

อุทสากรรมความเชื่อ: การดำรงอยู่และการปรับตัวของความเชื่อในสังคมสมัยใหม่

สังคมไทยมีสภาพเป็นสังคมพุทธ-ไสยที่ขึ้นอยู่กับอำนาจทุนนิยมและวัตถุนิยม ใช้การตลาดเข้ามาส่งเสริมโฆษณาสรรพคุณโดยไม่มีการจำกัดขอบเขต ไม่มีหน่วยงานใดกล้าแตะต้อง จนทำให้วัตถุมงคลเป็นตลาดสินค้าขนาดใหญ่ ที่มีการซื้อขาย บ่นราคา เก่งกำไร บรรยายสรรพคุณเกินจริง...

(สุกัญญา สุธงษา, 2558: 72)

จากข้อความข้างต้นสามารถอนุมานได้ว่าสังคมไทยเป็นสังคมที่มีความหลากหลายทางความเชื่อที่เป็นลูกผสมระหว่างความเชื่อดั้งเดิมคือผีและพราหมณ์ กับ พุทธศาสนา ทำให้เกิดการปรับใช้พิธีกรรมในพุทธศาสนาเพื่อความศักดิ์สิทธิ์ เช่นบั้ง ผู้คนที่เคยยึดถือในหลักคำสอน ก็เปลี่ยนมาให้ความสำคัญกับวัตถุทางความเชื่อที่ผ่านพิธีกรรมมากขึ้น โดยหวังว่าวัตถุเหล่านั้นจะมีฤทธิ์ช่วยให้สำเร็จสมดังใจปรารถนา ซึ่งทุกวันนี้มีการผลิตวัตถุทางความเชื่อออกมาหลากหลายรูปแบบ และเป็นจำนวนมาก คำถามที่น่าสนใจต่อปรากฏการณ์ดังกล่าวก็คือ อะไรที่ทำให้วัตถุทางความเชื่อยังดำรงอยู่ทั้ง ๆ ที่สังคมให้ความสำคัญกับความสมเหตุสมผล (rational) และความเป็นวัตถุวิสัย (objective)

“ความเชื่อ” ในที่นี้หมายถึง ความเชื่อทั้งที่สอดคล้องและไม่สอดคล้องกับศาสนากระแสหลักที่ปรากฏภายในสังคม จากการศึกษาของนฤพนธ์ ด้วงวิเศษ (2560) พบว่า การทำความเข้าใจความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสังคมไทยมักจะอธิบายภายใต้แนวคิดโครงสร้างการหน้าที่ และเชื่อว่าความเชื่อเป็นเครื่องมือในการทำให้สังคมมีระเบียบและเสถียรภาพ นั้นย่อมความว่าสังคมไทยยังเชื่อว่าความเชื่อมีหน้าที่บางอย่างตอบสนองต่อความต้องการของสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของอีเมลล์ เดอร์ไคม์ (1912/1965) ที่ศึกษาศาสนาและความเชื่อในฐานะของกลไกในการสร้างความสมานฉันท์ ทำให้สังคมมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน การพิจารณาภายใต้มุมมองดังกล่าวอาจมีข้อจำกัดที่จะทำความเข้าใจสังคมปัจจุบัน เนื่องจากละเลยพลวัตของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ออกุส ก็อง (1852/1968: 383) ได้กล่าวถึงวิวัฒนาการของสังคมว่า สังคมจะเปลี่ยนก็ต่อเมื่อความรู้ของมนุษย์ในสังคมเปลี่ยน ซึ่งความรู้ในที่นี้คือความรู้ที่ใช้ทำความเข้าใจโลกทางสังคมที่เขาอยู่ จากแนวคิดดังกล่าวทำให้ก็องแบ่งสังคมออกเป็น 3 ลำดับขั้น (The law of three stages) โดยในขั้นแรก คือขั้นเทววิทยา (Theological Stage) มนุษย์ยังมีความเชื่อเกี่ยวกับอำนาจเหนือธรรมชาติ ภูตผีวิญญูณ ซึ่งเป็นวิธีที่มนุษย์ใช้ทำความเข้าใจสิ่งที่อยู่รอบตัวโดยที่ระบบ

เหตุผลยังมีจำกัด ต่อมาเมื่อนุชย์มีระบบการให้เหตุผลมากขึ้นจากความรู้ที่เพิ่มพูน ก็พัฒนาเข้าสู่ขั้นที่สองคืออภิปรัชญา (Metaphysical Stage) และในขั้นสุดท้ายคือขั้นปฏิฐานนิยม (Positivist Stage) เป็นขั้นที่มนุษย์พัฒนาองค์ความรู้แบบวิทยาศาสตร์ ที่เน้นหลักฐานเชิงประจักษ์และความสมเหตุสมผล โดยถือถือว่าสังคมมนุษย์เมื่อเข้าสู่ขั้นปฏิฐานนิยมแล้วความเชื่อต่าง ๆ ในขั้นเทววิทยาจะค่อย ๆ ลดอิทธิพลลงไปจนหายไปในที่สุด แต่สิ่งที่เกิดขึ้นกับสังคมไทยกลับตรงกันข้าม

ความเชื่อในสังคมไทยนอกจากจะไม่หายไปตามข้อสันนิษฐานของก๊องแล้ว ยังพัฒนาให้มีความหลากหลายมากขึ้นทั้งรูปแบบ ความสะดวกในการเข้าถึง และแพร่ไปยังผู้สนใจที่กระจายอยู่ทั่วในสังคม เพียงแต่อาจไม่สามารถสร้างความเป็นปึกแผ่น หรือความเข้มแข็งได้มากเท่าอดีต เนื่องจากความเชื่อดังกล่าวจะถูกลดทอนกลายเป็นความเชื่อและศรัทธาของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย ซึ่งมุ่งตอบสนองต่อความต้องการของปัจเจกเป็นหลักมากกว่าการตอบสนองต่อการดำรงอยู่ของสังคม โดยเฉพาะความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งมักพบวัตถุทางความเชื่อทั้งที่มาจากรากฐานความเชื่อเดิม และประกอบสร้างขึ้นมาใหม่ โดยไม่สนใจความถูกต้องของข้อมูลหรือที่มาที่ไปแต่อย่างใด เน้นความหมายและประสบการณ์เป็นสำคัญ ดังที่สุกัญญา สุจฉายา (2558: 114) ได้กล่าวว่า ยิ่งจำนวนวัตถุทางความเชื่อเกิดขึ้นใหม่มากเท่าใด ยิ่งแสดงถึงจิตใจที่หวั่นไหวไร้ที่พึ่งของคนไทย มีการนำวัฒนธรรมมาเป็นทุนโดยไม่เข้าใจวัฒนธรรมนั้นจริง ๆ และหากมีการสร้างรูปแบบที่แปลกใหม่ ยิ่งทำให้มีการบิดเบือนข้อมูลและนำมาซึ่งความเชื่อที่ไม่ถูกต้อง

การดำรงอยู่ของความเชื่อในสังคมไทยเกิดจากการประกอบสร้างวัตถุทางความเชื่อที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ง่าย เน้นไปที่การตอบสนองต่อความต้องการทางด้านเศรษฐกิจของผู้คนเป็นหลัก เน้นการสร้างความหมายแบบ “ขอได้ไหว้รับ” และ “เห็นผลเร็ว” ซึ่งเป็นความหมายที่ฉาบฉวยผิดไปจากการสร้างวัตถุทางความเชื่อในอดีตที่เน้นการเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวให้ทำแต่คุณงามความดี ดังนั้นเราจึงเห็นการเกิดขึ้นของวัตถุทางความเชื่ออย่างมากมาย ตั้งแต่กระแสการบูชาตุ๊กตาคามรามเทพ ในปี 2550 ที่ทำให้ธุรกิจวัตถุทางความเชื่อเติบโตขึ้นกว่า 40,000 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2550) และนับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาสังคมไทยก็เห็นถึงความหลากหลายของวัตถุทางความเชื่อเติบโตขึ้นทั้งการผลิตซ้ำความคลาสสิกของวัตถุทางความเชื่อที่มีมาแต่เดิม เช่น หลวงปู่ทวด หรือประกอบสร้างขึ้นมาใหม่ เช่น ราหู ลูกเทพ ไอ้ไข่ นกฟ้า วอลเปเปอร์โทรศัพท์รูปเทพหรือไผ่ยิปซี ข้อมือลูกปิดหินสี เป็นต้น

จากการศึกษาของปรีรินทร์ นาคสิงห์ (2562) พบว่า การประกอบสร้างความศักดิ์สิทธิ์ให้กับวัตถุทางความเชื่อเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้วัตถุมีคุณวิเศษ และเป็นที่ต้องการของตลาด โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ คือ เจ้าพิธี เรื่องเล่าหรือตำนาน พิธีกรรม และประสบการณ์ ประกอบกับการสื่อสารผ่านสื่อหรือโฆษณา ยิ่งทำให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ต้องการของผู้คนมากขึ้น

โดยในแต่ละช่วงเวลาจะมีการ “ปั้นศรัทธา” ทำให้ความเชื่อนั้นเป็นกระแสและเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มทุนที่อยู่เบื้องหลังการประกอบสร้างวัตถุทางความเชื่อประเภทนั้น ๆ การปั้นศรัทธาทำให้วัตถุทางความเชื่อเป็นที่ต้องการ จึงต้องมีการผลิตออกมาเป็นจำนวนมากภายใต้ระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรม แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องไวต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสความนิยมในวัตถุทางความเชื่อด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะวัตถุทางความเชื่อที่ประกอบสร้างขึ้นใหม่ที่ปราศจากรากเดิม ก็มักจะมาไวไปไวกว่าวัตถุทางความเชื่อที่มีต้นทุนมาแต่เดิม ซึ่งนอกจากจะเห็นวัตถุทางความเชื่อที่ถูกประกอบสร้างขึ้นใหม่แล้ว เรายังเห็นถึงการวนกลับของตลาดวัตถุทางความเชื่อที่ไม่ต่างอะไรกับกระแสแฟชั่น นอกจากนี้ยังพบว่าวัตถุใด ๆ ก็สามารถทำให้กลายเป็นวัตถุทางความเชื่อที่มีความศักดิ์สิทธิ์ได้เช่นกันเมื่อผ่านกระบวนการข้างต้น

นอกจากนี้ การทำตลาดกับกลุ่มคนรุ่นใหม่ก็เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ความเชื่อยังดำรงอยู่ โดยความเชื่อเหล่านั้นจะผสมผสานกับเทคโนโลยี รวมถึงข้าวของเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่ง่ายต่อการเข้าถึง ให้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน โดยมีผู้มีชื่อเสียงหรือคนดังเป็นส่วนส่งเสริมทำให้เกิดกระแสการบริโภค เช่น การไหลดภาพเทพเจ้าแห่งโชคลาภมาไว้ที่หน้าจอโทรศัพท์ โดยเชื่อว่าจะทำให้ร่ำรวยหรือการไหลดภาพเทพอินดู ไฟยับซีที่จัดเลือกไฟตามวัตถุประสงค์ของเจ้าของโทรศัพท์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่ามีการใช้ความหมายของสีมงคลมาทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ และมีการโฆษณาอย่างชัดเจน เช่น รองเท้าแตะที่ทำสีมงคลตามวันเกิด เป็นต้น รวมถึงการเลือกแต่งกายด้วยสีมงคลตามวัน การเลือกสีรถที่เป็นมงคล สีกระเป๋าคือเป็นมงคล การเลือกเบอร์มงคลทั้งโทรศัพท์ บ้าน เลขทะเบียน เป็นต้น



เคสโทรศัพท์มือถือ “เทพเจ้าไฉชิงเอี้ย” เสริมความร่ำรวย มีเงินมีทอง มีโชคลด้านการเงิน เสริมดวงตรุษจีน 2565 ที่มา: <https://www.akerufeed.com/trend-life/chinese-god-viral-wallpaper>



การโหลดภาพ พระพิฆเนศ ซึ่งเป็นมหาเทพผู้บันดาลความสำเร็จ สติปัญญา พลังในการเรียนรู้ศิลปวิทยากรรมต่าง ๆ มาไว้ที่หน้าจอโทรศัพท์ ที่มา: <https://horoscope.trueid.net/detail/b9OmMv3mXmpJ>

blackOut

สีรองเท้ามงคล 2564

ตามวันเกิด สีไหนใช้แล้วเอง รับทรัพย์แบบปัง ๆ

วันเกิด	สีมงคล	สีต้องห้าม
วันอาทิตย์		
วันจันทร์		
วันอังคาร		
วันพุธ	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div> <p>กลางวัน</p> </div> <div> <p>กลางคืน</p> </div> </div>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div> <p>กลางวัน</p> </div> <div> <p>กลางคืน</p> </div> </div>
วันพฤหัสบดี		
วันศุกร์		
วันเสาร์		

รองเท้าแตะที่ทำสีมงคลตามวันเกิด ที่มา: Facebook [Blackout Slipper Thailand](#)

เมื่อความเชื่อตอบสนองความต้องการของปัจเจกเป็นหลัก การจะดำรงอยู่ของความเชื่อนั้น จะต้องปรับให้เข้ากับวิถีชีวิตของคนสมัยใหม่ และกลุ่มตลาดเฉพาะ ที่ไม่ได้มุ่งเน้นมิติความศักดิ์สิทธิ์ เหมือนอย่างในอดีต เนื่องจากจะเป็นการจำกัดการเข้าถึงและจำกัดการครอบครองวัตถุทางความเชื่อดังกล่าว จนในที่สุดก็จะหายไป หรือจำกัดเฉพาะกลุ่ม อย่างตลาดพระสมเด็จ เป็นต้น ดังนั้น การดำรงอยู่ของความเชื่อในปัจจุบันจึงเห็นถึงการปรับตัวที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตสมัยใหม่มากขึ้น ทำให้ไม่รู้สึกถึงความเป็นส่วนเกิน ประกอบกับการสื่อสารและการตลาดที่ทำให้วัตถุทางความเชื่อเหล่านั้นผสมผสานเป็นส่วนหนึ่งจนกลายเป็นเรื่องปกติในชีวิตประจำวัน ที่ไม่ว่าจะหันไปทางไหนก็จะพบความเชื่อประกอบสร้างอยู่รอบ ๆ ตัว โดยระบบอุตสาหกรรมทางความเชื่อ และกลุ่มทุนต่าง ๆ จะทำหน้าที่ผลิตความเชื่อชุดใหม่ ๆ ทั้งที่มีรากฐานความเชื่อเดิม และประกอบสร้างขึ้นมาใหม่ มากกระตุ้นความต้องการเพื่อให้เกิดกระแสการบริโภควัตถุทางความเชื่อต่อไป

ผู้เขียน

ผศ.ดร.ปริญทร์ นาคสิงห์

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เอกสารอ้างอิง

Comte, Auguste (1852/1968) System of Positive Polity, Vol 2. New York: Burt Franklin.

Durkheim, Emile (1912/1965) The Elementary Forms of Religious Life. New York: Free Press.

สุกัญญา สัจฉายา (2558: 68 - 155) “การประยุกต์ใช้คติชนในการสร้างวัตถุมงคลในปัจจุบัน” ใน เรื่องเล่าพื้นบ้านไทยในโลกที่เปลี่ยนแปลง, ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). หจก.ภาพพิมพ์: กรุงเทพมหานคร.

นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ (2560) “แนวคิดมานุษยวิทยากับการศึกษาความเชื่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสังคมไทย” ในวารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 25 ฉบับที่ 47 (มกราคม - เมษายน).

ปริญทร์ นาคสิงห์ (2562) “พราณบุญ: การประกอบสร้างความหมายและการกลายมาเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม” ในวารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ปีที่ 45 ฉบับที่ 2 (323 - 341).

ศูนย์วิจัยกิจการไทย (2550) “กิจการไทยชี้หลายธุรกิจรับอานิสงส์องค์จตุคามรามเทพ” ใน MGR Online

(<https://m.mgronline.com/business/detail/9500000072090>) สืบค้นเมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2565.