

รับเข้าระบบ :	05/09/2565
พิจารณา :	15/09/2565
สิ้นสุดกระบวนการ :	15/10/2565

อนุภาคนิทานสฤไสยพาดิขัย : การผลิตเครื่องรางของขลังพญานาคที่วังคำชะโนด Production of Amulet from the Naga Myth Motif in Kham Chanod

วรมธ ชัยมงคค^{1*} และ ขวัญชีวัน บัวแดง²
Woramet Chiamongkol¹ and Kwanchewan Buadaeng²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและวิธีการการคัดเลือกอนุภาคของตำนานและนิทานที่เกี่ยวข้องกับพญานาค เพื่อใช้สำหรับกรออกแบบ นิยาม และการผลิตสินค้าในรูปวัตถุมงคลว่าผู้ผลิตได้เลือกอนุภาคใดเข้าไปตีความใหม่หรือใช้ในการผลิตรูปแบบสินค้า ทั้งยังตั้งคำถามต่อการผลิตวัตถุมงคลว่าสามารถมองเห็นปรากฏการณ์ทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาได้ในปัจจัยการผลิตสินค้าเหล่านี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตมักเลือกอนุภาคที่มีลักษณะโดดเด่นด้านความเป็นอภินิหาร และความศักดิ์สิทธิ์ของตำนาน เพื่อมาประกอบกับความศักดิ์สิทธิ์จากการปลุกเสก ภาวะการทับซ้อนของความศักดิ์สิทธิ์ทั้งจากเรื่องเล่าและพิธีกรรม ทำให้วัตถุมงคลมีพลังและมียอดจำหน่ายที่สูง ดึงดูดผู้บริโภคให้หันมาบริโภคความหมายในตัวบทนิทานและตำนานมากกว่ารูปลักษณะของสินค้า ทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงความก้าวหน้าของระบบโลกาภิวัตน์ที่มีผลต่อการผลิตสินค้า โดยการคัดสรรวัฒนธรรมดั้งเดิมเข้ามาผลิตซ้ำ รูปแบบการคัดสรรนี้เองที่เราจะพบเห็นการปะทะประสานทางวัฒนธรรมและการนิยามความหมายใหม่ต่อสินค้าวัตถุมงคล

คำสำคัญ : การผลิต อนุภาคนิทาน พญานาค เครื่องรางของขลัง ไสยพาดิขัย

Abstract

This Study aimed to study patterns and methods of selecting particles of legends and tales related, Which to the serpent. To be used for the design, definition and production of goods in the form of sacred objects that the manufacturer has chosen for interpret or use in the production of product forms. It also ask the question of what sociological and anthropological phenomena could be seen in the production factors.

¹ นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

² รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

¹ Master of Art, Department of Sociology and Anthropology, Faculty of Social Science, Chaing Mai University

² Assoc. Prof., Dr., Department of Sociology and Anthropology, Faculty of Social Science, Chaing Mai University

* Corresponding author: woramet.ice@gmail.com

The results showed that producers often choose particles that are characterized by their supernatural qualities and The sanctity of the legend which attributed to the sanctity of consecration The overlapping state of holiness from stories and rituals, making sacred objects powerful and have high sales. attracting consumers to turn to consuming meaning in stories and legends rather than product performance It also reflected the progress of globalization that affected the production by selective tradition to product. Because of this pattern that we would see cultural synergy attacking and redefining the meaning of sacred objects.

Keyword: Production, Motif, Naga , Amulet

บทนำ

ในสังคมโลกาภิวัตน์หลายคนมักตั้งข้อสงสัยว่า โลกที่เต็มไปด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและแนวคิดสมัยใหม่นั้นจะเป็นปรปักษ์กับ “ความเชื่อดั้งเดิม” หรือไม่ และถ้าหากมันยังคงดำรงอยู่ได้ อะไรเล่าที่เป็นตัวจุดรั้งให้ความเป็นท้องถิ่นหรือความดั้งเดิมทางวัฒนธรรมไม่หลุดออกจากวัฒนธรรมในสังคมสมัยใหม่ แต่ในความเป็นจริงนั้นกลับอยู่ในภาวะตรงกันข้าม ความเป็นโลกาภิวัตน์มิได้ขับไล่ให้ความเป็นท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมดั้งเดิมนั้น หลุดหายไปเลย กลับส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการสร้างและการนิยามความหมายใหม่ให้สอดคล้องกับยุคสมัยและเป็นที่ยอมรับอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบัน

ความเป็นท้องถิ่นนิยมเอง ก็มีได้เฟื่องฟูด้วยตัวเอง หากไม่ได้รับความช่วยเหลือจากสถาบันทางสังคม เช่น บทบาทและนโยบายของภาครัฐที่เร่งกระตุ้นในท้องถิ่นนั้นได้ปรับตัวเองให้เข้ากับกระแสทุนนิยมและโลกาภิวัตน์ การส่งเสริมรายได้ภาคประชาชนโดยเกิดจากนำทุนทางวัฒนธรรมเข้ามาสู่ตลาดได้นั้นจึงมีความจำเป็นและเกิดการผลิตรายที่เร่งด่วน เพื่อให้ทันกระแสของความต้องการ และกระแสจากการเร่งให้เกิดการพัฒนาของภาครัฐและเอกชน “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ที่เคยกล่าวมาแล้วข้างต้นได้ทำให้หลายพื้นที่ หลายกลุ่มวัฒนธรรมนำอัตลักษณ์เอกลักษณ์ หรือที่เรียก “ทุนทางวัฒนธรรม” เข้ามาผลิตเป็นสินค้าและบริการ ทั้งยังสามารถขยายทอดเข้าสู่กลไกตลาดได้อีกด้วย

“คำชะโนด” คือ พื้นที่ที่เต็มไปด้วยวัฒนธรรมความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ตั้งอยู่ที่ ต.บ้านม่วง อ.บ้านดุง จ.อุดรธานี เป็นหนึ่งในสถานที่ที่มีตำนานและเรื่องเล่าเกี่ยวกับพญานาค โดยถูกเชื่อว่าเป็นประมุขิตไปยังโลกบาดาลและโลกสวรรค์และ สิ่งี่ขาดไม่ได้คือ “เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์” (Sacred Narrative) ที่เกิดและมีมานานตั้งแต่อดีต เมื่อสังคมเข้าสู่ยุคการบริโภคนิยม ก็ยิ่งทำให้คนเกิดการแข่งขันมากขึ้นและสูงขึ้น อัตราการเร่งบริโภคทำให้พวกเขาต้องการใช้ทุนในการใช้ชีวิต ทั้งเงินตราและพื้นที่ทางสังคม ยิ่งในบริบทสังคมไทย ผู้คนส่วนใหญ่เชื่อว่าความก้าวหน้าของชีวิตต้องพึ่งพาตัวเอง โชคลาภ และชะตาชีวิต วัฒนธรรมทุนเดิมได้เอื้อให้คนส่วนใหญ่ต้องแข่งขันในระบบทุนนิยม ส่งผลให้พวกเขาต้องเผชิญกับความเสี่ยงและความอ่อนแอ การใช้ศรัทธาพึ่งพาตนเองจึง

ค่อนข้างเป็นที่นิยมในหมู่คน แม้ว่าโลกาภิวัตน์จะพยายามเลือกใช้ “เหตุผล” เข้ามาอธิบายปรากฏการณ์ต่าง ๆ แต่ก็ยังไม่สามารถเข้ามาแทนที่ “ศรัทธาต่อไสยศาสตร์” ได้

ในบทความของ Craig J. Reynolds เรียก “ไสย” เป็น “แมจิก” ตามอาจารย์อิมิอิ โยะเนะโอะ นักวิชาการไทยศึกษาชาวญี่ปุ่น เพราะการเรียก “ไสย” อาจจะเหมือนการจำกัดความและเกิดความเข้าใจผิดในทางลบได้ ทั้งนี้ Reynolds ได้กล่าวถึงแนวคิดของ Malinowski (Malinowski, 1926 อ้างโดย Craig, 2019) โดยกล่าวว่า แมจิกไม่ได้เปลี่ยนสภาพที่เป็นจริง แต่ขจัดความกระวนกระวาย และนำความเชื่อมั่นของแต่ละปัจเจกชนกลับคืนมา แมจิกทำให้ผู้คนสามารถอธิบายแปลความโลกและจัดการกับโลกโดยศาสตร์ประยุกต์ที่โยงโลกมนุษย์กับเขตจักรวาล แมจิกช่วยให้ผู้คนเผชิญกับความไม่แน่นอนและการคาดการณ์ไม่ได้ของชีวิต จัดการกับการเสี่ยงโชคร้าย จัดการกับความบาดเจ็บ หรือความตายได้ และคาดการณ์ได้ว่าอะไรอาจจะเกิดขึ้นในอนาคต พวกเขาจำต้องประเมินความเสี่ยง ทั้งในธุรกิจและชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ แมจิกยังทำให้ผู้คนมั่นใจที่จะตัดสินใจถึงแม้ว่าแมจิก ปกติจะเป็นเรื่องของสังคมชนบท แต่ชนชั้นนำก็ใช้แมจิกและศาสตร์ประยุกต์นี้เช่นเดียวกัน นี่เองจึงเป็นเหตุผลสำคัญว่า ชนชั้นนำหรือชุมชนเมืองสมัยใหม่ ได้หวนกลับไปใช้ไสยศาสตร์ ตลอดจนเครื่องรางของขลังในการพึ่งพาทางจิตใจ

งานศึกษาของ (Kittiarsa, 2008) เรื่อง Buddha Phanit: Thailand's Prosperity Religion and Its Commodifying Tracie's ได้พยายามตอบคำถามใหญ่ข้างต้นโดยยกกรณีของการกลายเป็นสินค้าในพุทธพาณิชย์ เขาอธิบายว่า ปรากฏการณ์หนึ่งที่ทำให้เห็นกระบวนการกลายเป็นสินค้า นั่นคือ การหวนสู่คติดั้งเดิมโดยมีความคาดหวังจากพลังของวัตถุ เพื่อความมั่งคั่งและร่ำรวย โดยการเช่าบูชาสินค้า ผ่านการนำความเชื่อของพุทธและไสย อันมี “คุณค่า” ทางใจให้กลายเป็น “มูลค่า” ที่ขายได้

ในยุคแรกนั้น จุดเริ่มต้นของการนำพุทธและไสยมา “จำหน่าย” นั้น ได้เกิดขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 สินค้าจากพุทธพาณิชย์ได้มีทั้งในรูปแบบของ วัตถุและการบริการทางพุทธศาสนา เช่น กิจกรรมที่เกี่ยวกับการปฏิบัติธรรม แต่มีเรื่องเงินทองไปเกี่ยวข้อง ดังกรณีวัดพระธรรมกาย ซึ่งการคาดการณ์รายได้ในแวดวงพุทธพาณิชย์นั้นสูงถึงปีละสองพันล้านบาท (Kittiarsa, 2008)

พฤติกรรมทั้งหมดจะต้องแลกเปลี่ยนในรูปแบบของสินค้าและการบริการ ในรูปพุทธพาณิชย์และไสยพาณิชย์ และกระทำโดยพระสงฆ์และหมอมณี เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ตามพระวินัยของสงฆ์ ว่าด้วยการรับเงินและสินทรัพย์ หลักของพุทธศาสนานั้น จะไม่อนุญาตให้ครอบครองเงินหรือแลกเปลี่ยนเงิน แต่ด้วยสิ่งที่เป็นความต้องการได้ไปไกลกว่าพระไตรปิฎกและพระวินัย จึงทำให้เกิดการปลุกเสกและความนิยมต่อพระอาจารย์เกจิชื่อดัง

ความนิยมและความต้องการ เร่งปัจจัยการผลิตสินค้ามงคล จนกลายเป็น “อุตสาหกรรมพระเครื่อง” ที่วางจำหน่ายและเปิดให้เช่าบูชาในราคาที่สูง จะเห็นได้ว่าศาสนาเริ่มเปลี่ยนแปลงรูปแบบและวิธีการเพื่อครอบงำจิตใจของคน จากต้นกำเนิดเดิมได้อธิบายถึงแก่นของพระธรรมที่ปล่อยวางและไม่ยึดมั่นถือมั่น ศาสนาในปัจจุบันได้ตอบสนองทางโลกย์แทนทางธรรม ศาสนาจะต้องสอดคล้องกับสถานการณ์ในชีวิตของคนในสังคมสมัยใหม่

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกิดกระแสศรัทธาปาฏิหาริย์ การเข้าซื้อบูชาที่มีวงเงินสูง ทั้งนี้เพื่อตอบสนองด้านความร่ำรวย และลดความเสี่ยงของชีวิตผ่านการยึดเหนี่ยวทางจิตใจ

ในขณะเดียวกัน การเข้าซื้อจนนำไปสู่พุทธพาณิชย์ก็ไม่ได้เป็นปรากฏการณ์เดียวเท่านั้น “วัฒนธรรมหวย” ก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกต่อการดำรงชีวิตในสังคมที่เต็มไปด้วยความเสี่ยงเช่นกัน (Kittiamsa, 2008) ได้กล่าวถึง การหันเหมาสนใจหวย จนกลายเป็น “อุตสาหกรรมหวย” ก็ไม่ต่างไปจากพุทธพาณิชย์ เพราะหวยของผลผลิตของความเชื่อหรือต่อยอดจากความเชื่อ แสดงออกผ่านการเสี่ยงโชคและดวงชะตา เป็นการสร้างชีวิตแบบ “รวยทางลัด” ทั้งนี้ผู้ซื้อยังคงมีคติที่ว่า หากตนได้บบานหรือไหว้ขอสิ่งศักดิ์สิทธิ์ จะทำให้ถูกหวยและกลายเป็นเศรษฐี โดยไม่ฟังกำลังของตนเลย

ทั้งนี้งานศึกษาเรื่อง Buddha Phanit: Thailand's Prosperity Religion and Its Commodifying Tracie's ได้ศึกษาความนิยมของแฟนหวยที่ไปศรัทธาศาลของพุ่มพวง ดวงจันทร์ อติตราชินีลูกทุ่งชื่อดัง ซึ่งในปัจจุบันกลายเป็นศาลที่ผู้คนนิยมไปสักการะและเชื่อว่าจะให้เลขหวยได้อย่างแม่นยำ ความนิยมในการหาประเด็นเรื่องเล่าจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือตีความเรื่องหวย ทำให้เกิดการเดินทางไปตามหาสิ่งต่าง ๆ ที่จะใช้เป็นเลขหวยได้ และสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ก็เกิดขึ้นกับประเด็นพญานาคินิยมที่เกี่ยวกับเลขหวยเช่นกัน

การศึกษาเทคนิคต่าง ๆ ที่เหล่าบรรดาผู้เล่นหวยได้พยายามตีความหวย จึงเป็นปฏิบัติการที่น่าสนใจว่า ความเชื่อที่เกี่ยวกับนาคจะถูกนำมาตีความใหม่เพื่อรับใช้วัฒนธรรมหวยได้อย่างไร

อีกตัวอย่างหนึ่งการศึกษาการกลายเป็นสินค้าของพุทธและไสยนิยม งานศึกษาของ (Mekarkad, 2017) ได้ศึกษา ผิกุมาร : ความหมายและกระบวนการกลายเป็นสินค้าในโลกาภิวัตน์ เขาได้อธิบายรูปแบบของการกลายเป็นสินค้าว่า โดยอาศัยแนวคิดเรื่อง ลัทธิบูชาสินค้า (Commodity Fetishism) ของคาร์ล มาร์กซ์ (Kark Marx) ซึ่งอธิบายเกี่ยวกับการผลิตสินค้าในระบบทุนนิยมว่าสินค้าถูกยกย่องเหมือนมนุษย์และกลายเป็นของขลัง เนื่องจากการผลิตเป็นไปเพื่อสนองกำไรของนายทุนเป็นสิ่งสำคัญ ทำให้ความสัมพันธ์ในการผลิตทุกขั้นตอนคือสินค้าเป็นใจกลางการแลกเปลี่ยน ความสัมพันธ์ระหว่างคนในกระบวนการผลิตถูกลดลงเหลือความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุ ซึ่งมีเงินเป็นตัวกลาง (Marx, 1978 อ้างอิงใน Mekarkad, 2017) ในที่นี้อาจจะขยายความต่อไปได้ว่า ภาวะการหลงใหลบูชาในสิ่งที่ตนสร้างขึ้น (Reification) คือภาวะที่มนุษย์เปลี่ยนความสัมพันธ์กับสิ่งที่ตนสร้างขึ้น โดยกลายเป็นสิ่งนั้นเสียเอง มาร์กซ์มองว่าในระบบทุนนิยมมนุษย์ได้เปลี่ยนความสัมพันธ์ที่มีต่อสินค้า โดยกลายเป็นสินค้าเสียเองทำให้เกิดการหลงใหลบูชา และกลายเป็นทาสของทุนและสินค้าเป็นสิ่งสำคัญ

ที่คำชะโนด มีงานศึกษาหนึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าในพื้นที่คำชะโนดเช่นกัน และชี้ให้เห็นเหตุผลของการ “ผลิตใหม่” ผ่านกระบวนการผลิตและการขายในระบบทุนนิยม รูปแบบทางการคัดสรรเอาวัฒนธรรมเรื่องเล่า ความเชื่อต่าง ๆ เข้ามาผลิตเป็นสินค้าทำให้คำชะโนดกลายเป็นยุค “เฮ็ดขายใช้เงิน” สร้างมูลค่ามหาศาลแก่ชุมชนในพื้นที่ (Chankham, 2008) แต่งานศึกษานี้ยังไม่ได้มีการศึกษา “ตัวแบบวัตถุมงคล” ที่ถูกผลิตอย่างมากมายในพื้นที่คำชะโนด ดังนั้นในหัวข้อนี้จะทำการศึกษาเฉพาะ “นิทาน

ตำนานและเรื่องเล่า” ที่ประกอบสร้างสินค้าสำหรับผู้คนในยุคที่แสวงหาที่พึ่งทางใจ โดยจะแบ่งวัตถุมงคลในรูปแบบต่าง ๆ และอธิบายว่าได้ถูกสร้างผ่านอนุภาคของเรื่องเล่าและตีความหมายในสังคมทุนนิยมอย่างไร การศึกษาในครั้งนี้จะทำให้เรามองเห็นเหตุผลของการยังคงศรัทธาและบริโภคในเครื่องรางของขลัง และกระบวนการคัดสรรทางวัฒนธรรมที่ใช้ในการผลิตสินค้าเป็นอย่างไร โดยนำเสนอข้อมูลที่สำคัญจากการศึกษาดังนี้

1. วัตถุมงคลที่สร้างอนุภาคในตำนานและนิทานที่เกี่ยวข้องกับพ่อปู่ศรีสุทโธ

วัตถุมงคลชนิดนี้จะสามารถพบได้ตามร้านของที่ระลึก ขยายวัตถุมงคลบริเวณทางเข้าวังคำชะโนด โดยจะมีแหล่งผลิตจากพื้นที่เดียวกันก่อนจะนำมาขายทอดตลาดในพื้นที่เดียวกัน ส่วนการนำเสนอสินค้านั้นขึ้นอยู่กับว่าตัวผู้จำหน่ายจะนำเสนอด้วยวิธีใด เมื่อครั้งผู้วิจัยลงพื้นที่ศึกษาจะพบว่า การนำเสนอสินค้าของผู้จำหน่ายนั้น มักมีการใช้เรื่องเล่าของตนเอง ตลอดจนเรื่องเล่าของลูกค้าท่านอื่น มาประกอบการจำหน่าย เพื่อสร้างความศรัทธาและความน่าเชื่อถือมากขึ้น ทั้งยังเป็นการโน้มน้าวใจตามหลักการซื้อขายแบบโฆษณาทั่วไป



ภาพที่ 1 แผงลอยร้านค้าจำหน่ายวัตถุมงคลปลุกเสกที่วังคำชะโนด
ที่มา : ภาพโดยผู้วิจัย (ถ่ายภาพวันที่ 10 พฤษภาคม พ.ศ. 2562)

วัตถุมงคลส่วนใหญ่ของคำชะโนด มักจะเป็นรูปหล่อสำริด โลหะ ทองแดง และเซรามิก โดยได้เลียนแบบรูปสมมติขององค์พ่อปู่ศรีสุทโธและแม่ย่าศรีปทุมมา ทั้งยังมีการนำสายประคำ กำไล แหวน และสร้อยคอ รวมไปถึงรูปภาพ ที่เกี่ยวข้องกับพ่อปู่ศรีสุทโธด้วย

ของที่ระลึกและวัตถุมงคลทั้งหมดนี้ล้วนถูกสร้างตำนานและความเชื่อดั้งเดิมทั้งสิ้น โดยการศึกษานี้จะแบ่งวัตถุมงคลออกเป็นแต่ละชนิดและอธิบายว่าในวัตถุมงคลแต่ละชนิดถูกสร้างจากอนุภาคหรือแบบเรื่องนิทานใด ดังต่อไปนี้

1.1 แหวนพญานาค : การกลายเป็นสินค้าจากตำนาน “เพชรเจ็ดสี มณีเจ็ดแสง”

ลักษณะของวัตถุมงคลชนิดนี้เป็นที่นิยมขายอย่างมากในร้านค้าของที่ระลึก และจำหน่ายในรูปแบบสินค้าออนไลน์ เพราะเป็นวัตถุมงคลที่สามารถใส่ได้ทั้งชายและหญิง ซึ่งต่างจากกำไลข้อมือที่ออกแบบไว้สำหรับผู้หญิงเป็นส่วนใหญ่ แหวนพญานาคจึงมักถูกซื้อไปเป็นของฝาก ตลอดจนใช้สำหรับเครื่องสื่อจิตระหว่างผู้ศรัทธากับต่อพ่อปู่ได้ ลักษณะของแหวนนั้นทำมาจากทองแดง เหล็ก ทองเหลือง หรือในบางชนิดอาจจะทำจากทองคำแท้ จึงทำให้ราคาของแหวนพญานาคแตกต่างกันไปตามวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

การออกแบบชื่อรุ่นนั้น จะแล้วแต่ว่าผู้อำนวยกรปลุกเสกหรือผู้จัดสร้างจะเลือกใช้คำแบบใดเข้ามาเป็นแรงจูงใจ โดยส่วนมากมักจะตั้งชื่อให้เกิดความโชคดีทางโชคทรัพย์ เช่น รุ่นมหาเศรษฐี รุ่นรวยทรัพย์ รุ่นทองมหาเศรษฐี หรือ รุ่นรวยทันใจ ซึ่งแต่ละชื่อมักแสดงถึงความต้องการด้านเงินทองและโชคลาภ



ภาพที่ 2 แหวนเพชรพญานาคที่วางจำหน่ายทั่วไปบริเวณร้านขายของที่ระลึก
ที่มา : ร้านวงศ์สาโรจน์ บริเวณลานจำหน่ายสินค้าที่ระลึกหน้าวังคำชะโนด

จากภาพเป็นสินค้าแหวนพญานาคที่มีลักษณะกอดอัญมณีหลากสี โดยให้ชื่อสินค้าว่า แหวนนาคเกี้ยวมณี (ปลุกเสกวัดคำชะโนด) แต่แหวนในลักษณะดังกล่าวหากไม่มีการติดป้ายหรือคำอธิบายว่า ปลุกเสกโดยพระอาจารย์ใด หรือ มีชื่อรุ่นผลิตหรือไม่ มักไม่เป็นที่สนใจในกลุ่มคนเล่นพระหรือคนที่คลั่งไคล้ในวัตถุมงคลมากนัก โดยมากจะเป็นการจำหน่ายสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป ที่เชื่อว่า หากพวกเขาได้ใส่แหวนนี้แล้วอาจทำให้ชีวิตการเงินนั้นดีขึ้น เพราะโดยส่วนมาก แหวนที่จำหน่ายในราคาถูกหรือผลิตในแบบเดียวกันครั้งมาก ๆ มักไม่ผ่านการปลุกเสกหรือผ่านพิธีกรรม เพียงแค่จำหน่ายในพื้นที่ก็สามารถให้ความศักดิ์สิทธิ์กับวัตถุได้แล้ว

ลักษณะของแหวนที่ประกอบด้วยมณีหลากสีนี้เป็นผลมาจากการหยิบเอาตำนานที่เกี่ยวกับการบำเพ็ญเพียรธรรมของพญานาค เพื่อหวังจะให้ตนนั้นบรรลุเป็นพระโพธิสัตว์ โดยตำนานได้เล่าว่า เพชรพญานาคเกิดขึ้นมาด้วยบุญญาธิการแห่งการบำเพ็ญเพียรพระโพธิญาณขององค์มหาพระโพธิสัตว์ที่ตั้งจิตอธิษฐานปรารถนาที่จะได้ลงมาตรัสรู้เป็นองค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า นับว่าเป็นความยากลำบากมาก เพราะจะต้องประกอบไปด้วยการบำเพ็ญเพียรการสร้างสมบารมีให้ครบ 30 ทัศ และต้องลงมาสร้างบารมีขึ้นปรมาตถบารมีอีก 10 ชาติถึงจะสมบูรณ์ทุกประการ โดยมีเรื่องเล่าต่อไปนี้เป็นส่วนขยาย

นับย้อนหลังนานแสนนานไปในสมัยพุทธกาลแห่งองค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า กัสสป ซึ่งได้ลงมาตรัสรู้พระโพธิญาณเพื่อรื้อขนสัตว์ข้ามห้วงวัฏฏะสงสารในมหาภทท์กัปนี้ (ที่มีพระพุทธเจ้าลงมาตรัสรู้ 5 พระองค์ (พระพุทธเจ้าองค์ปัจจุบันเป็นองค์ที่ 4) ทำให้เกิดความสันตะเสนอก็กองไปทั่วพื้นโลกธาตุอนันตจักรวาลด้วยพระบารมีแห่งพระโพธิญาณองค์มหาพระโพธิสัตว์ เกิดเหตุการณ์อัศจรรย์บังเกิดฝนโบกขรพรรษตกลงมา ใครใคร่ให้เปียกก็เปียกใครใคร่ไม่เปียกก็ไม่เปียกด้วยพระบุญญาธิการแห่งองค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า กัสสป เมื่อได้ตกลงมาสู่พื้นพสุธาบางส่วนได้ประมวลตัวรวมธาตุตั้งดูธาตุทั้งสี่คือธาตุดิน ธาตุน้ำ ธาตุลมและธาตุไฟ จนบังเกิดก่อกำเนิดเป็น “เพชรเจ็ดสีมณีเจ็ดแสงธาตุกายสิทธิ์” ขึ้นมา มีรัศมีสว่างไสวเปล่งประกายรัศมีถึง 7 สี สองแสงสว่างไปทั้งกลางวันและกลางคืนนับเป็นเวลา 7 วัน 7 คืน รัศมีแห่งเพชรเจ็ดสีมณีเจ็ดแสงนี้ส่องสว่างครอบคลุมจนไปถึงนครไต้บาดาลบันดาลทำให้เกิดแสงสว่างเป็นรัศมี 7 ประการกลบรัศมีแสงสว่างอัญมณีพลอยอันมีค่าต่าง ๆ ที่อยู่ใต้นครบาดาลทั้งหมด จนเกิดความแตกตื่นโกลาหลไปทั่วทั้งนครบาดาล

เหล่านักินาคาผู้มีฤทธิ์ต่างหาสาเหตุต่าง ๆ ถึงเหตุการณ์อันอัศจรรย์ใจนี้ จนทำให้กษัตริย์ผู้ครองเมืองนครบาดาลทั้ง 7 เมืองนามว่า พญานาคราชสุนันโท กษัตริย์ผู้เป็นใหญ่ผู้ครองเมืองนครบาดาล ที่มีเหล่าบริวารนักินาคาผู้มีฤทธิ์อำนาจกำลังแห่งตนมากมายนับไม่ถ้วน ได้ใช้กำลังบุญฤทธิ์ของตนอธิษฐานขอให้รู้ถึงสาเหตุของปรากฏการณ์อัศจรรย์ใจในครั้งนี้ ด้วยเหตุของกำลังบุญฤทธิ์ที่ได้สร้างสะสมมานานในสมัยอดีตที่ได้เกิดมาเป็นมนุษย์ได้พบพระพุทธศาสนาและได้บวชเรียนเป็นพระภิกษุสาวกแห่งองค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าในอดีตกาล ซึ่งได้ตั้งจิตอธิษฐานจะขอทะนุบำรุงรักษาพระพุทธศาสนาก่อนที่จะละสังขารตายลง (ขอเว้นในเหตุของกฎแห่งกรรมที่ทำให้กำเนิดเป็นพญานาคผู้มีฤทธิ์)

ด้วยเหตุนี้เองทำให้ล่วงรู้ถึงการก่อกำเนิดแห่งเพชรเจ็ดสีมณีเจ็ดแสงด้วยอำนาจผลบุญบารมีแห่งพระโพธิญาณขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าและรู้ถึงหน้าที่ของตนเองที่ได้อธิษฐานเอาไว้ พญานาคราชสุนันโท ผู้เป็นใหญ่ได้แสดงฤทธิ์อำนาจแทรกแผ่นดินขึ้นมาพร้อมกับเหล่าบริวารทั้งหลาย ขึ้นมาสู่พื้นปฐพีมาดูต้นเหตุ อัจฉริยะอันทำให้เกิดความอัศจรรย์ไปทั่วพื้นพิภพได้บาดาล ท่านพญานาคราชสุนันโทได้มีคำสั่งให้เหล่าบริวารทั้งหลายต่างแสดงฤทธิ์อำนาจพาอัญเชิญไปเก็บรักษาเพื่อประโยชน์ต่อพระพุทธศาสนาสืบต่อไป

เหล่านาคีนาคาบริวารทั้งหลายต่างก็อัญเชิญไปเก็บตามถ้ำตามภูเขาหวมดงหมู่ที่พวกตนได้สิงสถิตพักอาศัยอยู่ ส่วนหนึ่งก็ได้บันดาลสีต่าง ๆ มาพอกหุ้มเพชรนาคาหรือเพชรเจ็ดสีมณีเจ็ดแสงเอาไว้ เพื่อให้รอดพ้นจากสายตาหรือน้ำมือจากพวกมนุษย์ใจคิดคดไม่อยู่ในศีลในธรรมหรือจากเหล่าเทพพรหมที่เป็นมิถิชาติฐิ ให้เห็นเป็นเพียงก้อนดินก้อนหินธรรมดา อีกกลุ่มหนึ่งได้นำไปไว้ในถ้ำที่ลึกลับที่ยากจะเข้าไปได้นำไปประดิษฐานเอาไว้ในแอ่งน้ำต่าง ๆ ภายในแต่ละถ้ำที่เห็นสมควรพร้อมกับทั้งอธิษฐานบดบังรัศมีแห่งแก้วนี้เสีย จนรอเมื่อถึงเวลาที่จะต้องทำประโยชน์ต่อพระพุทธศาสนาสืบไป

จะเห็นได้ว่าวัตถุมงคลชนิดนี้เป็นการใช้อุณาภาคในตำนานเข้ามาดัดแปลงเป็นสินค้า ดังนั้น ของวิเศษที่อยู่ในนิทานหรือเรื่องเล่าจึงได้เป็นแค่ตำนาน การนำมาผลิตให้เป็นสินค้า ยิ่งทำให้ตำนานนั้นได้ถูกนำกลับมาเล่าใหม่อีกครั้ง เป็นที่น่าสนใจว่า ในอนุภาคและแบบเรื่องที่เกี่ยวข้องพญานาคานั้น มักมีการปรากฏตัวของพระพุทธเจ้าเป็นตัวหลักของเรื่อง การเข้ามาในแบบเรื่องของพระพุทธเจ้ามักมีการอ้างถึงบุญญาบารมีและการสั่งสมบุญ ด้วยประการนี้เองจึงทำให้สินค้าที่เกี่ยวกับเพชรพญานาคมีสรรพคุณในเชิงบุญที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนาเข้าไปด้วย



ภาพที่ 3 จี้เพชรพญานาคและตะกรุดเจ็ดสีมณีเจ็ดแสง

ที่มา : <https://shopee.co.th>

นอกจากสีสันที่สวยงามแล้ว ยังมีความหมายเคลือบแฝง อาทิ “สีขาว” หมายถึง พลังบารมีพุทธคุณ “สีแดง” หมายถึง สีแห่งกำลังฤทธิ์อำนาจ “สีเขียว” หมายถึง อำนาจจิตที่มีความเมตตาเย็นกายเย็นจิต “สีเหลือง” หมายถึง ความนุ่มนวลมีสง่าราศี ความมั่งคั่ง และสุดท้าย “สีชา (สีพิเศษ)” หมายถึง สีที่มีพลังอำนาจสามารถที่จะยับยั้งอารมณ์ความคิดที่ใช้แต่อารมณ์ได้และมีความพิเศษก็คือจะมีอำนาจทางมีโชคมีลาภอย่างที่ไม่คาดไม่ถึง จึงเป็นสีที่พบได้ยาก

“สีส้ม” หมายถึง พลังแห่งการป้องกันภัยจากอาวฤกษ์อันตรายต่าง ๆ “สีม่วง” หมายถึง พลังที่มีอำนาจลึกลับยากที่จะหยั่งถึงได้ “สีฟ้า” หมายถึง ผู้ที่มีบุญวาสนาที่ได้สร้างสมมาในอดีต “สีน้ำเงิน” หมายถึง ผู้ที่มีอำนาจวาสนาบารมีสูงมีทั้งบุญฤทธิ์และอิทธิฤทธิ์บารมี “สีชมพู” หมายถึง สีแห่งพลังอำนาจเมตตาตามหา นิยมแหวนเพชรพญานาคจึงให้คุณกับผู้สวมใส่ในลักษณะที่แบ่งออกเป็นของชั่วคราวความเชื่อ ชั้นหนึ่งคือการสวมแหวนเพชรพญานาคจะช่วยในเรื่องทรัพย์สินเงินทอง ค่าขายร่ำรวย เพราะเป็นบารมีของพ่อปู่พญานาค ชั้นสอง คือ การได้รับสิริมงคลจากพุทธบารมี ที่พระพุทธเจ้าได้บำเพ็ญธรรมเอาไว้ พุทธบารมีนี้จะช่วยเตือนสติให้ตนเป็นคนดีและไม่ประมาท

1.2 เหริยูปลูกเสกพ่อปู่ศรีสุทโธนาคาธิบติจากตำนานพรหมประกายโลก

เหริยูปลูกเสกนับเป็นวัตถุมงคลหาได้ง่ายที่สุด และมีราคาแพงกว่าวัตถุมงคลชนิดอื่น เพราะรูปแบบการผลิตเหริยูนับเป็นไปด้วยขั้นตอนที่หลากหลาย การปลุกเสกในแต่ละครั้งจะต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมาก ทั้งในรูปแบบของคน พระ และเครื่องประกอบพิธี แต่ที่น่าสนใจก็คือ ความนิยมของเหริยูในแต่ละรุ่นนั้น กลุ่มผู้สนใจจะมุ่งไปที่ “พระเกจิชื่อดัง” ผู้เป็นประธานในการปลุกเสก โดยเหริยูคำโนดนั้นในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา การผลิตเหริยูและปลุกเสกเหริยูมีมากกว่า 10 รุ่น โดยแบ่งไปตามความต้องการในการแสดงอิทธิปาฏิหาริย์ของแต่ละเกจิอาจารย์

การผลิตเหริยูพญานาคนอกจากจะใช้พลังอำนาจในเชิงพุทธแล้ว ยังจำเป็นต้องใช้พลังงานของ ผี ซึ่งในที่นี้แทนภาพด้วย “พญานาค” ดังนั้นรูปแบบการผลิต จึงจะใส่ภาพนูนต่ำในเหริยูแบ่งเป็นสองด้านได้แก่ ด้านที่หนึ่ง จะเป็นภาพพระพุทธรูปประจำวัดสิริสุทโธ และด้านที่สอง จะเป็นภาพนูนต่ำจำลององค์พ่อปู่ศรีสุทโธ และแม่ย่าศรีปทุมมา ทั้งนี้บางรุ่นก็ได้ใส่ภาพนูนต่ำของพระพุทธรูปลงไป แต่จะใส่เป็นภาพของพ่อปู่และวังคำชะโนดแทน แต่ทุกเหริยูล้วนปลุกเสกผ่านพระเกจิดังทั้งสิ้น



เปิดประตูสู่วังบาดาล... **สุพรรณประภายโลก**

เงินไหลทอง ของโบราณ มีอายุหลายร้อยปี
พิธีกรรมอันศักดิ์สิทธิ์และประหลาด

สถานที่สำคัญคือ... **วัดเขมาภิรตาราม**
ทุกปีจะมีการวิ่ง... **วิ่งเขมา**
เจ้าอาวาสวัดเขมาภิรตาราม... **พระครู...**
เข้าร่วมพิธีด้วย... **...**

เงินไหลทอง
พิธีกรรมอันศักดิ์สิทธิ์และประหลาด

พญานาคราชประทานทรัพย์ เงินไหลทอง ของโบราณ
พิธีกรรมอันศักดิ์สิทธิ์และประหลาด

วันเสาร์ที่ ๙ กันยายน ๒๕๖๖ (วันที่ ๕ เดือน ๕)

สอบถามเพิ่มเติมโปรดโทร: 080-2011111, 086-1111172

วัดเขมาภิรตาราม
เปิดตำนานเขมาภิรตาราม
ประเพณี
วิ่งเขมา

ดาวมอญขมวดวงศรราช
ความศักดิ์สิทธิ์... พญานาค และเมืองบาดาล
ศักดิ์สิทธิ์ยิ่ง... ลุงจรรยา ทองสงขลา บึงกาฬ นครพนม สกลนคร
เที่ยวไทยไว้พระ สืบสายสัมพันธ์... กราบไหว้พญานาคราช
เสริมดวงชะตา เสริมบารมี เงินไหลทอง ของโบราณ

ภาพที่ 4 ป้ายโฆษณาเหรียญปลุกเสกที่มีชื่อว่า

“เหรียญเจ้าปู่ศรีสุทโธนาคราช รุ่น พญานาคราชประทานทรัพย์”

ที่มา : http://www.arjanram.com/news_detail.php?id=448&Page=20



ภาพที่ 5 เหรียญรุ่น “พญานาคราชประทานทรัพย์”

ที่มา : <https://www.web-pra.com/shop/jeerasit/show/1295311>

ผู้เขียนได้สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่วัดสิริสุขโรท่านหนึ่ง ท่านเคยเข้าร่วมพิธีการปลุกเสกเหรียญพญานาค รุ่นดังกล่าว ได้ให้ความว่า สาเหตุที่ทางผู้จัดได้เลือกทำรุ่นนี้ขึ้นมาเพราะว่า สถานที่ปลุกเสกเป็นช่องติดต่อระหว่าง สามโลก คือโลกมนุษย์ สวรรค์ และบาดาล จึงทำให้พื้นที่ค่าชะโนดนี้ศักดิ์สิทธิ์ที่สุด และนำมาดัดใช้ในการ ปลุกเสกก็ตกมาจากน้ำในบ่อบาดาล ซึ่งมีฤทธาภาพสูง ประกอบกับบารมีของหลวงพ่อก็จึงจะทำให้เหรียญมีความศักดิ์สิทธิ์ขึ้น

ในขณะที่เดียวกัน ทรรศนะของผู้คนส่วนใหญ่ที่ได้ลงเก็บข้อมูลก็มักจะไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ผู้คนมักมองเอา “ตำนาน” เป็นตัวตั้งสำหรับความเชื่อ แม้แต่ตัวผู้ผลิตเองก็ต้องนำ “ตำนาน” เข้ามาเป็นปัจจัยในการผลิตหลัก เพราะในแง่ของเรื่องเล่าแล้ว มักจะมีผลต่อผู้ฟังจำนวนไม่น้อย ความน่าเชื่อถือถือของการปลุกเสก เครื่องรางค่าชะโนด จึงขึ้นอยู่กับทางเลือกเอาตอนใดตอนหนึ่งของตำนานมาอธิบายปรากฏการณ์การปลุกเสก รวมไปถึงขั้นตอนการปลุกเสกด้วย

แบบเรื่องของผู้ผลิตเลือกเข้ามามีบทบาทในการผลิตวัตถุมงคลรุ่นนี้ ได้หยิบยกมาจากตำนานที่เกี่ยวข้องกับพรหมประกายโลกที่ว่า

“เมื่อสุทโธนาคนได้สร้างแม่น้ำโขงเสร็จแล้วก็มีปลาบึกในแม่น้ำโขงที่เป็นฝ่ายสร้างแม่น้ำขณะสุวรรณ นาคตามสัญญาจึงได้แสดงอิทธิฤทธิ์ ปาฏิหาริย์ เดินทางไปเฝ้าพระอินทร์ที่สวรรค์ชั้นดาวดึงส์ แล้วก็ทูลขอลาจากพระอินทร์ว่า ตัวข้าพเจ้าเป็นชาติเชื้อพญานาค ถ้าจะอยู่บนโลกกับมนุษย์นานเกินไปไม่ได้หรอก จึงขออนุญาตจากพระอินทร์ให้มีทางขึ้น-ลง ระหว่างโลกมนุษย์กับบาดาลเอาไว้ 3 แห่ง และทูลถามพระอินทร์ว่าจะให้สุทโธ นาคครอบครองอยู่ตรงไหน พระอินทร์ก็อนุญาตให้มีทางขึ้น-ลง ของพญานาคไว้ 3 แห่ง คือ 1. ทางขึ้น-ลง แห่งแรก คือ พระธาตุหลวงนครเวียงจันทน์ ในปัจจุบัน 2. ทางขึ้น-ลง แห่งที่สอง คือ หนองคันแเทเสื่อน้ำ ปัจจุบันคือ ดอนก่า 3. ทางขึ้น-ลง แห่งที่สาม คือ พรหมประกายโลก คือ ค่าชะโนด ในปัจจุบัน ทางขึ้น-ลง แห่งที่ 1 และ 2 เป็นทาง ขึ้นลงสู่เมืองบาดาลของพญานาคเท่านั้น ส่วนแห่งที่ 3 พรหมประกายโลกคือ พรหมได้กลั่นไอดิน แล้วพรหม เทวดาลงมากินดิน จนหมดฤทธิ์ กลายร่างเป็นมนุษย์ หรือผู้ให้กำเนิดมนุษย์ ให้สุทโธนาคนตั้งบ้านเมืองครอบครอง ซึ่งมีต้นชะโนดเกิดขึ้นเป็นสัญลักษณ์ที่นำเอาต้นมะพร้าว ต้นหมาก ต้นตาลมาผสมพันธ์เชื่อว่าเป็นต้นไม้บรรพกาล โดยให้สุทโธนาคนมีลักษณะและเป็นอยู่ใน 30 วันดังนี้ คือ ช้างขึ้น 15 วัน ให้สุทโธนาคนและบริวารกลายร่างเป็น มนุษย์ เรียกว่า เจ้าพญาศรีสุทโธ มีวงนาคินทร์เป็นที่พักอาศัยและอีก 15 วันช้างแรม ให้สุทโธนาคนพร้อมบริวาร กลายร่างเป็นนาค เรียกว่า พญานาคราชศรีสุทโธ โดยอาศัยในเมืองใต้บาดาล.....ค่าชะโนด หรือพรหมประกาย โลก เป็นสถานที่พรหมและเหล่าเทวดาลงมากินดินจนหมดฤทธิ์ไม่สามารถกลับสู่สวรรค์ได้ แต่ยังมีฤทธิ์ มีอำนาจ เหนือมนุษย์เป็นลักษณะกึ่งเทพกึ่งมนุษย์ สามารถปรากฏกายให้มนุษย์มองเห็นตัวได้ ซึ่งพรหมเหล่านั้นชาวบ้าน เรียกตามความเชื่อ ว่า ผีบังบด หรือ เทพบังบด”

การเลือกเอาแบบเรื่องในตำนานไปเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยการผลิตสะท้อนให้เห็นเหตุผลของการ เลือกสรรที่ว่า ตำนานที่เหรียญรุ่นนี้ได้หยิบยกขึ้นมาอธิบายประกอบ คือ ตำนานพรหมประกายโลก ซึ่งผู้ผลิตได้

นำคำว่า “พรหมประกายโลก” เข้าไปใส่ในสื่อโฆษณา เพื่อให้คนส่วนใหญ่เกิดศรัทธาแรงกล้า และยอมรับในตัววัตถุมงคลมากขึ้น สำหรับแบบเรื่องที่พบให้ตำนานพรหมประกายโลกคือ แบบเรื่องเทวดาลงมากินวันดิน และเป็นแบบเรื่องทั่วไปที่คนอีสานเข้าใจดี เมื่อความใกล้ชิดระหว่างตำนานและผู้คนมีมากเท่าไร ความต้องการและความเชื่อต่อสิ่งหนึ่ง ก็จะมีมากขึ้นเท่านั้น เพราะผู้คนที่เข้ามาบูชาสินค้า มักจะเลือกสิ่งที่ใกล้ตัว ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่ตนเชื่อ และศรัทธา

ทั้งนี้เมื่อผู้ศึกษาได้ค้นดูประวัติการจัดสร้างวัตถุมงคลในแบบอื่นพบว่า การผลิตวัตถุมงคล โดยเฉพาะเหรียญหรือรูปหล่อ ไม่ได้ปรากฏเพียงพื้นที่คำชะโนดเท่านั้น การปลุกเสกวัตถุมงคลโดยมีองค์พ่อปู่ศรีสุทโธเป็นประธานของเหรียญ ยังพบได้ในหลายพื้นที่ทั่วประเทศไทย การปลุกเสกวัตถุมงคลคำชะโนดในสถานที่อื่น ก็เป็นผลมาจากกระแสนิยมมาคาคติที่มีอย่างแพร่หลาย พระอาจารย์เอกชี้อดองในหลายสำนักได้ใช้กระแสยิมดังกล่าวในการผลิตพระเครื่องเพื่อแสดงอิทธิปาฏิหาริย์ของตน เพราะนาคาคติเป็นที่เข้าใจง่ายและแพร่อิทธิพลไปในสังคมทุกระดับ การใช้กระแสดังกล่าวอาจทำให้เกิดผลประโยชน์ด้านชื่อเสียงและผลประโยชน์ด้านรายได้มหาศาลต่อตัวสำนัก

ดังนั้น การทำให้เป็นสินค้าของความศักดิ์สิทธิ์ดังกล่าวเอง ก็มีได้ผูกขาดการผลิตไว้แต่เพียงสำนักคำชะโนดเท่านั้น แต่ยังมีเอื้อประโยชน์ให้กลุ่มสำนักอื่นได้กระทำการผลิตซ้ำ และการผลิตนาคาคติภายใต้วัตถุมงคลเอง ก็ไม่มีการต่อรองหรือช่วงชิงความหมายซึ่งกันและกัน การตีความเรื่องปาฏิหาริย์ การนำตำนานและเรื่องเล่าไปใช้ยังคงเป็นแบบเดิม เนื่องจากกระแสยิมในด้านความเชื่ออยู่ในลักษณะ “ความเชื่อสาธารณะ” กล่าวคือ ทุกคนรับรู้ในความหมายและนำไปใช้หรือตีความได้ เราอาจจะมองได้อีกว่า ระบบสัญลักษณ์ของพญานาคที่คำชะโนดเป็นระบบสัญลักษณ์เดียวกันกับทุกพญานาคและความศักดิ์สิทธิ์ในสถานที่อื่น การยึดถือสัญลักษณ์เดียวกันนี้เอง จึงทำให้เกิดการหิบบัณฑิตวัฒนธรรมและความหมายได้สร้างใหม่ที่สถานที่อื่น ๆ และได้รับกระแสตอบรับที่ดีเช่นเดียวกัน นอกจากนี้บางสำนักยังนำส่วนแบ่งจากการเข้าบูชาวัตถุมงคลมายังวังคำชะโนด โดยอาจจะมาในรูปแบบของยอดกฐิน ผ้าป่า ตลอดจนของปัจจัยสนับสนุนในกิจการต่าง ๆ ของวังคำชะโนด

1.3 กระรอกต่อน : วัตถุมงคลจากตำนานผาแดง-นางไอ่

วัตถุมงคลอีกหนึ่งชนิดที่ผู้ผลิตนำมาจากอนุภาคนิทานเรื่องผาแดง-นางไอ่ คือ กระรอกต่อน (กระรอกเผือกขาว) หรือในสายเซียนพระเรียกว่า “กระรอกเผือกเทวดาหลงห้อง” โดยมีอาคมที่สนับสนุนการมีเสน่ห์ขั้นสุดของผู้บูชา อนุภาคกระรอกนี้มาจากตำนานที่ว่า ท้าวพังคี่ ผู้เป็นบุตรของพ่อปู่ศรีสุทโธนาคาได้แปลงกายไปใกล้ชิดนางไอ่คำ ซึ่งต่อมาได้เกิดโคกนาฏกรรมครั้งใหญ่ จนเหล่าบรรดาพญานาคได้มันแผ่นดินจนล่มจมกลายเป็นหนองหาน จ.สกลนคร ในปัจจุบัน กระรอกที่กลายเป็นสินค้ามงคลไม่ได้มีอนุภาพตามแบบเรื่องผาแดง-นางไอ่ แต่เป็นการดัดสรรมาเฉพาะ และนำอนุภาคในนิทานมาสร้างความหมายใหม่ในบริบทของวัตถุมงคล กระนั้นเองกระรอกต่อนยังไม่หลุดพ้นจากการใช้โชคลาภเงินทอง แต่เป็นวัตถุมงคลที่พิเศษกว่าวัตถุมงคลชนิดอื่นตรงที่จะเพิ่มความเสน่ห์แก่ผู้บูชา เพราะว่ ในตำนานผาแดงนั้น ท้าวพังคี่ผู้ปลอมตัว ได้มีแรงจูงใจจาก

ความรักและความหลงใหลในตัณหา กระรอกเผือกเทวดาหลงห้อง จึงถูกนิยามความหมายให้สัมพันธ์กับความรักและความเสนาหา คล้ายกับเหรียญขุนแผนที่ปลุกเสกจากความเจ้าชู้ของตัวละครในขุนช้างขุนแผนนั่นเอง

คำอธิบายประกอบการขายวัตถุมงคลชนิดนี้ได้มีการพยายามสร้างความหมายจากส่วนต่าง ๆ ของกระรอกค่อน โดยมุ่งเน้นการตอบสนองเรื่องเงินทอง โชคลาภ และความรัก และออกแบบสำหรับศรัทธา “เพศชาย” เป็นหลัก เนื่องจากตัววัตถุมงคลออกแบบจากตัวท้าวพังคี่ รูปแบบการใช้คำประกอบและสรรพคุณจึงมีนัยของ “การให้หญิงรักหญิงหลง” แบบวัตถุมงคลขุนช้างขุนแผน การให้คำอธิบายประกอบสินค้าได้ยกมาเสนอความว่า

“กระรอกเผือกนั้นไม่ธรรมดาเลยทีเดียว ในตำนานกระรอกเผือก เมตตามหานิยม แร่ง แม่แต่เทวดา ยังหลงห้อง หลงหอ หลงวิมาร “สิ้นฤทธิ์ด้วยอิทธิมหาเมตตาบารมี” กระรอก “พญา” มีคุณานุภาพพิเศษที่คนพบใช้ติดตัวหรือสัก ผังรูปผิงรอย จะมีอานุภาพเป็นอเนกอนันต์กาล ดังนี้

เสน่ห์สูงส่งมาก สูงขนาดว่า ไม่ต้องวิ่งหาสาว ๆ เพราะสาวแก่แม่หม้ายจะเข้าแถวมา ขอร่วมผสม-ผสม-คู่เอง ไม่ต้องจีบไม่ต้องร้องไม่ต้องบอกไม่ต้องวิ่งหา เพราะคุณสมบัติกระรอกข้อหนึ่งว่า “เมื่อไหร่ที่จะคึกคักกับมีสัมพันธ์สาวท สัมพันธ์รัก ตัวเมียจะวิ่งไปหาตัวผู้ผสมพันธุ์” ตัวผู้ที่เก่งกล้าแข็งแรง กำยำ ล่ำสัน ตัวเมียจะต่อแถวเข้ามา ถ้ามีตัวผู้หลายตัว ตัวเมียจะเลือกตัวผู้ที่ “ชนะ” ยอมให้มีสัมพันธ์สาวททันที คุณสมบัติที่เป็นเลิศของกระรอก อีกอย่างคือ ปราดเปรียวรักอิสระ ไม่มีใครสามารถจับกระรอกตง กระรอกป่าด้วยมือเปล่าแม้แต่คนเดียว ใครใช้กระรอกเผือกอาคม จึงเป็นที่สุดแห่งเรื่อง แคล้วคลาด ปลอดภัยจาก ภัยอันตราย ทุกอย่าง เอาตัวรอดได้อย่างปาฏิหาริย์ ว่องไว ปราดเปรียว เหนือคน

นอกจากนี้กระรอกพญา จะมีฤทธิ์ทรัพย์ เก็บอาหารไว้ที่หน้าห้อง เหมือนมี “คลังสมบัติ” ติดตัว (ที่หน้าห้องกระรอกเผือกหลวงปู่ให้ประทับยันต์ เศรษฐีไว้ด้วย) ใครได้ใช้กระรอกเผือก จึงเป็นผู้มีกิน มีใช้ตลอดเวลาไม่รู้จัก อด อยาก ยาก จน นึกว่าจะกิน ก็ได้กิน นึกว่าจะใช้ก็ได้ใช้ มีทรัพย์สมบัติเก็บไว้ติดตัวเสมอไป อย่างนี้เรียกว่า คหบดี-เศรษฐีก็ไม่ผิด กระรอกเผือกแรงเรื่องทรัพย์สินอย่างนี้

อีกเรื่องที่เสริมกัน คือ “หากินคล่อง” ถามว่าเคยเห็นกระรอกตัวไหนอดตายไหม คำตอบคือว่า ไม่เคย เพราะ กระรอก จะซ่อนอาหารไว้ตามรอยแตกของต้นไม้ กระรอกจะหากินแต่เช้า ใครใช้กระรอกเผือกอาคมก็ได้รับอานิสงส์นี้เช่นกัน คือ หากินคล่องไปเสียทุกอย่างมีคนหยิบยื่นให้ ชายของก็ขายดี ทำงานเป็นนายหน้า นายกระกันก็มีลูกค้ำมีคนอุดหนุนจนเจือ คล่องแคล่ว ว่องไวไปเสียทุกเรื่อง มีคนช่วยเหลือกิจการไปเสียทุกอย่าง”

อนุภาคกระรอกค่อนในตำนานผาแดง-นางไอ่ ที่ถูกนำออกมาผลิตเป็นวัตถุมงคลมีได้มีนัยที่เกี่ยวกับตัวเรื่องหลักอย่างตรงไปตรงมา ในแง่หนึ่ง “ตัวละคร” ในตำนานเป็นเพียงสิ่งสมมติของผู้แต่งและจินตนาการของผู้รับฟัง การอุปโลกน์ใด ๆ ก็ตามขึ้นในเนื้อเรื่อง เมื่อถูกนำออกมาเป็นวัตถุหรือของจริง มักจะมีสถานะว่างเปล่าเป็นเพียงวัตถุที่ไร้ความหมายในโลกของความเป็นจริง ผู้ผลิตจึงนำความว่างเปล่านี้มาใส่

ความหมายใหม่ โดยอาจจะเคล้าความหมายเดิมเพื่อให้ “ความหมาย” ระหว่างตัวละครและตัววัตถุเป็นไปในทิศทางเดียวกันก็ได้



ภาพที่ 6 “กระรอกเผือกเทวดาหลงห้อง” หรือ “กระรอกเสน่ห์” จากตำนานผาแดง-นางไอ่
ที่มา : <https://palungjit.org/threads>

1.4 วัตถุมงคลที่เกี่ยวข้องกับ “หลวงปู่คำตา”

“หลวงปู่คำตา” คือ ผู้มีอิทธิพลในการพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นอย่างมาก เนื่องจากท่านมีบทบาทในการพัฒนาวัดสิริสุขุโธและมีเรื่องเล่าที่สร้างความศักดิ์สิทธิ์ขึ้นมา ความขลังที่ปรากฏในเรื่องเล่าของ “ปู่คำตา” ได้ถูกเล่าขานและถูกนำมาผลิตเป็นเครื่องรางของขลังหลายรุ่น ทั้งในรูปแบบของเหรียญ จี๊พระ รูปภาพ รวมไปถึงสินค้าอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปู่คำตา

การผลิตวัตถุมงคลที่ดัดแปลงมาจาก “เรื่องเล่า” ของหลวงปู่คำตาได้รับความนิยมไม่แพ้กับการดัดแปลงจากอนุภาคตำนาน เพราะผู้คนส่วนใหญ่มองว่า หลวงปู่คำตามีตัวจริง สัมผัสได้ และเคยเป็นพระที่วัดสิริสุขุโธ การอ้างถึงปาฏิหาริย์ต่าง ๆ ของหลวงปู่คำตามจึงเป็นที่ประจักษ์มาก่อนหน้านี้แล้ว ทั้งนี้เหรียญวัตถุมงคลของหลวงปู่คำตายังคงได้รับความนิยมไม่แพ้วัตถุมงคลชนิดอื่น ๆ เพราะยังคงได้รับการผลิตและปลุกเสกมาจนถึงปัจจุบัน

ในปี พ.ศ. 2563 คณะกรรมการบริหารคำชะโนดได้จัดสร้างวัตถุมงคลที่มีชื่อว่า “เหรียญที่ระลึกเหรียญจากกันบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด” โดยมีหลวงปู่ผอง เตชปัญโญ วัดวังมหาร อ.เมือง จ.นครสวรรค์, หลวงปู่สม กวิสโร วัดป่าพิศาลสุทธาวาส อ.พิบูลย์รักษ์ จ.อุดรธานี, พระอาจารย์สหชาติ ฑีปธัมโม วัดป่าหนองเอี่ยน จ.สกลนคร และหลวงปู่ใหญ่ วัดด่านจิว ได้เมตตานั่งปรกอธิษฐานจิตปลุกเสก หนึ่งในคณะกรรมการบริหารคำชะโนดกล่าวว่า วัตถุมงคลนี้เป็นเหรียญจากกันบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด จะเปิดให้คณะศรัทธาเช่าบูชาเพื่อความ เป็นสิริมงคล เพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจตามความเชื่อ และรายได้ส่วนหนึ่งนั้นเราจะนำมาจัดสร้างพิพิธภัณฑ์หลวงปู่คำตา ศิริสุขุโธ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งตำนานที่เชื่อมโยงกับภูพานาคที่ดินแดนศักดิ์สิทธิ์คำชะโนดนี้



ภาพที่ 7 เหรียญหลวงปู่คำदारุ่น “บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์”

ที่มา : <https://siamrath.co.th>

การจัดสร้างวัตถุมงคลในรูปแบบต่าง ๆ ยังคงผูกโยงกับตำนานและเรื่องเล่ามาโดยตลอด เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นการยืนยันการมีตัวตนของพญานาคและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในวังคำชะโนด การเลือกเอาความหมายของหลายสิ่งมากำหนดไว้ในสิ่งเดียวกันก็เป็นมุมสะท้อนให้เห็นถึงการคัดสรรของผู้ผลิต ที่ต้องสรรหาเรื่องราวลงมาเติมในสินค้า เพื่อให้สินค้าและวัตถุมงคลมีคุณค่าและเรื่องราว เป็นจุดขายที่โดดเด่น โดยเฉพาะการนำเรื่องเล่าที่เป็นที่รู้จักเข้ามาใส่ไว้ในวัตถุมงคลก็ยิ่งสร้างความเชื่อถือแก่ผู้ศรัทธาอย่างยิ่ง

ทั้งหมดทั้งมวลทำให้เรามองเห็นว่า วัตถุมงคลทุกชนิดในคำชะโนดล้วนเป็นการจัดสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองการมีตัวตนของพญานาคและความศักดิ์สิทธิ์ของปาฏิหาริย์ที่อยู่ในพื้นที่ การปลุกเสกยังคงสร้างความฉงนใจกับหลักพระธรรมที่ว่า พุทธศาสนาให้ความสำคัญกับหลักความเป็นเหตุเป็นผลมากกว่าการหลงเชื่อและงมงาย ทั้งยังพยายามเบียดขับสิ่งที่แตกต่างออกจากกรอบความเป็นพุทธ เช่น ไสยศาสตร์และมนตรา แต่การปลุกเสกวัตถุมงคลหลายชนิดที่กล่าวมา ล้วนอาศัยความสัมพันธ์เชิงพุทธและไสยศาสตร์รวมกัน การผสมผสานดังกล่าวถือเป็นการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในบริบทสังคมที่ทันสมัยและมีการเปลี่ยนแปลง ทั้งยังตอบสนองต่อลัทธิบริโภคนิยม การบูชาสินค้า และกระบวนการผลิตที่เน้นผลกำไรมากกว่าศรัทธา จนในที่สุด พุทธ-ไสย จึงกลับมาอยู่ร่วมกันอีกครั้ง ทั้งการคัดสรรตำนานและความหมายในตำนานเข้ามาประกอบสร้าง ยิ่งทำให้มูลค่าของวัตถุมงคลมีเรื่องราว มีชีวิตและน่าค้นหายิ่งขึ้นสำหรับกลุ่มผู้บริโภค

2. เรื่องเล่าและตำนาน : กระบวนการผลิตเพื่อตอบสนองการบริโภคนิยม

การออกแบบวัตถุมงคล ตลอดจนสินค้าที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับพญานาคในคำชะโนดนี้ ปฏิเสธไม่ได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการผลักดันนโยบายภาครัฐ ที่ได้พยายามส่งเสริมให้ท้องถิ่นหยิบยก “วัฒนธรรม” มาผลิตในรูปแบบของสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการบริโภคในยุคทุนนิยม นโยบายของภาครัฐดังกล่าวอยู่ในได้เริ่มปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2551- พ.ศ. 2555) มุ่งเน้นให้ท้องถิ่นนำ “ทุนทางวัฒนธรรม” เข้าสู่ระบบการผลิตในรูปแบบสินค้า ทั้งนี้นโยบายดังกล่าวยังมีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” (Creative Economy) อันนำมาสู่การออกแบบงานศิลปะหลายชนิด ซึ่งวัตถุมงคลทุกชนิด ก็จัดว่าเป็นผลผลิตของงานศิลปะด้วยเช่นกัน (Sawangchotti, 2018)

เมื่อเรากลับมามองย้อนดูผลพวงของระบบเศรษฐกิจและนโยบายการส่งเสริมการผลิตสินค้าจากทุนวัฒนธรรม จากการศึกษาวัตถุมงคลต่าง ๆ ที่กล่าวมา พบว่าผู้ผลิตได้นำความหมายของตำนานและเรื่องเล่าเข้าสู่ขั้นตอนการผลิต การจำหน่ายและการบริโภค ซึ่งมีลักษณะดังนี้

2.1 กระบวนการเปลี่ยนแปลง “นามธรรม” ให้กลายเป็น “รูปธรรม”

ในขั้นตอนนี้เราสามารถมองเห็นถึง “ที่มาของอำนาจของพญานาคในวัตถุมงคล” ซึ่งเป็นหัวใจหลักในการผลิตสินค้าและวัตถุมงคล ดังเช่นตัวอย่างที่มีมาก่อนหน้านี้แล้ว นั่นก็คือ การดึงเอาอนุภาคตำนานและเรื่องเล่าเข้ามาเป็นส่วนประกอบในการผลิตสร้าง ทั้งนี้การผลิตให้เป็นรูปธรรมอันนำมาจากตำนาน ได้สร้างความตื่นเต้นสำหรับผู้บริโภคเพราะ กลุ่มคนเหล่านี้ได้จับต้องสิ่งที่ไม่เคยมีอยู่จริงให้กลายเป็นสิ่งที่จับต้องได้ เช่น เพชรพญานาคและกระรอกต่อน เป็นต้น ทั้งการผลิตยังเอื้อประโยชน์แก่ผู้บริโภค ผ่านการดัดแปลง ออกแบบให้เข้ากับสมัยนิยม ลดความน่ากลัวของวัตถุมงคล และเพิ่มมูลค่าด้วยการออกแบบที่ทันสมัย

2.2 กระบวนการผลิตเชิงสถาบัน

กระบวนการส่วนนี้จะกล่าวครอบคลุมไปถึง 3 กระบวนการ คือ การผลิต การตลาด และการจำหน่าย ในกระบวนการผลิตนั้น ผู้ผลิต (คณะกรรมการบริหารคำชะโนด/พ่อค้า) จะเป็นผู้กำหนดรูปแบบของสินค้าและให้พระเกจิอาจารย์ชื่อดังหรือผู้มีคาถาอาคมเป็นผู้ปลุกเสก กรรมวิธีอันนี้ถือได้ว่ามีส่วนสำคัญต่อการจำหน่าย เพราะหากรุ่นที่ผลิตได้รับการปลุกเสกจากพระอาจารย์หรือสำนักชื่อดังก็สามารถดึงดูดการบริโภคได้สูง

ส่วนของการตลาดและการจำหน่ายนั้น เราจะเห็นได้จากรูปแบบการจำหน่ายทั้งในร้านค้าและในร้านค้าออนไลน์ ที่เป็นสื่อในการนำเสนอสินค้า รูปแบบการนำเสนอผ่านข้อมูลที่ผู้ขายเป็นผู้กำหนดเอง โดยผู้ขายจะนำตำนานหรือเรื่องเล่าเข้ามาประกอบสินค้าเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและกระตุ้นลูกค้า ตลอดจนการเลือกใช้คำอธิบายประกอบรูปภาพ หรือที่เรียกในภาษาพูดว่า “แคปชั่น” ที่ดึงดูดและโน้มน้าวใจ ซึ่งถือว่าเป็นกระบวนการตลาด สำหรับผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อ

2.3 กระบวนการทำให้วัตถุดิบตอบสนองความเป็นปัจเจก

การผลิตวัตถุดิบทุกรูปแบบ ได้ออกแบบและจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นทั้งชายหรือหญิง จุดเด่นของการตอบสนองนั้น อาจจะเป็นรูปแบบของการออกแบบให้สอดคล้องกับเพศและยุคสมัย เช่น การดัดแปลงเพชรพญานาคให้กลายเป็นจี้พระหรือสร้อยกำไลที่สามารถใส่เป็นรูปแฟชั่นได้ หรือคงสภาพการเป็นจี้พระแบบเดิมสำหรับลูกค้าบางกลุ่ม ส่วนในเรื่องของการจำหน่ายก็สามารถหาซื้อได้ในออนไลน์ หน้าร้านหรือจัดสั่งทำพิเศษ ขึ้นอยู่กับว่ากลุ่มผู้บริโภคจะเลือกใช้แบบใดเป็นหลัก การเพิ่มปัจจัยการผลิตและการนำเสนอสินค้าที่หลากหลายขึ้นก็เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย

ในด้านผู้บริโภคนั้นพวกเขาจะเลือกวัตถุดิบที่สอดคล้องกับชีวิตตนเองเป็นหลัก เช่น ชายหนุ่มอาจต้องการ “กระรอกค่อน” เพราะอยู่ในช่วงที่ต้องการความรักและความสนใจของเพศตรงข้าม หรือวัตถุดิบมงคลบางชนิดอาจตอบสนองความต้องการของบรรดากลุ่มพ่อค้าแม่ค้า ที่เชื่อว่าหากได้บูชาไปแล้วจะช่วยให้ค้าขายได้ดียิ่งขึ้น

โดยส่วนมากแล้ว วัตถุดิบที่ปรากฏในแผงจำหน่ายหรือการจำหน่ายในรูปแบบของระบบออนไลน์จะมุ่งเน้นไปในเรื่องของความโชคดี โชคลาภ การเงิน การค้าขาย และสุขภาพเป็นหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความผันผวนของระบบเศรษฐกิจไทยในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 ได้สร้างความระส่ำระสายให้กับชีวิต เกิดความไม่มั่นคงด้านการเงินอย่างมากในหมู่ครัวเรือนไทย ด้วยสภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว คนจำนวนมากจึงหันเข้าสู่การบูชาเครื่องรางของขลังมากขึ้น เพื่อเป็นกำลังใจในการประกอบอาชีพและนำความโชคดีในการซื้อล็อตเตอรี่ บ่อยครั้งที่การถูกรางวัลจากสลากกินแบ่งรัฐบาล มักมีการสร้างเรื่องเล่าเชิงประสบการณ์ที่เกี่ยวกับพญานาคและสิ่งศักดิ์สิทธิ์อื่น ๆ เช่น การบูชาวัตถุดิบมงคลแบบนี้ ได้นำความโชคดีมาด้วยตนเอง เป็นต้น และเมื่อมีการกล่าวถึง “ความขลัง” ในลักษณะดังกล่าว ก็ย่อมส่งผลดีต่อผู้ผลิตสินค้า ในการประกอบสร้างเรื่องราวเชิงประสบการณ์ให้แก่วัตถุดิบของตนเอง

ประสบการณ์ในเชิงปัจเจกของผู้เล่า ในบางครั้งได้หยิบยกความเป็นนิทานและตำนานหลักเข้าไปเกี่ยวข้องในลักษณะ การอธิบายในรูปความฝันหรือการอธิบายผ่านร่างทรงว่า เพราะเคยเป็นพญานาคในคำชะโนดในภพภูมิต่าง ๆ จึงทำให้ผลของบารมีมาปรากฏในภพชาตินี้ด้วย เรื่องราวที่มาจากคำบอกเล่า จึงยังสร้างความศักดิ์สิทธิ์ให้แก่วัตถุดิบมากขึ้นและกระตุ้นผู้บริโภคให้หันมาสนใจมากขึ้นเช่นกัน ซึ่งในสังคมไทยนั้น การทำให้วัตถุดิบกลายเป็นสมบัติส่วนตัวเพื่อสนองความต้องการต่อปัจเจกนั้นมีมาตั้งแต่อดีต เช่น กรณีของพระเครื่องในยุคหลวงปู่ศุข ที่ได้ศึกษาว่า ทุนนิยมได้พยายามแปรเปลี่ยนสิ่งศักดิ์สิทธิ์ให้กลายเป็นสินค้าเพื่อเข้าถึงปัจเจกได้ง่ายขึ้น โดยมีการหยิบยกและเติมแต่งจากเรื่องเล่าเข้าไปเพื่ออ้างความขลังให้กับผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตสินค้า

2.4 การปะทะประสานทางวัฒนธรรม

ทั้งหมดทั้งมวลได้ทำให้เราได้วิเคราะห์ต่อไปว่า การเกิดขึ้นวัฒนธรรมที่เป็นที่นิยมกันมากในสังคม แสดงให้เห็นถึงกระบวนการกลายเป็นสินค้าแบบสมัยใหม่ ในขณะที่เดียวกันยังเป็นจุดที่แสดงให้เห็นการปะทะประสานของคุณค่าด้านไสยศาสตร์ ความเชื่อ คติพุทธ ที่ฝังทางจิตใจ กับความหมายใหม่ในแง่ของการตลาดและการค้าขาย กระบวนการผสมผสานระหว่าง นาคาคติ ไสยศาสตร์ ตำนานเรื่องเล่า และการตลาดแบบใหม่ อาจจะมีมุมมองในมุมมองของประดิษฐ์ประเพณี (The Invention of Tradition) ของ (Hobsbawm and Ranger, 1983) ที่พยายามนำเสนอว่า ประเพณีถูกสร้างขึ้น ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบของพิธีกรรมและสัญลักษณ์ จะถูกกระทำซ้ำแบบเดิม (Repetition) ซึ่งแสดงถึงความต่อเนื่องในอดีต โดยอ้างเชิงประวัติศาสตร์ที่ “ประเพณีใหม่” จัดวางตัวเองลงไปนั้นไม่จำเป็นต้องเป็นอดีตที่ยาวนาน มันจึงเป็นความต่อเนื่องที่ประเพณีประดิษฐ์ใหม่อ้างถึงนั้นเป็นสิ่งสมมติขึ้นอย่างขนานใหญ่ เพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ใหม่ ซึ่งอาจจะมีทั้งการประยุกต์เอาของเก่าและใหม่มาผสมผสานกัน ดังเช่นการดัดแปลงเอาคตินาคาคติดั้งเดิมที่ผ่านตำนานเรื่องเล่าสู่การเป็นสินค้าในภาวะสมัยใหม่

ในขณะที่เดียวกันเรายังเห็นการคัดสรร (Selective Tradition) ของ Williams ที่กล่าวว่า ประเพณีของการเลือกสรรนั้นทรงพลังในทางปฏิบัติ เพราะมันมีการตั้งใจคัดสรรอย่างจงใจ ในการจะเลือกหยิบยกเอาวัฒนธรรมหรือความหมายหนึ่ง มาสอดคล้องกับบริบทในสังคมปัจจุบัน และสิ่งที่ถูกเลือกสรรจะดำรงไว้ในฐานะ “ธรรมเนียมประเพณี” ที่ร่วมสมัยในที่สุด (Williams, 1961 อ้างโดย Khamawan, 1994)

บทสรุป

กระบวนการกลายเป็นสินค้านี้กล่าวได้ว่าสามารถถูกอธิบายได้สองชุดความคิด ดังนี้ ชุดความคิดแรก โลกาวัดตนกับการกระตุ้นสินค้าท้องถิ่นนิยมและการเป็น “คติชนสร้างสรรค์” กล่าวคือ ตำนาน นิทานและเรื่องเล่า ในทางคติชนวิทยานั้น ถือว่าเป็น “ข้อมูลทางวัฒนธรรม” และเมื่อเกิดภาวะสมัยที่ทุกอย่างสามารถนำไปเป็นสินค้าได้ ข้อมูลนี้จึงกลายเป็น “ทุนทางวัฒนธรรม” ที่สามารถต่อยอดและสร้างสรรค์ดัดแปลงให้อยู่ในรูปแบบของสินค้าและบริการได้ เราจะเห็นได้ว่าจากข้อมูลที่เป็น “คุณค่า” กลับกลายเป็น “มูลค่า” ในด้านเศรษฐกิจ ภายใต้กรอบคิด “การสร้างสรรค์” แต่กระนั้นเอง การสร้างสรรค์สินค้าวัฒนธรรมย่อมมีการแอบแฝงความศักดิ์สิทธิ์เข้าไปประกอบสร้างด้วย มิฉะนั้นแล้ว สินค้าจะไม่ได้รับการตอบรับที่ดี การออกแบบและรูปแบบการสร้างจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในสินค้าจากพญานาค เพราะหากมุ่งไปที่การออกแบบสินค้าเพียงด้านเดียว จะทำให้เกิดภาวะการลดทอนของรูปสัญลักษณ์ที่จากเดิมเป็นรูปเคารพ เช่น พญานาคที่เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ถูกแปรรูปเป็นพวงกุญแจ ก็จึงทำให้กลายเป็นแค่พวงกุญแจธรรมดา ดังนั้น สินค้าจำต้องมีความศักดิ์สิทธิ์ผ่านการปลุกเสก และการใช้ตำนานเข้าไปประกอบสร้างความศักดิ์สิทธิ์ขึ้นมา

หรือในอีกทางหนึ่งอาจจะกล่าวได้ว่า กระแสของการบูชาเครื่องรางพญานาค คือ ภาพสะท้อนของชีวิตบนความเสี่ยง ไม่มั่นคงและไร้เสถียรภาพ สภาพเศรษฐกิจและสังคมไทยในช่วงปี พ.ศ. 2560 เป็นต้นมา ได้เกิด

ความผันผวนทางด้านสังคมและการเมืองอย่างมาก บ่อยครั้งที่เกิดเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองและสถานการณ์โลก ก่อให้เกิดความไม่เสถียรภาพในการใช้ชีวิต ในแง่ของการเงิน การใช้ชีวิต และความปลอดภัย ไม่เพียงเท่านั้น การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในช่วงปี พ.ศ. 2563 ยังซ้ำเติมให้ความวุ่นวายที่เกิดมาก่อนหน้านั้นทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ภาพการล่มสลายทางเศรษฐกิจและการค้า ตลอดจนวิถีชีวิตผู้คนได้ปรากฏให้เห็นอย่างเพิ่มมากขึ้น ตรงนี้เองทำให้ชีวิตของผู้คนต้องก้าวสู่ความเสี่ยงในหลายมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจและสุขภาพ ความผันผวนที่โลกอยู่ในระบบโลกาภิวัตน์ ผู้คนเองก็พยายามสร้างความต้องการแสวงหาอัตลักษณ์ใหม่แก่ตนเอง และสิ่งหนึ่งที่มาพร้อมกับการเป็นโลกาภิวัตน์เองคือ ภาวะความเสี่ยงทางสังคม (Risk Society) สภาพของผู้คนที่ไม่สามารถคาดการณ์หรือหาทางออกให้กับตนเองได้ ภาวะการแข่งขันที่ผู้คนต้องพยายามเอาชนะ ตลอดจนสถานะทางเศรษฐกิจที่ต้องพึ่งตนเองและครอบครัวในระบบทุนนิยม จึงทำให้ผู้คนเกิดความสับสนในอนาคตและชะตาชีวิตของตัวเอง จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่สังคมไทยที่มีฐานความเชื่อในศาสนาผิอยู่แล้ว จะผลิตซ้ำวัฒนธรรมความเชื่อเดิน เพื่อเป็นทางออกของตนเองในยามที่โลกผันผวน

ในแง่คำอธิบายเชิงสังคมวิทยาก็มีการอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างทางสังคมที่ทำให้ความไม่แน่นอนและไร้เสถียรภาพมีอัตราที่เพิ่มสูงขึ้น มิงงานของ (Kittiarasa, 1999) ใน You May Not Believe, But Never Offend the Spirits: Spirit-Medium Cult Discourses and the Post modernization of Thai Religion ได้พยายามอธิบายปรากฏการณ์เกี่ยวกับความเสี่ยงทางสังคมที่ส่งผลต่อผู้คน งานศึกษาทั้งหมดตลอดจนงานศึกษาชิ้นนี้เองก็อธิบายได้ว่า โลกาภิวัตน์มิได้ขับไล่ให้ความเป็นท้องถิ่นนิยมนั้นสาบสูญไปจากกระแส หากแต่ได้เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดกระแสท้องถิ่นนิยมเพิ่มมากขึ้น ทั้งในด้านปัจจัยการท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมและชุมชน เป็นตัวแสดงจึงทำให้เกิดความนิยมในด้านการท่องเที่ยวตามท้องถิ่นต่าง ๆ เกิดขึ้น ในขณะเดียวกันบริบทการท่องเที่ยวนี้เองที่ทำให้เกิดการเอาทุนทางวัฒนธรรมมาประดิษฐ์เป็นสินค้า ทั้งวัดมุงคลและของที่ระลึก ทั้งการผลิตวัดมุงคลเองก็เกิดมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ที่ทำให้คนรู้สึกแข่งขันในสังคม เปลี่ยนเหงาและสิ้นหวัง จึงจำต้องอาศัย “ไสยศาสตร์” เข้าไปมีบทบาทในชีวิตมากยิ่งขึ้น ทั้งหมดล้วนจะเป็นเหตุอันที่มีมาจากแหล่งเดียวกันคือ ระบบโลกาภิวัตน์นั่นเอง

นัยยะหนึ่งของการผลิตเครื่องรางของขลัง ยังถือได้ว่าเป็นหนึ่งในการรักษาตำนานและนิทานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับภูวนาคไว้เช่นกัน กล่าวคือ トラบไต่ที่ผู้คนยังให้ความสนใจในความศักดิ์สิทธิ์ แม้ว่าเรื่องเล่าจะไม่ได้อยู่ในด้านแรกของความสนใจ แต่การผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการ ย่อมต้องใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาในฐานะวัตถุดิบในการผลิต สอดแทรกเข้าไปอยู่ดี และแน่นอนว่า “ภาวะสิ้นสุด” ของความเชื่อและพิธีกรรมดั้งเดิมยังคงไม่ถึงกาลมาถึงในสังคมไทยอย่างแน่นอน トラบไต่ที่ “ผู้บริโภคร” ยังมีความต้องการอย่างไม่หยุดสิ้น

เอกสารอ้างอิง

- Chankham, P. (2008). **Naka: The Ideology in Khamchanod to Commodification**. Master's Thesis (Sociology and Anthropology). Thammasat University. (in Thai)
- Craig, J.R. (2019). **Power, Protection, and Magic in Thailand: The Cosmos of a Southern Policeman**. Australian National University Press.
- Hobsbawm, E.J. and Ranger, T.O. (1983). **The Invention of Tradition**. Gam-bridge and New York: Cambridge University Press.
- Kittiarsa, P. (1999). **You May Not Believe, But Never Offend the Spirits: Spirit-Medium Cult Discourses and the Postmodernization of Thai Religion**. Doctor's Dissertation (Sociocultural Anthropology). University of Washington.
- _____. (2008). **Buddha Phanit: Thailand's Prosperity Religion and Its Commodifying Tracie's in Religious Commodifications in Asia**. Marketing Gods, London: Routledge.
- Khamawan, K. (1994). **Raymond Williams's Concepts in Cultural Studies and Analysis**. Master's Thesis (Sociology and Anthropology). Thammasat University. (in Thai)
- Mekarkad, K. (2017). **Child Ghost: Meaning and Commodification in Globalization**. Master's Thesis (Sociology and Anthropology). ChiangMai University. (in Thai)
- Sawangchotti, W. (2018). **Cultural Industrial and Creative Economy**. Bangkok: Social Enterprise Leadership Center, Kasetsart University. (in Thai)