่อมแสดงผลประการหนึ่งว่า ในสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ความหมายของคำอาจแคบเข้า กว้างออก หรือย้ายที่ (Crowley, 1987, pp. 179-182) แต่ในกลุ่มนักอรรถศาสตร์ปริชานที่สนใจศึกษาความหมายที่เกิดจากระบบความคิดของมนุษย์ได้สนใจมากขึ้นกว่านั้น กล่าวคือ ความหมายที่มนุษย์ใช้เปรียบสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ไกลตัวหรือเป็นนามธรรม มนุษย์ใช้การเปรียบเหล่านั้นกับสิ่งที่เป็นประสบการณ์ใกล้ตัวหรือสิ่งที่เป็นรูปธรรมอย่างไร (Lakoff & Johnson, 1980, 2003) ความสนใจในลักษณะนี้จึงทำให้นักอรรถศาสตร์ปริชานเห็นว่า การเปรียบเชิงอุปลักษณ์ (metaphor) ไม่ใช่กระบวนการที่เกิดขึ้นเพียงเฉพาะในกลุ่มนักประพันธ์เท่านั้น แต่อุปลักษณ์ยังเป็นเครื่องมือการอธิบายความเข้าใจสิ่งที่เป็นนามธรรมหรือสิ่งที่ไกลจากประสบการณ์ของมนุษย์ด้วย ยกตัวอย่างเช่นคำว่า "บารมี" ตามตัวอย่างข้างต้น คำว่า "บารมีสูงสุด" ดังกล่าว หากอธิบายด้วยความหมายตามที่ราชบัณฑิตยสภาอธิบาย อาจทำให้อนุมานได้ว่าหมายถึง "คุณความดีที่ได้บำเพ็ญไว้สูงสุดในสภา" แต่ความเป็นจริงแล้วพาดหัวข่าวดังกล่าวไม่ได้ต้องการใช้คำว่าบารมีตามความหมายที่ว่านี้แต่อย่างใด เช่นเดียวกับคำว่า "อวดบารมี" ก็ไม่สามารถใช้ความหมายตามพจนานุกรม ฉบับ ราชบัณฑิตยสภา (2556, น. 1380) เช่นกัน เพราะคำว่า "อวด" หมายถึง สำแดง หรือแสดงให้ประจักษ์ แสดงให้ปรากฏ ดังนั้น สิ่งที่จะอวดได้ ย่อมเป็นสิ่งของที่มีค่า ด้วยเหตุนี้ การใช้ถ้อยคำอุปลักษณ์ (metaphorical expressions) ว่า *"อวดบารมี"* จึงเป็นการใช้แบบเปรียบสิ่งหนึ่งที่เป็นสิ่งของมีค่ามาเปรียบกับบารมี เพื่อทำให้บารมีเป็นเหมือนกับสิ่งของที่สามารถแสดงให้ประจักษ์หรือปรากฏได้ และสิ่งของนั้นต้องเป็นสิ่งของที่มีค่าซึ่งเหมาะแก่การนำไปอวดให้ผู้อื่นชม

[4] บารมี 10 ทัศ ได้แก่ ทานบารมี ศีลบารมี เนกขัมมบารมี ปัญญาบารมี วิริยบารมี สัจจบารมี ขันติบารมี เมตตาบารมี อุเบกขาบารมี และอธิษฐานบารมี

การอธิบายความหมายเชิงเปรียบเทียบดังข้างต้นนี้ กลุ่มของนักอรรถศาสตร์ปริชานโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มีประสบการณ์ทำวิจัยอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์จะอธิบายในทิศทางเดียวกันว่าคือ***การศึกษาอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ (conceptual metaphor)*** หรือ มโนอุปลักษณ์ และตามที่ได้กล่าวพอสังเขปแล้วว่าการศึกษาแนวนี้ นักอรรถศาสตร์ปริชานเห็นว่า อุปลักษณ์ไม่ใช่เป็นเพียงเครื่องมือทางวรรณศิลป์ (figure of speech) เท่านั้น หากแต่ยังเป็นการใช้ภาษาของคนทั่วไปในสังคมด้วย กล่าวคือ ผู้คนมักใช้สิ่งที่เป็นรูปธรรมหรือสิ่งที่เป็นรูปธรรมมากกว่าซึ่งเป็นประสบการณ์ใกล้ตัวไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่ร่างกายมีหรือปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นหรือสิ่งอื่นมาเป็นแบบเปรียบ (source domain) เพื่อเชื่อมโยงไปอธิบายสิ่งที่เป็นนามธรรมหรือสิ่งที่อยู่ไกลตัวหรือที่เรียกว่าสิ่งที่ถูกเปรียบ (target domain) (Lakoff & Johnson, 1980; Kövecses, 2002) เช่น เรียกส่วนที่อยู่เหนือเตียงว่าหัวเตียงโดยนำคำว่าหัวซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวมาเปรียบกับชิ้นส่วนของเตียงเพื่อให้เข้าใจว่าเป็นส่วนที่อยู่เหนือเตียงขึ้นไป ตัวอย่างดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ามนุษย์มีการใช้อุปลักษณ์อย่างแพร่หลายในชีวิตประจำวัน (pervasive in everyday life) บางจำพวกอาจเป็นอุปลักษณ์ที่ตายแล้ว (dead metaphor) เพราะแทบจะเข้าใจว่าไม่ใช่การใช้อุปลักษณ์ แต่อุปลักษณ์ที่มนุษย์ใช้ก็สะท้อนความคิดและการกระทำของมนุษย์ได้แม้มนุษย์จะไม่รู้ตัวว่ากำลังใช้อุปลักษณ์อยู่ก็ตาม (Lakoff & Johnson, 1980) ดังนั้น เมื่อทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมาจะเห็นว่า สำหรับนักอรรถศาสตร์ปริชานที่มีประสบการณ์การทำวิจัยด้านนี้จำนวนไม่น้อยทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ให้ความสนใจต่อการศึกษาอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ในประเด็นต่าง ๆ ทั้งศาสนา สัตว์ และพฤติกรรม หรือการกระทำ ดังที่จะกล่าวในลำดับต่อไป

อย่างไรก็ดี การศึกษาอุปลักษณ์ตาม Lakoff and Johnson (1980) ซึ่งเป็นอุปลักษณ์ตามธรรมเนียม (conventional metaphor) นั้น Kövecses (2002, p. 32) กล่าวเพิ่มว่าหลายครั้งการใช้อุปลักษณ์ยังอาจไม่เป็นไปตามธรรมเนียม (unconventional metaphor) ได้ด้วยเช่นกัน กล่าวคือ หลายครั้งผู้ใช้ภาษากล่าวอุปลักษณ์แบบจงใจหรือใช้ภาษาแบบบทประพันธ์ซึ่งไม่ใช่อุปลักษณ์ตามคำอธิบายของ Lakoff and Johnson (1980, 2003) เช่น [LOVE IS A COLLABORATIVEWORK OF ART] การกล่าวเช่นนี้ Kövecses (2002, p. 32) มองว่าควรต้องถือเป็นการกล่าวอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ด้วย เพราะสะท้อนถึงระบบความคิดหรือมุมมองของมนุษย์ที่มีต่อความรัก หรือที่เรียกว่าอุปลักษณ์ที่มีลักษณะสร้างสรรค์ (creative metaphor) ซึ่งจะต้องพิจารณาลักษณะเด่นของแบบเปรียบและบริบทจึงจะเข้าใจความหมายได้ (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556, น. 101) ด้วยเหตุนี้ เมื่อพิจารณางานวิจัยที่ผ่านมาจึงเห็นได้ว่านักวิจัยทางด้านอรรถศาสตร์ปริชานในปัจจุบันมักนำแนวคิดทั้งของ Lakoff and Johnson (1980, 2003) และ Kövecses (2002) มาประยุกต์เป็นกรอบการวิจัย

ส่วนการศึกษาคำว่า “บารมี” นั้น นอกจากจะยังไม่พบว่ามีนักวิจัยคนใดศึกษาแล้ว ในด้านความสำคัญเฉพาะคำว่าบารมีก็ยิ่งมีความน่าสนใจ เพราะคำว่า “บารมี” มักเป็นคำที่ใช้โดยทั่วไปและใช้กับบุคคลหลากหลายระดับไม่ว่าจะเป็นสถาบันพระมหากษัตริย์ นักการเมือง ข้าราชการ และคหบดี ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การศึกษาอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ของคำว่า “บารมี” ในครั้งนี้ จะช่วยทำให้นักวิชาการที่ไม่ได้มีประสบการณ์การทำงานวิจัยทางด้านอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ได้ขยายขอบเขตความรู้ความเข้าใจในความหมาย

การใช้คำว่าบารมีในแต่ละบริบทได้เป็นอย่างดี รวมทั้ง ยังจะทำให้เข้าใจสภาพสังคมไทยที่สะท้อนผ่านวิธีคิดซึ่งมีมุมมองต่อความหมายของคำว่าบารมีที่แตกต่างกันด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่สะท้อนมโนทัศน์บารมีและวิเคราะห์หน้าที่ของอุปลักษณ์ “บารมี” ในคลังข้อมูลภาษาไทยแห่งชาติ

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

แนวคิดที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยแนวคิดเรื่องอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์และเรื่องหน้าที่อุปลักษณ์ ซึ่งเป็นการศึกษาตามแนวอรรถศาสตร์ปริชานและวัจนปฏิบัติศาสตร์ ดังที่ผู้วิจัยขออธิบายในบทความนี้พอสังเขปเฉพาะการแสดงให้เห็นสาระสำคัญของการศึกษาเท่านั้นเพราะไม่อาจอธิบายเนื้อหาทั้งหมดของการศึกษาอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์และหน้าที่อุปลักษณ์ในเนื้อที่นี้ได้

1. อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ (conceptual metaphor)

อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์หรือมโนอุปลักษณ์ หมายถึงการใช้ภาษาเชิงเปรียบเทียบสิ่งหนึ่งกับอีกสิ่งหนึ่งที่มาจากวงความหมายที่แตกต่างกันและสามารถสื่อถึงระบบคิดที่สะท้อนจาก “ถ้อยคำอุปลักษณ์” เนื่องจากมนุษย์มักทำความเข้าใจสิ่งที่เป็นนามธรรมหรือสิ่งที่ไกลประสบการณ์ให้เป็นรูปธรรมหรือสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว กระบวนการดังกล่าวจึงสะท้อนระบบคิดของมนุษย์ (Lakoff & Johnson, 1980, pp. 3-9)

การใช้อุปลักษณ์ในความหมายข้างต้นนี้จึงไม่ใช่เครื่องมือทางวรรณศิลป์เท่านั้นเพราะมนุษย์มักใช้อุปลักษณ์ในชีวิตประจำวันเสมอ การเปรียบเทียบสิ่งที่ไกลจากประสบการณ์จะทำให้เข้าใจง่ายขึ้นก็ด้วยการเปรียบเทียบกับสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว ซึ่งอุปลักษณ์จะมีลักษณะสำคัญคือสิ่งที่เป็นแบบเปรียบจะเป็นรูปธรรมมากกว่า ในขณะเดียวกัน ความหมายอุปลักษณ์ก็จะเกิดจากการนำเอาลักษณะเด่น (salient feature) ของแบบเปรียบไปเปรียบเทียบกับสิ่งที่ถูกเปรียบเพื่อทำความเข้าใจสิ่งที่มีความเป็นนามธรรมมากกว่า (Lakoff & Johnson, 1980, p. 3; Foley, 1997, pp. 182-18; ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556, น. 100-103; ศิริพร ภักดีผาสุข, 2561) โดยกล่าวได้ว่าอุปลักษณ์ที่มนุษย์ใช้ในชีวิตประจำวันนั้นประกอบด้วย 2 ลักษณะ ได้แก่ อุปลักษณ์เชิงขนบ (conventional metaphor) ซึ่งต้องใช้ประสบการณ์ช่วยในการตีความ และอุปลักษณ์เชิงสร้างสรรค์ (creative metaphor) ที่จะใช้แบบเปรียบและบริบทช่วยในการทำความเข้าใจ และที่สำคัญทิศทางของการเปรียบเทียบอุปลักษณ์จะไม่สามารถย้อนกลับทิศทางการเปรียบเทียบดังกล่าวได้ด้วย เนื่องจากอุปลักษณ์มีกระบวนการถ่ายโยงความหมาย (a set of correspondences or mapping) (Kövecses, 2002, p. 7) ในแบบทิศทางเดียว (unidirectionality) และมีความเป็นระบบ (systematicity) ของการถ่ายโยงความหมายระหว่างวงความหมายต้นทาง (source domain) ไปยังวงความหมายปลายทาง (target domain) ดังที่ในบทความเรื่องนี้ได้กล่าวไปพอสมควรแล้วข้างต้น

ดังนั้นกล่าวได้ว่าอุปลักษณ์ในมุมมองข้างต้น มนุษย์สามารถสร้างอุปลักษณ์ขึ้นมาได้และเกิดขึ้นทั่วไปในชีวิตประจำวัน ทั้งในบทสนทนาหรืองานเขียนนวนิยาย บทกวี หรือคำปราศรัยของนักการเมือง (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556, น. 103) เนื่องจากผู้เขียนหรือผู้ส่งสารเหล่านั้นต่างก็เป็นสมาชิกในสังคม ด้วยแนวคิดเช่นนี้จึงทำให้มีนักวิชาการที่สนใจศึกษาอุปลักษณ์ในมุมมองต่าง ๆ อาทิ การศึกษาอุปลักษณ์เกี่ยวกับชีวิตของ ปิยะภรณ์ อบแพทย์ (2552) สุรเชษฐ์ พิชิตพงศ์เผ่า (2553) การศึกษาอุปลักษณ์เกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกของ ศุภชัย ต๊ะวิชัย (2546) นันทนา วงษ์ไทย (2554) อุปลักษณ์เกี่ยวกับการเมืองของ รัชนียา กลิ่นน้ำหอม (2551) อุปลักษณ์เกี่ยวกับโรคภัยของ วรวรรนา เพ็ชรกิจ (2551) และอุปลักษณ์เกี่ยวกับศาสนาของ นันทนา วงษ์ไทย (2555) วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ (2555) ศิระวัสฐ์ กาวิละนันท์ (2561) และ Kaewjungate et. al. (2023) โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานที่ศึกษาเกี่ยวกับศาสนาและยังอาจจะใกล้เคียงกับการศึกษาครั้งนี้ เช่นงานของ อำนาจ ปักษาสุข (2559) ที่ศึกษามโนอุปลักษณ์บุญในภาษาไทยโดยศึกษาจากกลุ่มสาธารณะในเฟซบุ๊กและผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าบุญเป็นสิ่งที่จับต้องได้และเป็นสิ่งที่ชาวพุทธปรารถนา แต่จากการทบทวนวรรณกรรมจากงานของนักวิจัยจำนวนมากจะเห็นว่าไม่มีผู้ใดศึกษาอุปลักษณ์บารมี

2. หน้าที่ของอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์

Goatly (1997) ได้รวบรวมหน้าที่อุปลักษณ์ไว้ 13 หน้าที่ ได้แก่ 1) หน้าที่ด้านการถ่ายทอดความคิด มีหน้าที่ย่อยคือการช่วยเติมช่องว่างในคลังคำ อธิบายสิ่งที่เป็นนามธรรมและเป็นแบบจำลอง และการช่วยกำหนดมุมมองใหม่ 2) หน้าที่ด้านการถ่ายทอดความคิดและบุคคลสัมพันธ์ มีหน้าที่ย่อยคือการเป็นแนวเทียบหรือการให้เหตุผลเพื่อโน้มน้าวให้บุคคลทำหรือไม่ทำบางสิ่งบางอย่าง 3) หน้าที่ด้านบุคคลสัมพันธ์ มีหน้าที่ย่อยคือการแสดงอารมณ์ความรู้สึก การช่วยตกแต่งหรืออำพราง การกล่าวเกินจริง การสร้างความสนิทสนม และการสร้างอารมณ์ขัน และ 4) หน้าที่ด้านการเรียบเรียงความ มีหน้าที่ย่อยคือการช่วยเรียบเรียงความ การเป็นบันเทิงคดีเพื่อเปิดโลกจินตนาการ และการช่วยให้จำซึ่งเป็นการทำให้โดดเด่นโดยใช้คำที่น้อยแต่สื่อความได้มาก

ดังนั้น แนวคิดเรื่องอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ ผู้วิจัยจะนำมาวิเคราะห์ถ้อยคำอุปลักษณ์เพื่อเผยให้เห็นความคิดของคนในสังคม ขณะเดียวกันกับแนวคิดหน้าที่อุปลักษณ์จะนำมาวิเคราะห์ตามแนววัจนปฏิบัติศาสตร์เพื่ออธิบายหน้าที่ของคำว่า “บารมี” ที่คนในสังคมนำมาใช้อธิบาย

วิธีการวิจัย

การเก็บข้อมูลคำว่า “บารมี” ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากคลังข้อมูลภาษาไทยแห่งชาติ (Thai National Corpus: TNC) คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งประกอบด้วยงานเขียนทางวิชาการ (Academic) งานเขียนกึ่งวิชาการ (Non-Academic) เรื่องแต่ง (Fiction) หนังสือพิมพ์ (Newspaper) และเบ็ดเตล็ด (miscellany) จำนวน 1,172 ข้อความ จากนั้นใช้แนวคิดเรื่องอุปลักษณ์ตามมุมมองทางภาษาศาสตร์ตาม Lakoff and Johnson (1980) และ Kövecses (2002) มาเป็นเครื่องมือวิจัยด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยจำแนกถ้อยคำอุปลักษณ์บารมีออกจากถ้อยคำที่ไม่ใช่อุปลักษณ์ เช่น “คณะสงฆ์

ได้ปรารภเรื่องบารมีของพระพุทธองค์ในครั้งนั้น” แล้วพิจารณาถ้อยคำอุปลักษณ์จากคำศัพท์ที่ใช้ต่างวงความหมายกับ “บารมี” โดยเปรียบเทียบสองวงความหมาย ประกอบด้วย “วงความหมายต้นทาง” (source domain) กับ “วงความหมายปลายทาง” (target domain) ตามที่ Kövecses (2002) เสนอไว้ดังที่กล่าวไว้แล้วข้างต้น เช่น “ยังคุ้มครองผู้ที่อยู่**ใต้บารมี**ให้ร่มเย็นเป็นสุขอีกด้วย” พร้อมกับนับความถี่การใช้ถ้อยคำอุปลักษณ์ด้วยการไม่นับซ้ำ และไม่นับการใช้คำว่าบารมีในบริบทที่เกี่ยวข้องกับศาสนา เช่น “บำเพ็ญบารมี” เพราะเป็นคำศัพท์เฉพาะวงการซึ่งอาจจะเป็นวัจนลีลา (style) ของบุคคลหรือกลุ่มคนบางกลุ่ม ไม่ใช่การใช้ภาษาของผู้คนทั่วไปในสังคมไทย แล้วนำถ้อยคำอุปลักษณ์ทั้งหมดมาจัดกลุ่มอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ เพื่อนำไปวิเคราะห์กระบวนการถ่ายโยงความหมายระหว่างวงความหมายแบบเปรียบไปยังวงความหมายของสิ่งที่ถูกเปรียบ และสุดท้าย วิเคราะห์หน้าที่ของอุปลักษณ์ตาม Goatly (1997) โดยตีความลักษณะเด่นทางความหมายประกอบกับการพิจารณาบริบท (วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ, 2566) และนำเสนอผลด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ (descriptive analysis) และนับความถี่เป็นร้อยละ

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ แบ่งผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) ผลการวิเคราะห์อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ “บารมี” และ 2) ผลการวิเคราะห์หน้าที่อุปลักษณ์ “บารมี” ดังนี้

1. อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ “บารมี”

การวิเคราะห์อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ “บารมี” พบว่าถ้อยคำอุปลักษณ์ที่สะท้อนมโนทัศน์ “บารมี” เมื่อไม่นับการปรากฏซ้ำมีจำนวน 96 ถ้อยคำ ถ้อยคำเหล่านั้นแสดงมโนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาที่นำคู่ความสัมพันธ์ (mapping) ระหว่างแบบเปรียบกับ สิ่งที่ถูกเปรียบ โดยสรุปเป็นอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์เรียงลำดับตามความถี่จากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์บารมีกับจำนวนถ้อยคำอุปลักษณ์

ลำดับที่	อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ของคำว่า “บารมี”	จำนวนถ้อยคำอุปลักษณ์	ร้อยละ
1	[บารมี คือ ผู้มีอำนาจ]	27	28.13
2	[บารมี คือ ต้นไม้ใหญ่]	21	21.87
	[บารมี คือ วัตถุสิ่งของ]	20	20.83
4	[บารมี คือ ของมีค่า]	12	12.50
5	[บารมี คือ สิ่งก่อสร้าง]	6	6.25
6	[บารมี คือ การแข่งขัน]	5	5.21
	[บารมี คือ รังสี]	5	5.21
	รวม	**96**	**100.00**

จากตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์บารมีกับจำนวนถ้อยคำอุปลักษณ์โดยไม่นับจำนวนซ้ำ จะเห็นว่าอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [บารมี คือ ผู้มีอำนาจ] เป็นชุดข้อมูลที่มีจำนวนถ้อยคำอุปลักษณ์เป็นจำนวนมากที่สุด ซึ่งเป็นที่น่าสนใจว่าการที่คำว่าบารมีนำคุณลักษณะของการเป็นผู้มีอำนาจมาใช้เพื่อเปรียบเทียบย่อมต้องแสดงมโนทัศน์ที่น่าสนใจ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 [บารมี คือ ผู้มีอำนาจ]

อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [บารมี คือ ผู้มีอำนาจ] เป็นอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ที่พบถ้อยคำอุปลักษณ์ที่มีคุณสมบัติของผู้มีอำนาจ จำนวนทั้งสิ้น 27 ถ้อยคำอุปลักษณ์ หรือคิดเป็นร้อยละ 28.13 ของถ้อยคำอุปลักษณ์ทั้งหมด อาทิ อาศัย คุ้มกันรักษา คุ้มครอง ได้ชุบเลี้ยง ยำเกรง ปกเกล้า ขึ้นอยู่กับ เกรงกลัว เป็นแบบเปรียบหรือความหมายต้นทางเพื่อทำความเข้าใจ “บารมี” ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกเปรียบ โดยให้เข้าใจว่าบารมีเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลที่บังคับให้ผู้อื่นต้องยอมทำตามโดยไม่อาจขัดขืนได้หรือบุคคลที่สามารถบันดาลให้เป็นไปตามความประสงค์ (ราชบัณฑิตยสภา, 2556, น. 1412) ดังตัวอย่างที่ว่า

(1) *มีชายแก่ที่ทุกคนเรียกพ่อยังพากล่าวอ้อนวอน และทำหน้าที่ฝากทารกน้อยผู้เกิดใหม่ในหมู่บ้านให้เจ้าแม่แผ่**บารมีคุ้มกันรักษา***

(2) *ไม่เคยถูกผีหลอกเลย เห็นจะเป็นเพราะ**กลัวเกรงบารมี** ขืนใครไปเล่าให้ฟังว่าโดนผีหลอกท่านจะด่าจนเป็นลมเลย*

ตัวอย่างดังกล่าวพบว่า “บารมี” ถูกนำมาเปรียบกับผู้มีอำนาจเพื่อแสดงคุณสมบัติของผู้มีอำนาจ โดยสามารถเชื่อมโยงองค์ประกอบของ “ผู้มีอำนาจ” เพื่อทำความเข้าใจ “บารมี” อย่างเป็นระบบที่สัมพันธ์กัน ดังคู่ความสัมพันธ์ระหว่างแบบเปรียบซึ่งเป็นวงความหมายต้นทาง (source domain) กับสิ่งที่ถูกเปรียบซึ่งเป็นวงความหมายปลายทาง ตามแผนภูมิต่อไปนี้

วงความหมายต้นทาง		**วงความหมายปลายทาง**
[ผู้มีอำนาจ]		**[บารมี]**
บุคคลที่มีอำนาจ	→	บารมี
พฤติกรรมของผู้มีอำนาจ	→	การแสดงออกซึ่งบารมี
การแสดงออกต่อผู้มีอำนาจ	→	การแสดงออกต่อผู้มีบารมี

ภาพที่ 1 แผนภูมิคู่ความสัมพันธ์ [บารมี คือ ผู้มีอำนาจ]

1.2 [บารมี คือ ต้นไม้ใหญ่]

อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [บารมี คือ ต้นไม้ใหญ่] เป็นอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ที่พบถ้อยคำอุปลักษณ์ที่มีคุณสมบัติของต้นไม้ใหญ่ จำนวนทั้งสิ้น 21 ถ้อยคำอุปลักษณ์ หรือคิดเป็นร้อยละ 21.87 ของถ้อยคำอุปลักษณ์ทั้งหมด อาทิ แผ่ แผ่ไพศาล แผ่ร่มเย็น แก่ อ่อน เงา ร่มเงา เงาบัง ร่ม ใต้ร่ม สูงมาก เป็นแบบเปรียบหรือ

ความหมายต้นทางเพื่อทำความเข้าใจ “บารมี” ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกเปรียบ โดยให้เข้าใจว่าบารมีเป็นเหมือนต้นไม้ขนาดสูงใหญ่ที่แผ่ร่มเงาได้ ดังตัวอย่างที่ว่า

(3) *ขออำนาจศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายในสากล โปรดอภิบาลประทานจตุรพิธพรชัยให้พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ และพระบรมวงศานุวงศ์ทุกพระองค์ จงทรงพระเจริญยิ่งยืนนาน ทรงพระเกษมสำราญ* ***พระบารมีแผ่ไพศาล*** *ทรงสถิตเป็นพระมิ่งขวัญร่มเกล้าเหล่าพสกนิกรชาวไทยตราบกาลนิรันดร*

(4) *เราโชคดีเหลือเกินที่เกิดมาเป็นคนไทย ได้อยู่****ใต้ร่มบารมี****และโชคดีอีกครั้งที่ได้มีช่วงเวลาหนึ่งของชีวิตที่ได้อยู่ร่วมงานเฉลิมฉลองที่ยิ่งใหญ่*

ตัวอย่างดังกล่าวพบว่า “บารมี” ถูกนำมาเปรียบกับต้นไม้ใหญ่ โดยสามารถเชื่อมโยงองค์ประกอบของ “ต้นไม้ใหญ่” คือเพื่อทำความเข้าใจ “บารมี” อย่างเป็นระบบที่สัมพันธ์กัน ดังคู่ความสัมพันธ์ ระหว่างแบบเปรียบซึ่งเป็นวงความหมายต้นทาง กับสิ่งที่ถูกเปรียบซึ่งเป็นวงความหมายปลายทาง ตามแผนภูมิต่อไปนี้

วงความหมายต้นทาง		**วงความหมายปลายทาง**
[ต้นไม้ใหญ่]		**[บารมี]**
การแผ่กิ่งก้านสาขาของต้นไม้	→	บารมีที่มีอยู่กว้างขวาง
อายุของต้นไม้	→	ระยะเวลาที่บารมีมีอยู่
ลักษณะทางกายภาพของต้นไม้	→	การมีบารมีในลักษณะต่าง ๆ
ร่มเงาของต้นไม้	→	การใช้บารมีไปในเหตุต่าง ๆ

ภาพที่ 2 แผนภูมิคู่ความสัมพันธ์ [บารมี คือ ต้นไม้ใหญ่]

1.3 [บารมี คือ วัตถุสิ่งของ]

อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [บารมี คือ วัตถุสิ่งของ] เป็นอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ที่พบถ้อยคำอุปลักษณ์ที่มีคุณสมบัติของวัตถุสิ่งของ จำนวนทั้งสิ้น 20 ถ้อยคำอุปลักษณ์ หรือคิดเป็นร้อยละ 20.83 ของถ้อยคำอุปลักษณ์ทั้งหมด อาทิ สั่งสม สะสม มากพอ มีไม่พอ สูญเสีย หมด ล้นเหลือ สิ้น แตกต่าง เป็นแบบเปรียบหรือความหมายต้นทางเพื่อทำความเข้าใจ “บารมี” ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกเปรียบ โดยให้เข้าใจว่าบารมีเป็นเหมือนสิ่งของที่มีความเป็นรูปธรรม มีปรากฏให้เห็นและสูญหายได้ ดังตัวอย่างที่ว่า

(5) *หวังว่าคุณอภิสิทธิ์จะ****สั่งสมบารมี****ในพรรคได้****มากพอ*** *ในเวลาที่รวดเร็วพอ ที่จะนำความเปลี่ยนแปลงที่แท้จริงมาสู่พรรคประชาธิปัตย์*

(6) *เมื่อหมดรัฐบาลชุดนี้ หัวหน้าพรรคจัก****สิ้นบารมี*** *พวกเขาสมควรลาออกไปจัดตั้งพรรคใหม่*

(7) *ปรากฏการณ์เช่นนี้มักจะสะท้อนให้เราเห็นถึง**ความแตกต่างในเรื่องของบารมี**ที่ผู้นำแต่ละคน**มี**อยู่เสมอ ๆ*

ตัวอย่างดังกล่าวพบว่า “บารมี” ถูกนำมาเปรียบกับวัตถุสิ่งของ โดยสามารถเชื่อมโยงองค์ประกอบของ “วัตถุสิ่งของ” เพื่อทำความเข้าใจ “บารมี” อย่างเป็นระบบที่สัมพันธ์กัน ดังคู่ความสัมพันธ์ระหว่างแบบเปรียบซึ่งเป็นวงความหมายต้นทางกับสิ่งที่ถูกเปรียบซึ่งเป็นวงความหมายปลายทาง ตามแผนภูมิต่อไปนี้

วงความหมายต้นทาง		**วงความหมายปลายทาง**
[วัตถุสิ่งของ]		**[บารมี]**
ปริมาณของวัตถุ	→	ระดับของบารมี
การหายไปของวัตถุ	→	การหายไปของบารมี
ความเหมือนหรือต่างของวัตถุ	→	ความเหมือนหรือต่างของบารมี

ภาพที่ 3 แผนภูมิคู่ความสัมพันธ์ [บารมี คือ วัตถุสิ่งของ]

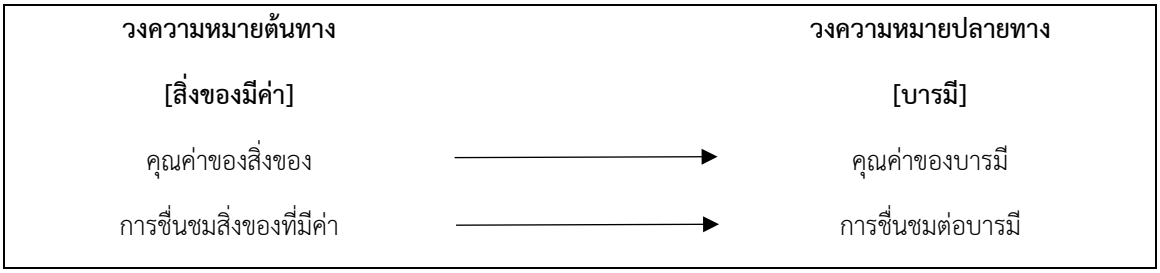
1.4 [บารมี คือ สิ่งของมีค่า]

อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [บารมี คือ สิ่งของมีค่า] เป็นอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ที่พบถ้อยคำอุปลักษณ์ที่มีคุณสมบัติของสิ่งของมีค่า จำนวนทั้งสิ้น 12 ถ้อยคำอุปลักษณ์ หรือคิดเป็นร้อยละ 12.50 ของถ้อยคำอุปลักษณ์ทั้งหมด อาทิ ชม รอชม ปลาบปลื้ม เชิดชู ประดับ เป็นแบบเปรียบหรือความหมายต้นทาง เพื่อทำความเข้าใจ “บารมี” ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกเปรียบ โดยให้เข้าใจว่าบารมีเป็นเหมือนวัตถุที่มีมูลค่าสูง ดังที่ว่า

(8) *ครั้งแรกก็ปีก่อนหน้านี้ ที่ครูเนื่องอุตส่าห์ไป**รอชมพระบารมี**ถึงศรีราชา ส่วนครั้งที่สองก็คราวเสด็จพระราชดำเนินเยือนชวา*

(9) *รถเป็นอะไรที่นอกเหนือไปจากเป็นยานพาหนะไปอีกหลายประการ เป็นสิ่ง**ประดับบารมี**อวดฐานะ เป็นเครื่องขู่ตำรวจ เป็นเครื่องแสดงความสามารถชั่วๆ และเป็นอะไรต่อมิอะไรอีกมากมาย*

ตัวอย่างดังกล่าว “บารมี” ถูกนำมาเปรียบกับสิ่งของมีค่าซึ่งมีส่วนที่คล้ายกับอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ข้างต้น แต่ส่วนนี้บารมีจะสื่อถึงความมีคุณค่ามากกว่า โดยสามารถเชื่อมโยงองค์ประกอบของ “สิ่งของมีค่า” เพื่อทำความเข้าใจ “บารมี” อย่างเป็นระบบที่สัมพันธ์กัน กล่าวคือ การใช้ถ้อยคำอุปลักษณ์ “รอชม” ทำให้สื่อได้ว่าสิ่งที่ต้องการดูเป็นสิ่งมีค่าน่าชื่นชมสรรเสริญ เช่นเดียวกันกับการใช้คำว่า “ประดับ” ก็สื่อถึงการประกอบเพิ่มหรือตกแต่งเพื่อทำให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นเป็นสิ่งที่มีค่ามากยิ่งขึ้น ดังคู่ความสัมพันธ์ระหว่างแบบเปรียบซึ่งเป็นวงความหมายต้นทางกับสิ่งที่ถูกเปรียบซึ่งเป็นวงความหมายปลายทาง ตามแผนภูมิต่อไปนี้



ภาพที่ 4 แผนภูมิคู่ความสัมพันธ์ [บารมี คือ สิ่งของมีค่า]

1.5 [บารมี คือ สิ่งก่อสร้าง]

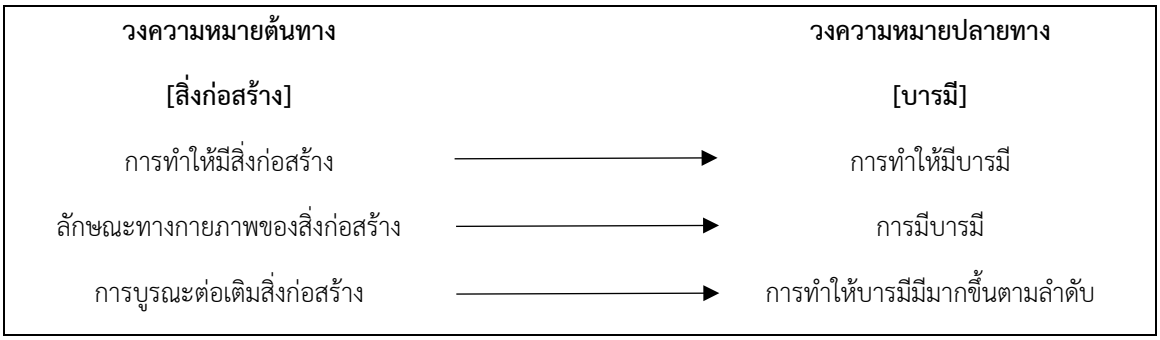
อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [บารมี คือ สิ่งของมีค่า] เป็นอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ที่พบถ้อยคำอุปลักษณ์ที่มีคุณสมบัติของสิ่งก่อสร้าง จำนวนทั้งสิ้น 6 ถ้อยคำอุปลักษณ์ หรือคิดเป็นร้อยละ 6.25 ของถ้อยคำอุปลักษณ์ทั้งหมด ได้แก่ สร้าง เสริม เสริมสร้าง ฟื้นฟู ยิ่งใหญ่ เป็นแบบเปรียบหรือความหมายต้นทางเพื่อทำความเข้าใจ “บารมี” ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกเปรียบ โดยให้เข้าใจว่าบารมีเป็นเหมือนสิ่งก่อสร้างที่มีขนาด และมีรูปร่าง ดังตัวอย่างที่ว่า

(10) *เชื่อว่าผู้ที่ได้มาร่วมงานจะเกิดความเป็นสิริมงคล **สร้างบารมี**ให้ชีวิตเจริญก้าวหน้า แคล้วคลาดจากสรรพอันตรายทั้งปวง*

(11) *โดยมากจะมี**บารมียิ่งใหญ่**เกินธรรมดา เช่นสามารถเป็นผู้ก่อตั้งศาสนาหรือลัทธิความเชื่อดี ๆ พาคนไปสวรรค์ได้ด้วยตนเอง*

(12) *ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ไม่ต้องการให้อุดมการณ์กษัตริย์นิยมมีความสำคัญในสังคมการเมืองไทย เพราะจะเป็นการ**เสริมบารมี**ของนายควงและพรรคประชาธิปัตย์ซึ่งอ้างตนเป็นพวกกษัตริย์นิยมมาตลอด*

ตัวอย่างดังกล่าวพบว่า “บารมี” ถูกนำมาเปรียบกับสิ่งก่อสร้าง โดยสามารถเชื่อมโยงองค์ประกอบของ “สิ่งก่อสร้าง” เพื่อทำความเข้าใจ “บารมี” อย่างเป็นระบบที่สัมพันธ์กัน ดังคู่ความสัมพันธ์ ระหว่างแบบเปรียบซึ่งเป็นวงความหมายต้นทางกับสิ่งที่ถูกเปรียบซึ่งเป็นวงความหมายปลายทาง ตามแผนภูมิต่อไปนี้



ภาพที่ 5 แผนภูมิคู่ความสัมพันธ์ [บารมี คือ สิ่งก่อสร้าง]

1.6 [บารมี คือ การแข่งขัน]

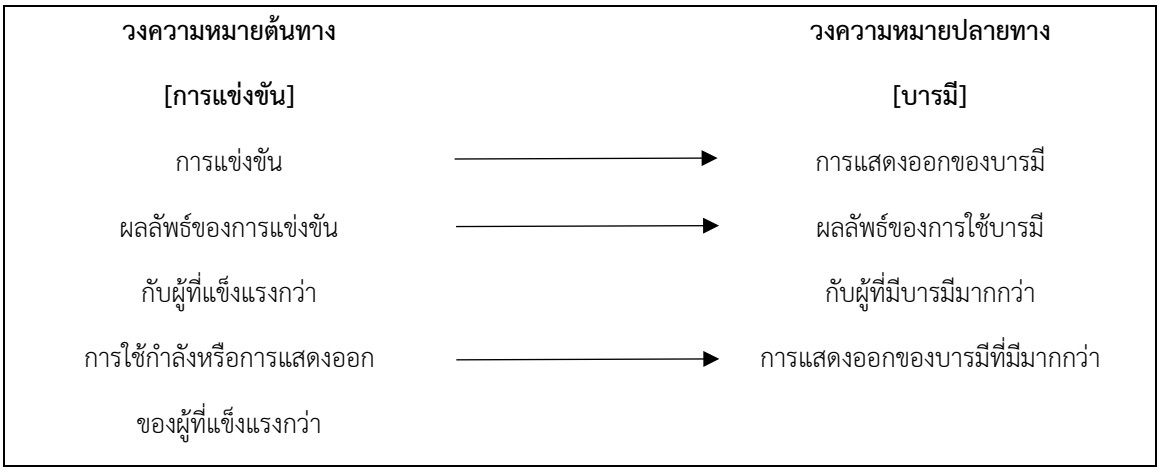
อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [บารมี คือ การแข่งขัน] เป็นอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ที่พบถ้อยคำอุปลักษณ์ที่มีคุณสมบัติของการแข่งขัน จำนวนทั้งสิ้น 5 ถ้อยคำอุปลักษณ์ หรือคิดเป็นร้อยละ 5.21 ของถ้อยคำอุปลักษณ์ทั้งหมด ได้แก่ แข่ง เบ่ง ข่ม พ่ายแพ้ แพ้ เป็นแบบเปรียบหรือความหมายต้นทางเพื่อทำความเข้าใจ “บารมี” ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกเปรียบ โดยให้เข้าใจว่าบารมีเป็นเหมือนการแข่งขันที่ต่างฝ่ายต่างต้องชิงเอาชนะกัน ดังตัวอย่างที่ว่า

(13) *นี่ ใคร ๆ ก็เข้าหน้าเสด็จไม่ได้เพราะหม่อม ๆ กีดกันทุกทาง คงไม่อยากให้มีหม่อมใหม่มา* ***<u>แข่ง</u>บารมี****ด้วย*

(14) *ในที่สุดผู้นำเหล่านั้นก็****<u>แพ้</u>บารมี****ของเขา และหนึ่งในผู้นำเหล่านั้น คือ เติ้งเสี่ยวผิง*

(15) *เพื่อไทยปล่อยรังสีเสื้อแดง****<u>ข่ม</u>บารมี****เนวินที่เคยเจิดจรัสตั้งแต่สลับขั้วการเมือง*

ตัวอย่างดังกล่าวพบว่า “บารมี” ถูกนำมาเปรียบกับการแข่งขัน โดยสามารถเชื่อมโยงองค์ประกอบของ “การแข่งขัน” เพื่อทำความเข้าใจ “บารมี” อย่างเป็นระบบที่สัมพันธ์กัน ดังคู่ความสัมพันธ์ ระหว่างแบบเปรียบซึ่งเป็นวงความหมายต้นทางกับสิ่งที่ถูกเปรียบซึ่งเป็นวงความหมายปลายทาง ตามแผนภูมิต่อไปนี้



ภาพที่ 6 แผนภูมิคู่ความสัมพันธ์ [บารมี คือ การแข่งขัน]

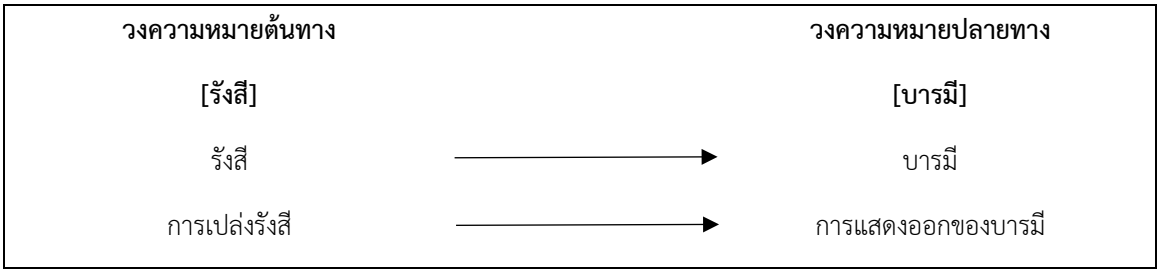
1.7 [บารมี คือ รังสี]

อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [บารมี คือ รังสี] เป็นอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ที่ผลการวิเคราะห์ได้พบถ้อยคำอุปลักษณ์ที่มีคุณสมบัติของรังสี จำนวนทั้งสิ้น 5 ถ้อยคำอุปลักษณ์ หรือคิดเป็นร้อยละ 5.21 ของถ้อยคำอุปลักษณ์ทั้งหมด ได้แก่ รังสี เปล่งประกาย เปล่งรังสี ฉายรังสี แรง เป็นแบบเปรียบหรือความหมายต้นทางเพื่อทำความเข้าใจ “บารมี” ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกเปรียบโดยให้เข้าใจว่าบารมีเป็นเหมือนรังสีที่มีแสงสว่างซึ่งสามารถแผ่ออกไปจากจุดศูนย์กลางได้ ดังตัวอย่างที่ว่า

(16) ***<u>รังสีแห่งบารมี</u>****ของผู้นำแต่ละคนอันจะบังเกิดขึ้นระหว่างการแข่งขันหรือภายหลังการแข่งจะถูกเปล่งออกมาเข้าตามวลชนรอบข้าง*

(17) *นนท์เสียอีกยังตก ๆ หล่น ๆ แต่ก็ผ่านไปได้ด้วยดี ผมไม่ได้ตั้งใจบวชนี่ แต่****<u>บารมีท่านแรง</u>*** *พระนนท์เย้าแหย่เมื่อครองผ้าเหลืองเรียบร้อยแล้ว พระพี่ขอบวชเจ็ดวัน พอวันแรกก็ขอออกไปบิณฑบาท*

ตัวอย่างดังกล่าวพบว่า “บารมี” ถูกนำมาเปรียบกับรังสี โดยสามารถเชื่อมโยงองค์ประกอบของ “รังสี” เพื่อทำความเข้าใจ “บารมี” อย่างเป็นระบบที่สัมพันธ์กัน คือแสดงให้เห็นถึงพลังอำนาจของบารมีที่ถูกแสดงออกไป ดังคู่ความสัมพันธ์ระหว่างแบบเปรียบซึ่งเป็นวงความหมายต้นทางกับสิ่งที่ถูกเปรียบซึ่งเป็นวงความหมายปลายทาง ตามแผนภูมิต่อไปนี้



ภาพที่ 7 แผนภูมิคู่ความสัมพันธ์ [บารมี คือ รังสี]

2. หน้าที่อุปลักษณ์ “บารมี”

อุปลักษณ์มีผลต่อระบบความคิดความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยม (Chateris-Black, 2005, p. 13) เพราะอุปลักษณ์จะทำหน้าที่เปลี่ยนวิธีการมองโลกให้ต่างจากวิถีปกติ กล่าวคือ อุปลักษณ์จะทำให้มนุษย์เกิดการรับรู้บางสิ่งบางอย่างให้ต่างไปจากเดิม (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556, น. 108) เช่นเดียวกับการศึกษาอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ของคำว่า “บารมี” ในครั้งนี้ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นการเชื่อมโยงความหมายระหว่างแบบเปรียบกับสิ่งที่ถูกเปรียบในหลากหลายมิติซึ่งแต่ละมิติได้ทำให้เห็นว่า “บารมี” ได้สื่อสารทำให้มนุษย์มีมุมมองต่อ “บารมี” ที่แตกต่างกัน ดังนั้น ในส่วนต่อไปนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์หน้าที่ของอุปลักษณ์บารมี 3 หน้าที่ ตาม Goatly (1997) ดังนี้

2.1 หน้าที่ด้านการเรียบเรียงความ (textual function)

หน้าที่ด้านการเรียบเรียงความเป็นหน้าที่ที่กล่าวถึงการจัดเรียงข้อความให้สื่อสารไปถึงผู้คนในสังคม อย่างไรก็ตาม หนึ่งในหน้าที่ตามที่ Goatly (1997) อธิบาย คือการเรียบเรียงความเพื่อช่วยให้เป็นที่จดจำ ทำให้โดดเด่น โดยใช้คำน้อยแต่สื่อความได้มาก (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556: 107) ดังนั้น จากผลการวิเคราะห์อุปลักษณ์เช่นข้อความว่า

(18) *ทั้งสองตระกูลก็ได้****<u>สร้างบารมี</u>****อุปถัมป์ญาติพี่น้องและเพื่อนสนิทเพื่อเป็นบริวาร ทำให้บริวารของพวกมาร์กอสในช่วง 20 ปีที่ครองอำนาจอยู่มีจำนวนมาก*

(19) *การเป็นผู้นำในสลัมเกิดจากการ**สร้างบารมี**ให้ผู้อื่นต้องพึ่งพาตน เป็นบุญคุณที่เกิดจากการให้ความคุ้มครองและช่วยเหลือผู้อื่นได้*

ทั้งสองตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่า ผู้ใช้ภาษาใช้คำว่า “สร้าง” ซึ่งหมายถึง เนรมิต (ราชบัณฑิตยสภา, 2556, น. 1178) ในวงความหมายของสิ่งปลูกสร้างเพื่อทำให้คำว่า “บารมี” เกิดการจดจำได้ง่าย สื่อความน้อยแต่กินความมาก กล่าวคือ เมื่อกล่าวคำว่า “สร้างบารมี” ความหมายของคำว่า “บารมี” จะโดดเด่น รู้และเข้าใจได้ทันทีว่าบารมีสามารถทำให้เกิดหรือมีขึ้นจากการกระทำของตนไม่ต่างจากการสร้างสิ่งปลูกสร้างซึ่งจะมีขนาดเท่าใดก็ขึ้นอยู่กับบารมีผู้นั้น โดยที่ไม่ต้องเขียนบรรยายหรือขยายความเพิ่มเติม

2.2 หน้าที่ด้านบุคคลสัมพันธ์ (interpersonal function)

หน้าที่ด้านบุคคลสัมพันธ์ตาม Goatly (1997) คือหน้าที่ที่แสดงอารมณ์ความรู้สึก สร้างความสนิทสนม กล่าวเกินจริง และตกแต่งถ้อยคำ แต่จากผลการวิจัยในที่นี้แสดงให้เห็นว่าอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ของคำว่า “บารมี” ทำหน้าที่ด้านบุคคลสัมพันธ์ใน 2 สถานการณ์ สถานการณ์แรก “บารมี” จะใช้สื่อสารกับบุคคลทั่วไปในความหมายที่สื่อถึงผู้มีอำนาจ วัตถุสิ่งของ สิ่งของมีค่า สิ่งก่อสร้าง รังสี และการแข่งขัน ขณะที่สถานการณ์ที่บารมีใช้สื่อสารกับสถาบันพระมหากษัตริย์ “บารมี” จะแสดงความหมายที่สื่อถึงผู้มีอำนาจ สิ่งของมีค่า โดยเฉพาะการใช้กับต้นไม้ใหญ่ซึ่งไม่ปรากฏใช้ความหมายนี้กับบุคคลทั่วไป ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(20) *ในหลวงพระองค์เล็กนิดเดียว ปราศจากอำนาจราชศักดิ์ที่ทำให้คนต้อง**เกรงกลัวพระบารมี** แต่เต็มไปด้วยบุญญาภินิหารที่ก่อให้เกิดความแช่มชื่น ความปลอดโปร่ง*

(21) *วิธีการสร้างความชอบธรรมให้กับอำนาจที่ดีที่สุดและนิยมใช้กันมากที่สุดคือ การบังคับ การใช้ความรุนแรง ใช้เงิน **ใช้บารมี**ส่วนตัว*

(22) *เธอเองก็เคยชินจนมักมองข้ามไปอย่างง่ายดายเสมอ **หลงบารมี**มีอะไรกัน มิ่งหล้า คนเป็นพี่ดุยิ้ม ๆ*

(23) *ต้องนับเป็นประเภทมี**บารมียิ่งใหญ่** ด้วยใคร ๆ ก็รู้จักและรักใคร่ นับได้ว่าเป็นเพลงฮิตตลอดกาลมาร่วม 50 ปี*

(24) *ด้วยเอกภาพนั้นเอง ที่ได้กระทำหน้าที่**ฉายรังสีแห่งบารมี**ให้แก่ความเป็นผู้นำของเติ้งเสี่ยวผิงไปโดยปริยาย*

(25) *เพราะ**พระบารมีแผ่ร่มเย็น** ใครนับถือลัทธิศาสนาอะไรตามที่ตนเห็นชอบก็มิได้ถูกบังคับกดขี่ อิสรภาพแห่งความรู้สึกคงมีเคียงคู่กันไปกับเสรีภาพแห่งการเมือง*

(26) *ในที่สุดผู้นำเหล่านั้นก็**แพ้บารมี**ของเขา และหนึ่งในผู้นำเหล่านั้น คือ เติ้งเสี่ยวผิง*

จากตัวอย่างดังกล่าว จะเห็นได้ว่าถ้อยคำอุปลักษณ์ “เกรงกลัว” “ใช้” “หลง” “ยิ่งใหญ่” “ฉายรังสี” “แผ่ร่มเย็น” และ “แพ้” เป็นถ้อยคำอุปลักษณ์ที่ใช้ในวงความหมายของผู้มีอำนาจ วัตถุสิ่งของ ของมีค่า

สิ่งก่อสร้าง รังสี ต้นไม้ใหญ่ และการแข่งขัน ตามลำดับ เมื่อพิจารณาบริบทของอุปลักษณ์ดังกล่าวจะเห็นว่าสามารถจำแนกได้ 2 สถานการณ์ สถานการณ์แรก อุปลักษณ์ “บารมี” ใช้กับบุคคลทั่วไป ได้แก่ “ใช้บารมี” “หลงบารมี” “บารมียิ่งใหญ่” “ฉายรังสีแห่งบารมี” และ “แพ้บารมี” ขณะที่สถานการณ์ที่สอง “บารมี” ที่ใช้กับสถาบันพระมหากษัตริย์ จะได้ดังตัวอย่างที่ว่า “เกรงกลัวพระบารมี” และ “พระบารมีแผ่ร่มเย็น”

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า “บารมี” ในความหมายที่กล่าวถึงผู้มีอำนาจและความหมายที่หมายถึงการให้ความคุ้มครอง ปกป้อง ให้ความร่มเย็น บารมีจะต่างไปจากการสื่อสารกับบุคคลทั่วไป เพราะอาจเชื่อว่าบุคคลทั่วไปไม่มีคุณสมบัติที่แสดงออกซึ่งอำนาจและความร่มเย็นหรือความผาสุกได้

2.3 หน้าที่ด้านการถ่ายทอดความคิด (ideational function)

หน้าที่ด้านการถ่ายทอดความคิดคือหน้าที่ที่ใช้เติมช่องว่างในคลังคำหรือเพิ่มคำศัพท์ให้มีขึ้นในภาษา หน้าที่เกี่ยวกับการอธิบายสิ่งที่เป็นนามธรรม และหน้าที่เกี่ยวกับการกำหนดมุมมองใหม่ (Goatly, 1997) ขณะที่ผลการวิจัยได้ทำให้เห็นว่าบารมีไม่ได้มีความหมายตามที่ราชบัณฑิตยสภา (2554) อธิบายไว้เท่านั้น หากแต่ได้อธิบายสิ่งที่เป็นนามธรรมให้ชัดเจนยิ่งขึ้น กล่าวคือ เป็นการใช้บารมีเพื่อสื่อความคิดโดยกล่าวยกย่องหรือให้เกียรติ ซึ่งสัมพันธ์กับค่านิยมในสังคมไทยที่นิยมยกย่องผู้มีอำนาจ (สุวรรณา ตั้งทีฆะรักษ์, 2556) เพื่อแสดงให้เห็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(27) *บางคนที่เกิดมาบนโลกนี้เพื่อเป็นคู่บารมีกันโดยแท้ ที่เป็นเช่นนั้น เพราะเคย**<u>สร้างบารมี</u>**ร่วมกันมาก่อน นอกจากนั้นในปัจจุบันก็ได้**<u>สั่งสมบารมี</u>**ร่วมกันอีก*

(28) *ข้าพเจ้าให้คำตอบและแนะนำว่า ขอให้ไปนั่งวิปัสสนากันทั้งคู่เพื่อ**<u>แผ่บารมี</u>** เพราะว่าแฟนคุณมีปัญหาเรื่องเงิน*

จากตัวอย่างจะเห็นว่า นอกจากผู้ใช้ภาษาจะใช้คำว่า “สร้าง” เพื่อสื่อความหมายของ “บารมี” ให้เห็นว่าบารมีสามารถก่อสร้างขึ้นมาเป็นรูปธรรมได้ หรือกล่าวอีกนัยคือบารมีคือสิ่งก่อสร้างนั้น ผู้ใช้ภาษายังใช้คำว่า “สั่งสม” เพื่อสื่อความหมายถึงการสะสมและการรวบรวมให้มากขึ้นเรื่อย ๆ (ราชบัณฑิตยสภา, 2556, น. 1198) สามารถทำความเข้าใจได้ว่าบารมีซึ่งมีความเป็นนามธรรมได้ถูกเปรียบกับวัตถุสิ่งของที่สามารถสะสมหรือรวบรวมได้ด้วย รวมทั้ง กรณีที่บารมีถูกเปรียบกับรังสีนั้น แม้มนุษย์ไม่สามารถเห็นรังสีได้ด้วยตาเปล่า แต่รังสีถูกนำเสนอผ่านภาพวาดจำนวนมากเพื่อทำให้มนุษย์เห็นว่ารังสีคือแสงที่แสดงออกมาจากจุดศูนย์กลาง ดังนั้น การกล่าวว่า “แผ่บารมี” ในที่นี้ ความหมายของบารมีจึงเป็นการสื่อความคิดให้ผู้คนเข้าใจว่าบารมีสามารถแผ่ออกมาจากตัวคนผู้มีบารมีไปยังทิศทางต่าง ๆ รอบตัว

หน้าที่ของอุปลักษณ์ตามการศึกษาทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ข้างต้นทำให้เห็นและเข้าใจว่า “บารมี” ที่ถูกนำมาใช้ในความหมายต่าง ๆ นั้น ได้ทำหน้าที่ทั้งการเรียบเรียงความ ปฏิสัมพันธ์ และถ่ายทอดความคิด คำว่า “บารมี” จึงไม่ได้มีความหมายเฉพาะตัวตามการอธิบายของราชบัณฑิตยสภา (2556) แต่มีความหมาย

ตามบริบทของการใช้ภาษา ดังจะเห็นได้จากหลักฐานทางภาษาที่ปรากฏการใช้ในบริบทต่าง ๆ ตามที่คลังข้อมูลภาษาได้รวบรวมไว้

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การวิเคราะห์ “บารมี” ด้วยแนวคิดอรรถศาสตร์ปริชานและวัจนปฏิบัติศาสตร์ ทำให้เห็นว่า “บารมี” ที่ใช้ในชีวิตประจำวันนั้น “บารมี” ถูกเปรียบให้มีความหมาย 7 กลุ่ม ได้แก่ [บารมี คือ ผู้มีอำนาจ][บารมี คือ ต้นไม้ใหญ่] [บารมี คือ วัตถุสิ่งของ] [บารมี คือ ของมีค่า] [บารมี คือ สิ่งก่อสร้าง] [บารมี คือ การแข่งขัน] และ [บารมี คือ รังสี] บารมีที่ถูกเปรียบกับผู้มีอำนาจ คือ วงความหมายที่พบถ้อยคำอุปลักษณ์มากที่สุด ส่วนอุปลักษณ์ [บารมี คือ การแข่งขัน] และ [บารมี คือ รังสี] คือวงความหมายที่พบถ้อยคำอุปลักษณ์น้อยที่สุด

อย่างไรก็ตาม ความน่าสนใจของการเปรียบเทียบบารมีกับสิ่งต่าง ๆ นั้น สังเกตได้จากกรณีที่บารมีที่นำมาใช้กับบุคคลทั่วไปกับกรณีที่บารมีนำไปใช้กับสถาบันพระมหากษัตริย์ตามที่ผู้วิจัยได้อธิบายไปแล้วในเบื้องต้น กล่าวคือ กรณีที่บารมีนำมาใช้กับบุคคลทั่วไป เช่น (29) *“ฉันไม่ยอมให้ใครมาพูดทั้งต่อหน้าและลับหลังได้หรอกว่าเป็นแค่ภรรยาตามกฎหมายไว้คอย**<u>ประดับบารมี</u>**คุณเท่านั้น”* ต่างไปจากกรณีที่นำไปใช้กับสถาบันพระมหากษัตริย์ เช่น (30) *“ผมสำนึกมาตลอดว่าแผ่นดินไทยของเรานั้น**<u>ร่มเย็น</u>**เป็นสุขตลอดมาก็ด้วย**<u>พระบารมี</u>**”* กล่าวคือ จะสังเกตเห็นว่า กรณีที่บารมีนำไปใช้กับสถาบันพระมหากษัตริย์ บารมีจะสื่อความหมายถึงความร่มเย็นที่แสดงอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [บารมี คือ ต้นไม้ใหญ่] หรือหากในข้อความที่กล่าวว่า (31) *“โดยตลอดนับตั้งแต่วันที่ 9 มิถุนายน 2549 ได้**<u>ชมพระบารมี</u>**ที่มีพระราชดำรัสให้แก่ประชาชนชาวไทยทุกคน”* บารมีก็มักจะแสดงอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [บารมี คือ ของมีค่า] ต่างไปจากบารมีที่นำไปใช้กับบุคคลทั่วไป ที่แม้จะแสดงอุปลักษณ์ [บารมี คือ ของมีค่า] ด้วยก็ตาม แต่มักไม่ปรากฏการแสดงอุปลักษณ์ [บารมี คือ ต้นไม้ใหญ่] โดยเฉพาะการเกิดขึ้นร่วมกับถ้อยคำอุปลักษณ์ที่มีความหมายดังนี้ เช่น “ร่มเย็น” “แผ่ร่มเงา” หรือ “แผ่ไพศาล”

การที่ถ้อยคำอุปลักษณ์กลุ่มที่มีความหมายเช่น “ร่มเย็น” “แผ่ร่มเงา” หรือ “แผ่ไพศาล” มักใช้กับสถาบันพระมหากษัตริย์ สาเหตุหนึ่งอาจเป็นเพราะประชาชนมองว่าเป็นคำที่จะแสดงให้เห็นถึงความยิ่งใหญ่ของผู้ที่มีบารมีที่ประกอบด้วยการมอบความสุขสบาย ความผาสุข หรือความรื่นรมย์ใจ และเป็นบารมีที่สามารถกระจายหรือขยายออกไปได้ไกลเช่นกิ่งก้านสาขาของต้นไม้ใหญ่ ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ไม่อาจเกิดขึ้นกับบุคคลทั่วไปได้ ดังนั้น บุคคลทั่วไปจึงแสดงบารมีได้เฉพาะการแสดงความยิ่งใหญ่หรือการเอาชนะระหว่างกัน โดยแสดงอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ ได้แก่ [บารมี คือ ผู้มีอำนาจ] [บารมี คือ วัตถุสิ่งของ] [บารมี คือ ของมีค่า] [บารมี คือ สิ่งก่อสร้าง] [บารมี คือ การแข่งขัน] และ [บารมี คือ รังสี]

อีกประการหนึ่งที่น่าสนใจ จะสังเกตว่า อุปลักษณ์บารมีที่เกิดขึ้นกับบุคคลทั่วไป บารมีสามารถสื่อในความหมายเชิงบวกและเชิงลบได้ เช่น (32) *“การเห็นว่าถ้าใครไม่ให้ก็ต้องทวงหรือพยายามหาทางหลอกล่อฉ้อฉลเอามาเป็นของตนให้ได้ เรียกว่าเป็นโรค**<u>หลงบารมี</u>**เก่า”* ที่ถ้อยคำอุปลักษณ์ “หลง” สามารถใช้กับบุคคลทั่วไปได้ แต่ไม่ปรากฏใช้กับสถาบันพระมหากษัตริย์ ทั้งนี้ ผู้วิจัยมองว่าสาเหตุหนึ่งเป็นเพราะการทรงไว้ซึ่ง

ความสง่างามของพระบารมีที่สถาบันพระมหากษัตริย์ซึ่งเปรียบเสมือนสมมติเทพไม่อาจแสดงบารมีในทางลบได้ ต่างไปจากบารมีที่เกิดจากบุคคลทั่วไปซึ่งสามารถมีคุณสมบัติทั้งความโลภ ความโกรธ และความหลง บุคคลเหล่านี้จึงสามารถแสดงบารมีด้วยอุปลักษณ์ด้านบวกและด้านลบได้โดยไม่เป็นการทำให้เสื่อมเสียบุคลิกภาพหรือภาพลักษณ์ เพราะการสร้างบารมีของผู้คนที่มีฐานะหรืออำนาจคือการอุปถัมภ์ผู้คนในสังคมไปในตัวด้วย ดังที่ ขจรศักดิ์ ไทยประยูร และ สมเกียรติ วันทะนะ (2560) มองว่าสังคมไทยคือสังคมอุปถัมภ์ที่ผู้มีสถานะด้อยกว่าต้องพึ่งผู้ที่มีสถานะสูงกว่า ผู้มีสถานะสูงกว่าหลาย ๆ คนจึงต้องแสดงบารมีเพื่อสร้างความยิ่งใหญ่ในตนเอง และขณะเดียวกันผู้น้อยก็ยังแสดงอาการเกรงหรือหวาดกลัวด้วย

อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ดังกล่าวยังได้อธิบายด้วยหน้าที่ของอุปลักษณ์ กล่าวคือ ตามผลการวิเคราะห์ได้แสดงให้เห็นว่า “บารมี” ซึ่งปรากฏถ้อยคำอุปลักษณ์ในความหมายที่ต่างกันออกไปนั้น “บารมี” ได้แสดงหน้าที่สื่อความคิดกับบุคคลที่ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์บารมีที่แสดงหน้าที่ด้านบุคคลสัมพันธ์ จึงทำให้อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์กลุ่มที่แสดงความหมายด้านลบเป็นการสื่อสารกับบุคคลทั่วไปเป็นหลัก หากแต่ถ้อยคำอุปลักษณ์กลุ่มที่แสดงความหมายด้านบวก นอกจากจะสามารถสื่อสารกับบุคคลทั่วไปได้แล้ว ยังเกิดเฉพาะกับสถาบันพระมหากษัตริย์ซึ่งเป็นกลุ่มที่ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่แสดงความหมายด้านลบไม่ปรากฏใช้

ดังนั้น หากจะกล่าวถึงคำว่า “บารมี” ที่ใช้ในความหมายหรือบริบทต่าง ๆ ของสังคมไทย “บารมี” ตามความหมายของภาษาบาลีจึงไม่ใช่ความหมายตามที่สังคมไทยใช้ทั้งหมด เพราะคำว่า “บารมี” เกิดการขยายความหมายเมื่อมีการนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน โดยสามารถใช้ในความหมายที่นอกเหนือจากคุณความดีที่ควรบำเพ็ญ 10 อย่างตามที่ได้กล่าวแล้วในข้างต้น

การศึกษาอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์เป็นการศึกษาถึงระบบความคิดความเชื่อของคนในสังคม การศึกษาอุปลักษณ์บารมีที่เป็นคำที่มีความหมายทางศาสนาพุทธซึ่งผู้คนสังคมไทยใช้ต่างไปจากคำอธิบายจึงเป็นการแสดงให้เห็นระบบความคิดของคนในสังคมไทยได้อย่างชัดเจนขึ้น อนึ่ง นอกเหนือจากคำว่าบารมีแล้ว ยังมีคำศัพท์ทางพุทธศาสนาที่จำนวนไม่น้อยที่ผู้คนในสังคมใช้ต่างไปจากคำนิยามดังกล่าว เช่น ทิฐิ ปัญญา กาม บาป จริต สติ วิญญาณซึ่งผู้สนใจสามารถนำมาวิจัยต่อไปได้ รวมไปถึงการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เนื่องจาก คลังข้อมูลภาษาไทยแห่งชาติอาจจะเก็บรวบรวมข้อมูลการใช้ภาษาเฉพาะในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งที่ไม่ครอบคลุมถึงปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

ขจรศักดิ์ ไทยประยูร และ สมเกียรติ วันทะนะ. (2560). บารมีทางการเมืององพลเอกเปรม ติณสูลานนท์. *วารสารการบริหารปกครอง*, *6*(1), 86-108. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/gjournal-ksu/article/view/88486/69571.

ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (2556). *วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ตามแนวภาษาศาสตร์: แนวคิดและการนำมาศึกษาวาทกรรมในภาษาไทย.* โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นันทนา วงษ์ไทย. (2554). *อุปลักษณ์ประสาทสัมผัสในภาษาไทย: การศึกษาตามแนวภาษาศาสตร์ปริชาน.* [วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นันทนา วงษ์ไทย. (2555). อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์เกี่ยวกับความตายในภาษาไทย. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม, 31*(1), 43-64. http://www.lc.mahidol.ac.th/ lcjournal/FullPaper/JLC31-1-Nuntana-WT.pdf.

ปิยะภรณ์ อบแพทย์. (2552). *อุปลักษณ์เกี่ยวกับชีวิตในหนังสือธรรมะ*. [วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รัชนีย์ญา กลิ่นน้ำหอม. (2551). *อุปลักษณ์ที่นักการเมืองไทยใช้ : การศึกษาตามแนวอรรถศาสตร์ปริชานและวัจนปฏิบัติศาสตร์*. [วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ราชบัณฑิตยสภา. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. ศิริวัฒนา อินเตอร์พริ้นท์.

วรวรรณา เพ็ชรกิจ. (2551). *การศึกษาอุปลักษณ์เกี่ยวกับโรคมะเร็งในภาษาไทยตามแนวปริชานศาสตร์และวัจนปฏิบัติศาสตร์*. [วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ. (2555). กิเลส: การศึกษาอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ในภาษาไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์*, *19*(2), 24-41. https://tci-thaijo.org/index.php/abc/article/view/54110/44912.

วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ. (2566). ความเครียด: การศึกษาอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาไทยในทวิตเตอร์. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, *23*(3), 111-139. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/liberalarts/article/view/264020.

ศิระวัสฐ์ กาวิละนันท์. (2561). นิสัย: การศึกษาอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ ในคลังข้อมูลภาษาไทยแห่งชาติ ตามแนวอรรถศาสตร์ปริชานและวัจนปฏิบัติศาสตร์. *วารสารอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 41*(1), 23-42. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jasu/article/view/193654/134851

ศิริพร ภักดีผาสุข. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอัตลักษณ์และแนวทางการนำมาศึกษาภาษาไทย. โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศุภชัย ต๊ะวิชัย. (2549). *อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์แสดงอารมณ์โกรธในภาษาไทย*. [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุรเชษฐ์ พิชิตพรหมเผ่า (2553). *อุปลักษณ์ชีวิตในหนังสือแนะนำการดำเนินชีวิต : การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับมโนทัศน์.* [วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุวรรณนา ตั้งทีฆะรักษ์. (2556). *ภาษาและวัฒนธรรม*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Chateris-Black. (2005). *Politicians and Rhetoric: The Persuasive Power pf Metaphor*. Palgrave.

Crowley, T. (1987). *An Introduction to Historical Linguistics.* University of Papua Ne Guinea Press.

Foley, W. (1997). *Anthropological Linguistics: An Introduction*. Blackwell.

Goatly, A. (1997). *The Language of Metaphors*. Routledge.

Kaewjungate, W., Kavilanan, S., & Khaisingto, P. (2023). /tan-hǎa/ or lust: A study of conceptual metaphors from a Thai perspective. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, *44*(1), 301-310. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/kjss/article/view/264479

Kövecse, Z. (2002). *Metaphor : A Practical Introduction*. Oxford University Press.

Lakoff, G., & Johnson, M. (1980, 2003). *Metaphors We Live By*. University of Chicago.