

การสร้างผลงานศิลปะภาพถ่ายจากภาพสะท้อนวัฒนธรรม
การบูชาวัตถุมงคล
Fine Art Photography as Reflected on Amulet Worshipping
Culture

¹ ประทีป สุรธาทองไทย
Prateep Suthathongthai

¹ อาจารย์ประจำ ภาควิชาทัศนศิลป์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

บทคัดย่อ

การสร้างผลงานศิลปะภาพถ่ายจากภาพสะท้อนวัฒนธรรมการบูชาวัตถุมงคล เป็นโครงการวิจัยเพื่อการสร้างสรรค์ โดยได้แรงบันดาลใจมาจากการที่ปัจจุบันมีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตประเภทเว็บไซต์ เป็นพื้นที่เผยแพร่และเป็นตลาดเพื่อการซื้อขายวัตถุมงคล ซึ่งสะท้อนให้พิจารณาว่าความหมายและวัฒนธรรมการบูชาวัตถุมงคล กำลังเปลี่ยนไป มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเปลี่ยนแปลงทางความหมายและรูปแบบการสร้างวัตถุมงคล ในประวัติศาสตร์ไทย แล้วจึงนำผลการศึกษาที่ได้มาสร้างเป็นกรอบแนวคิด สู่การสร้างศิลปะภาพถ่ายด้วยเทคนิคโฟโต้มอนтаж

ผลจากการศึกษาพบว่า 1) ความหมายของวัตถุมงคลในปัจจุบัน เป็นวัตถุมงคลที่สร้างขึ้นเป็นสิ่งบูชาเพื่อผลทางโลกมากกว่าทางธรรม มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสร้างตามลักษณะความเชื่อร่วมสมัย ทำให้วัตถุมงคลสามารถซื้อขายในฐานะสินค้าบนพื้นที่อินเทอร์เน็ตโดยใช้ภาพถ่ายเป็นสื่อกลาง 2) ผลการสร้างสรรค์ศิลปะภาพถ่าย เกิดจากการเก็บข้อมูลภาพถ่าย จากเว็บไซต์ยูทูบยูทูเบท ที่มีการซื้อขายวัตถุมงคลจำนวน 3 กลุ่มตัวอย่าง แล้วนำภาพข้อมูลมาประกอบสร้างตามหลักองค์ประกอบศิลป์ เรื่องการประสานรูปทรงด้วยการซ้ำ ตามลักษณะสำคัญของภาพถ่ายวัตถุมงคล เพื่อพรางรูปทรงวัตถุมงคล และสื่อความหมายทางนามธรรม ด้วยเทคนิคโฟโต้มอนтажในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อพิมพ์ลงบนกระดาษจำนวน 3 ชิ้น

คำสำคัญ : ศิลปะภาพถ่าย / วัฒนธรรมการบูชาวัตถุมงคล

Abstract

This photomontage project is a research into contemporary online market as it reflects the shifting of norms in cultural condition. Its aim is also to record various shifts of quality, meaning, and production of sacred amulet in this particular historical moment in Thailand.

For this particular research, the creative researcher finds that:

1) Contemporary amulet is made to fulfill possible success in the material world rather than for the object to be a stand in to remind the owner of strict code of conduct for achieving Buddhist's dharma path. Formal modification is flowing in accords with contemporary believes in ways in which the amulet can be bought and sold online by using photography as a medium. 2) The creative researcher began these three pieces of work by collecting three groups of images from <http://www.uamulet.com>. Striving towards abstraction, by using computer program and photomontage technique, the images then were reproduced and put together en masse to hide their original signs and signifiers.

Keywords: Fine Art Photography / Amulet Worshipping Culture

บทนำ

พระพุทธรูปเป็นส่วนสำคัญต่อการแสดงออกถึงอารยธรรมของไทยในปัจจุบันย้อนกลับไปได้ถึงสมัยทวารวดี หลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่ชี้ให้เห็นความเปลี่ยนแปลงในระบบความเชื่อและความศรัทธาที่มีต่อพระพุทธรูปตลอดเวลาที่ผ่านมาคือ พระพุทธรูป และ พระพิมพ์ ที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นรูปเคารพและเป็นการสืบทอดพระศาสนา โดยเฉพาะพระพิมพ์ เป็นพระพุทธรูปขนาดเล็กที่ถูกเรียกว่า “พระเครื่อง” หรือ “วัตถุมงคล” นอกจากวัตถุเหล่านี้จะสร้างขึ้นตามจุดมุ่งหมายในทางศาสนาแล้ว วัตถุมงคลยังได้สะท้อนบทบาทและความผูกพันระหว่างคนไทยกับพุทธศาสนา แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าความผูกพันระหว่างคนไทยกับพุทธศาสนาในปัจจุบันกำลังเปลี่ยนไปในทางที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตแบบสังคมเมืองที่เน้นเรื่องความสบายทางวัตถุ อิทธิทธิปาฏิหาริย์ ความสำเร็จทางโลกและความร่ำรวยอันเป็นผลจากการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มีให้เลือกแบบไม่จำกัดโดยมีสื่อมวลชนเป็นสื่อกลางและการใช้เงินตราแลกเปลี่ยนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของกิจกรรมทุกอย่างในชีวิต

โดยใช้เงินลงทุนมากกว่าความเพียรพยายาม (พระไพศาล วิสาโล: 2552) ทำให้สถานะสินค้าที่เกิดขึ้นกับวัตถุทางพุทธศาสนา มิได้เป็นเพียงการนำภาพวาดขึ้นส่วนหรือการสร้างชิ้นส่วนพระพุทธรูปเหมือนวัตถุโบราณเพื่อใช้เป็นงานตกแต่งสถานที่ การมีประสบการณ์ศาสนาผ่านสื่อ (Mediated religion) มากกว่าการมีประสบการณ์ตรง (Direct experience) ซึ่งเป็นลักษณะของสังคมยุคข่าวสาร เช่น การฟังพระเทศน์ผ่านโทรทัศน์ หรือการสวดมนต์ให้พระหน้าจอคอมพิวเตอร์ (อานาจ ยอดทอง: 2555) ทำให้กิจกรรมการซื้อขายวัตถุมงคลสามารถเกิดขึ้นบนเว็บไซต์และกลายเป็นพื้นที่เชิงการค้าแบบใหม่แทนตลาดพระเครื่องที่เคยมีอยู่ วัตถุมงคลจึงมองได้ว่าเป็นสินค้าที่เกิดจากการประสานพลังความศักดิ์สิทธิ์เข้ากับพลังทางการตลาดโดยมีการใช้หน้าสื่อมวลชนเผยแพร่โฆษณา (กาญจนา แก้วเทพ และ ทิฆัมพร เอี่ยมเรไร: 2554)

ปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็นที่ยืนยันว่าศาสนาในโลกยุคใหม่ได้เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมในทุกระดับ (กาญจนา แก้วเทพ และ ทิฆัมพร เอี่ยมเรไร: 2554) รูปแบบการมีประสบการณ์ทางศาสนาผ่านสื่อตามที่ได้กล่าวไป ทำให้ผู้วิจัยเพื่อการสร้างสรรค์เห็นว่าภาพถ่ายวัตถุมงคลบนเว็บไซต์มีสถานะเป็นสื่อและเป็นตัวกลางให้กับวัตถุในการบริโภค (Consumption objects) ที่นำผู้บริโภคมาพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยน มีการร่วมกันสร้างและพัฒนาธรรมเนียมปฏิบัติโดยไม่ต้องมีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรจนกลายเป็นชุมชนออนไลน์ (ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และ อีรนุช พูนศักดิ์ศรีกิจ: 2555) ที่มีส่วนต่อการเติบโตของธุรกิจพระเครื่อง โดยมีข้อบ่งชี้ที่สำคัญ เช่น มีเงินสะพัดในวงการพระเครื่องและธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้สูงถึง 40,000 ล้านบาทต่อปี (POSITIONING, 2550: online) โดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ. 2550 มีการนิยมซื้อขายองค์ตุ๊กตารามเทพเป็นจำนวนมาก

ข้อสังเกตดังกล่าวนำไปสู่การกำหนดวัตถุประสงค์ในโครงการสร้างสรรค์ศิลปะภาพถ่ายจากวัฒนธรรมการบูชาวัตถุมงคล ให้มีลักษณะเป็นการวิจัยเชิงสร้างสรรค์ศิลปะ โดยมีส่วนประกอบอยู่ 2 ส่วน คือ การศึกษาความหมายและรูปแบบการสร้างวัตถุมงคลในสังคมไทย เพื่อหาเหตุผลในการอธิบายความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับวัฒนธรรมการบูชาวัตถุมงคลในปัจจุบันว่าต่างไปจากอดีตอย่างไร

จากนั้นจึงนำผลจากการศึกษาในส่วนแรก มาใช้เป็นกรอบในการจัดการข้อมูลภาพถ่ายที่ได้รับรวบรวมจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพระเครื่อง เพื่อการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะภาพถ่ายด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความหมายและรูปแบบการสร้างวัตถุมงคลในสังคมไทย
2. เพื่อสร้างสรรค์ผลงานด้วยเทคนิคโฟโต้มอนทาจด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

แนวความคิดในการวิจัยเพื่อการสร้างสรรค์

การสร้างผลงานศิลปะภาพถ่ายจากภาพสะท้อนวัฒนธรรมการบูชาวัตถุมงคล เป็นโครงการวิจัยเพื่อการสร้างสรรค์ จากการศึกษาความหมายและรูปแบบการสร้างวัตถุมงคลในสังคมไทยปัจจุบัน ที่มีจุดมุ่งหมายการบูชาเพื่อผลทางโลก ทำให้วัตถุมงคลมีสถานะเป็นสินค้าที่กำลังเป็นที่นิยมซื้อขายบนเว็บไซต์ ซึ่งผู้วิจัยเพื่อการสร้างสรรค์ใช้เป็นพื้นที่เก็บข้อมูลภาพถ่ายวัตถุมงคลเพื่อนำมาประกอบสร้างผลงานตามหลักองค์ศิลป์ ด้วยเทคนิคโฟโต้มอนทาจด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อพรางและเผยให้เห็น “สัญญาะ” ของวัตถุมงคลที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวทางจิตใจ ได้ถูกปรับเปลี่ยนไปตามวัฒนธรรมการบูชาของคนในสังคมที่เปลี่ยนไป

ขั้นตอนการวิจัยเชิงสร้างสรรค์

โครงการวิจัยเพื่อการสร้างสรรค์ศิลปะภาพถ่ายจากภาพสะท้อนวัฒนธรรมการบูชาวัตถุมงคล เริ่มต้นจากคำถามและข้อสังเกตที่มีต่อปรากฏการณ์การบูชาวัตถุมงคลเพื่อผลในทางเศรษฐกิจ ที่ไม่ใช่จุดมุ่งหมายในการสร้างวัตถุมงคลที่มีมาแต่อดีต แต่รูปแบบการมีประสบการณ์ศาสนาในปัจจุบันได้เปลี่ยนไป ทำให้กิจกรรมซื้อขายวัตถุมงคลบนอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยมีการใช้ภาพถ่ายเป็นสื่อกลางที่นำไปสู่การศึกษาและการเก็บข้อมูลเพื่อการสร้างสรรค์ สามารถแบ่งได้เป็น 6 ขั้นตอน

1. การศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับความหมาย และรูปแบบของการสร้างวัตถุมงคลนับตั้งแต่อดีตจากหนังสือ พระเครื่องเมืองสยาม ของ ศรีศักร วัลลิโภดม (2537) ประวัติศาสตร์ผ่านพระเครื่อง : คติความเชื่อและพุทธพาณิชย์ ของ ญัฐพล อยู่รุ่งเรืองศักดิ์ (2555) และ นวัตกรรมพระเครื่องไทย : ก่อนจะเป็นอุตสาหกรรมพระเครื่อง ของ ฉลอง สุนทราวาณิช (2551) รวมถึงงานวิจัยและบทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาเหตุปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในความหมายสามารถส่งผลต่อรูปแบบและจุดมุ่งหมายของการบูชาวัตถุมงคลในปัจจุบัน

2. ศึกษาลักษณะสำคัญของการใช้ภาพถ่ายเป็นสื่อแนะนำวัตถุมงคลในลักษณะสินค้าบนเว็บไซต์ยูอุมูเลทดอทคอม (www.uamulet.com) ที่มีการซื้อขายวัตถุมงคลตลอด 24 ชั่วโมง โดยเว็บไซต์มีการแบ่งวัตถุมงคลออกเป็นประเภทต่างๆ ตามรูปแบบของวัตถุมงคล พื้นที่การสร้างวัตถุมงคลหรือผู้สร้างวัตถุมงคล เพื่อให้ง่ายต่อการทำกิจกรรมระหว่างผู้ซื้อและขาย

3. นำผลที่ได้จากการศึกษาในข้อที่ 1 มาสร้างเป็นกรอบกำหนดเนื้อหาของกลุ่มข้อมูลภาพถ่ายวัตถุมงคล และนำผลการศึกษาลักษณะสำคัญของภาพถ่ายวัตถุมงคลจากเว็บไซต์ ยูอุมูเลทดอทคอม (www.uamulet.com) ในข้อที่ 2 มาสร้างเป็นรูปแบบการสร้างศิลปะภาพถ่าย

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลภาพถ่ายวัตถุมงคลที่สืบค้นได้จากเว็บไซต์ ยูอุมูเลทดอทคอม โดยผู้วิจัยเพื่อการสร้างสรรค์ใช้วิธีการบันทึกข้อมูลภาพถ่ายวัตถุมงคลตามขอบเขตเนื้อหาที่ได้กำหนดไว้ในข้อ 3 ลงในคอมพิวเตอร์ไว้เป็นหมวดหมู่เพื่อนำไปสร้างสรรค์ผลงาน

5. สร้างสรรค์ผลงานศิลปะภาพถ่ายจากข้อมูลภาพถ่ายดิจิทัล ด้วยการนำภาพวัตถุมงคลที่ได้บันทึกจากเว็บไซต์ ยูอุมูเลทดอทคอม (www.uamulet.com) ตามขอบเขตเนื้อหาของวัตถุมงคลที่ได้กำหนดไว้จำนวน 3 ชิ้น มาปรับขนาดให้มีความใกล้เคียงกัน ก่อนลบสีพื้นภาพออก (Background) แล้วนำมาเรียงเป็นแถวซ้อนกัน ด้วยเทคนิคโฟโต้มอนтаж (Photomontage) ในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ให้เป็นไปตามหลักองค์ประกอบศิลป์ และหลักการใช้กระบวนการทางเทคนิคมานำ

เสนอในเชิงความคิดและเนื้อหา (อิทธิพล ตั้งโฉลก: 2545) ที่เป็นการทำให้เทคนิคในงานศิลปะเปลี่ยนบทบาทจากสื่อกลายเป็นสารแก่ผู้ชม

6. นำศิลปะภาพถ่ายที่สร้างเสร็จสมบูรณ์ในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ไปพิมพ์ลงกระดาษภาพถ่ายในระบบ Lambda Print ตามขนาดที่ได้กำหนดไว้ แล้วผนึกลงแผ่นวัสดุแข็งมวลเบาหนา 5 มิลลิเมตร (Plaswood)

สรุปผลการวิจัยเชิงสร้างสรรค์

โครงการวิจัยเชิงสร้างสรรค์ภาพถ่ายจากวัฒนธรรมการบูชาวัตถุมงคลเป็นโครงการที่อาศัยข้อสรุปที่ได้จากการวิจัยมาใช้เป็นกรอบทางความคิดและรูปแบบผลงานสร้างสรรค์ สรุปได้เป็น 3 ส่วนดังนี้

1. ผลการศึกษารูปแบบและความหมายของวัฒนธรรมการบูชาวัตถุมงคลในสังคมไทย ได้เป็นข้อสรุปทางความคิดและข้อสรุปทางเนื้อหาในผลงานสร้างสรรค์ที่ได้จากรูปแบบการสร้างวัตถุมงคล คือ

1.1 วัตถุมงคล เป็นคำที่ใช้เรียกวัตถุที่เชื่อว่ามีคุณศักดิ์สิทธิ์และความหลังทุกประเภท สามารถแยกย่อยได้เป็น “พระพิมพ์” สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นครั้งแรกที่อินเดีย ในประเทศไทยพบหลักฐานการสร้างตามคติการสร้างพระพิมพ์เพื่อสืบทอดพระศาสนา โดยนำไปบรรจุในกรุของพุทธสถาน มีอายุในช่วงพุทธศตวรรษที่ 11-13 ในยุครุ่งเรืองของอาณาจักรทวารวดี (ฉฐพล อยู่รุ่งเรืองศักดิ์: 2555) ก่อนที่จะถูกนำมาใช้ในลักษณะเครื่องรางในภายหลัง เรียกว่า “พระกรู” ส่วน “เครื่องราง” ของไทยส่วนใหญ่ทำจากวัตถุธาตุธรรม เช่น กล้วยเสื่อ เปี้ยแก่ เหล็กไหล ใช้พกติดตัวป้องกันอันตรายจากสิ่งชั่วร้าย โดยวัตถุมงคลทั้งสองประเภทเป็นที่มาของคำว่า “พระเครื่อง” ที่เป็นการเรียกรวมพระพิมพ์กับเครื่องรางเข้าด้วยกันในสมัยรัตนโกสินทร์ โดยเกิดจากการนำเอาพุทธคุณเข้ามาผสมผสานกับความเชื่อที่เป็นไสยขาว เป็นไสยศาสตร์ที่พระสงฆ์จะเกี่ยวข้องได้เพราะเน้นในเรื่องความดีและการแก้ไขป้องกันสิ่งชั่วร้ายที่อาจเกิดจากการกระทำทางไสยดำที่เน้นการทำลายและเป็นสิ่งผิดศีลธรรม ให้กลายเป็นวัตถุลำเร็จรูป ที่รวมบรรดาของคลังทั้งมวลให้อยู่ภายในวัตถุเดียวกัน

สังเกตได้จากการลงอักขระที่เป็นเลขยันต์ไว้ด้านหลังองค์พระที่จะไม่ปรากฏในพระพิมพ์ และสามารถใช้פקติดตัวเหมือนเครื่องรางแต่ไม่ต้องเอาใจใส่รักษากฎเกณฑ์ข้อบังคับและต้องหลีกเลี่ยงข้อห้ามอย่างการเล่นของขลังตามแบบเดิม เป็นเหตุให้แพร่หลายไปในคนหมู่มากทั่วไปได้ (ศรีศักร วัลลิโภดม: 2537)

1.2 วัฒนธรรมการบูชาวัตถุมงคลในสังคมไทยปัจจุบัน มาจากระบบความเชื่อของลัทธิตันตริกของพุทธศาสนาฝ่ายมหายาน ที่แพร่หลายในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ตั้งแต่สมัยลพบุรีลงมา ก่อนที่จะเปลี่ยนมานับถือพระพุทธศาสนาฝ่ายเถรวาทจากลังกา ซึ่งให้ความสำคัญแก่ความต้องการในเรื่องของโลกนี้ มากกว่าการแสวงหาการหลุดพ้นตามอย่างพระพุทธศาสนาฝ่ายเถรวาท ทำให้ความเข้มงวดในเรื่องการแสวงหาความสุขทางโลกียะ กับเส้นแบ่งแยกกันระหว่าง “ความศักดิ์สิทธิ์” (The sacred) และ “ความสาธารณ” (The profane) เบาลงลงจนสามารถผสมเข้ากับสิ่งเป็นไสยศาสตร์ได้ (ศรีศักร วัลลิโภดม: 2537)

การปฏิรูปพุทธศาสนาในสมัยรัชกาลที่ 4 ให้เป็นศาสนาแบบเหตุผลนิยมผ่านคำสอนของพระสงฆ์ฝ่ายธรรมยุติกนิกาย ด้วยการลดทอนสิ่งศักดิ์สิทธิ์และเรื่องอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ลงไป และมองพระพุทธเจ้าในฐานะมนุษย์ที่เคยมีชีวิตอยู่จริงในประวัติศาสตร์ที่มีความใกล้ชิดกับชีวิตมากขึ้น เป็นทัศนคติที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน (พระไพศาล วิสาโล: 2552) พุทธศาสนาในขณะนั้นจึงมีการพยายามปฏิเสธเรื่องไสยศาสตร์ เพื่อให้สอดคล้องกับการปฏิรูปการปกครอง ซึ่งทำให้เรื่องไสยศาสตร์ถูกขับให้ไปอยู่นอกวัด ด้วยเห็นว่าเป็นสิ่งที่ไม่มีความสำคัญต่อสังคมและสนองประโยชน์แก่รัฐและชาติ ในขณะที่เศรษฐกิจกำลังเปิดกว้างจากการค้าในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น และลักษณะปัจเจกภาวะได้เริ่มมีบทบาทต่อวิถีชีวิตของผู้คนในเมืองมากขึ้น แต่โครงสร้างของรัฐยังคงอ่อนแอไม่สามารถคุ้มครองหรือประกันความสำเร็จทางวัตถุของผู้คนในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้คนที่มีปัจเจกภาวะสูงยังคงพึ่งพาอำนาจศักดิ์สิทธิ์เพื่อคุ้มครองปกป้องประกันความสำเร็จในหน้าที่การงานอาชีพและความมั่นคงทางวัตถุของชีวิตในโลกนี้ (ฉลอง สุนทรวานิชย์: 2551) โดยที่วัดไม่สามารถกำกับหรือควบคุมจุดมุ่งหมายในการบูชาวัตถุมงคลได้มากเท่าในอดีตอีกต่อไป

จุดมุ่งหมายของการบูชาวัตถุมงคลจึงถอยห่างออกจากเรื่องทางธรรมมาสู่เรื่องทางโลกนับแต่นั้นเป็นต้นมา

เมื่อการบูชาวัตถุมงคลมีจุดมุ่งหมายที่สัมพันธ์กับเรื่องทางโลกแล้ว พระพิมพ์ ที่มีมาก่อนจึงถูกมองเป็นพระเครื่องเช่นเดียวกับพระเครื่องที่ใช้รูปพระสงฆ์ หรือเกจิอาจารย์ที่คนเคารพนับถือแทนรูปพระพุทธรูปที่เข้ามาแทนที่พระพิมพ์ที่มาจากกรุพระเจดีย์ต่างๆอย่างรวดเร็ว และยังได้รับความศรัทธามากกว่าพระพิมพ์แบบเดิม เพราะเชื่อในอำนาจของความศักดิ์สิทธิ์ของพิธีปลุกเสกโดยบรรดาเกจิอาจารย์รุ่นใหม่ (ศรีศักร วัลลิโภดม: 2537) และได้กลายเป็น สัญลักษณ์ (Sign) ในการบูชาวัตถุเพื่อผลในทางโลก หรือชีวิตประจำวัน เช่น เช่น หลวงพ่อแดง วัดเขabanได้อัฐ จ.เพชรบุรี เคยปลุกเสกลงเลขยันต์ในผ้าผืนเล็กแจกให้ชาวบ้านที่เลี้ยงวัวควายนำไปผูกปลายไม้ปักไว้ที่คอกสัตว์ เพื่อป้องกันโรคระบาดในสัตว์ หรือผ้าประเจียดแจกชาวบ้านช่วงท้าวพระยาขึ้นบวชช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 (สุกิตติมา มหาชัยมงคลกุล: 2555) หรือการสร้างพระเครื่องเพื่อแจกทหาร ตำรวจ เพื่อต่อสู้กับภัยคอมมิวนิสต์ (พ.ศ. 2521-2522) แต่ที่สำคัญคือความต้องการของผู้คนในเรื่องความมั่นใจในทรัพย์สินหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการเติบโตทางเศรษฐกิจจากการลงทุนในช่วง ทศวรรษ 2530 – 2540 ที่สะท้อนออกมาให้เห็นในหลายรูปแบบ เช่น การเกิดลัทธิเสด็จพ่อ ร.5 เป็นการเชื่อมโยงระหว่างความเชื่อกับเรื่องเศรษฐกิจที่เห็นได้อย่างชัดเจน (ณัฐพล อยู่รุ่งเรื่องศักดิ์: 2555) ที่เกิดขึ้นควบคู่กับการขยายตัวทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพของสื่อมวลชนที่เข้ามาช่วยโฆษณาและประชาสัมพันธ์ นิตยสารพระเครื่องที่มีมากกว่า 100 ฉบับ รวมถึงการโฆษณาบนเว็บไซต์ และหนังสือแนะนำวัตถุมงคลที่สามารถกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมกรรมการบริโภคเพื่อหวังผลกำไรในอนาคตได้อย่างไม่สิ้นสุด ไม่ว่าจะเป็นการสะสมพระเครื่องเพื่อแสดงฐานะทางสังคมหรือเก็บไว้เพื่อเป็นมรดกให้ลูกหลาน เพราะความต้องการทางสัญลักษณ์เป็นความต้องการที่ไร้ขอบเขต ไร้จินตนาการ และยังสามารถเปลี่ยนคุณค่าในเชิงสัญลักษณ์เป็นมูลค่าใช้สอย หรือมูลค่าแลกเปลี่ยนได้ (กาญจนา แก้วเทพ: 2541)

1.3 ขอบเขตเนื้อหาในผลงานสร้างสรรค์ มาจากการศึกษารูปแบบ วัตถุมงคลที่ได้รับความนิยมในการบูชา ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นรูปแบบที่แสดงด้วยภาพเชิงสัญลักษณ์ คือ พระพุทธรูปชินราช (ผลงานสร้างสรรค์ ขึ้นที่ 1) เป็นพระพุทธรูปสมัยสุโขทัย ที่ถูกใช้เป็นภาพตัวแทนของศิลปะที่แสดงความเป็นไทยได้ดีที่สุด และเป็นพระพุทธรูปที่ถูกนำมาจำลองมากที่สุด (ชาตรี ประกิตนันทการ: 2551) กับรูปแบบที่แสดงเป็นภาพสมจริง คือรูปหล่อบุคคลหรือเกจิอาจารย์ (ผลงานสร้างสรรค์ ขึ้นที่ 2) ที่ถือเป็น “นวัตกรรมพระเครื่องไทย” ที่ได้ทำลายการผูกขาดการจำลองภาพพระศาสดาโดยสาวกของพระองค์ (ฉลอง สุนทรวานิชย์: 2551) จนได้รับความนิยมไม่น้อยกว่าพระพิมพ์ในกรุ และ ภาพถ่ายบุคคล หรือ ล็อกเก็ต (ผลงานสร้างสรรค์ ขึ้นที่ 3) เป็นรูปแบบการสร้างวัตถุมงคลที่เกิดจากรับเทคโนโลยีการถ่ายภาพ และ เครื่องจักรสมัยใหม่จากตะวันตก ที่ปรากฏอย่างชัดเจนในสมัยรัชกาลที่ 5 สอดคล้องกับการปรับแนวเรื่องและวิธีการแสดงออกในงานจิตรกรรมตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 3 ที่เริ่มอิงความสมจริงมากขึ้น (สันติ เล็กสุขุม: 2548)

2. การสร้างสรรค์ผลงาน จำนวน 3 ชิ้น เกิดผลทางสุนทรีภาพจากผลงานสร้างสรรค์ ดังนี้

2.1 สุนทรีภาพทางทัศนศิลป์ เกิดจากการเคลื่อนไหวระหว่างเส้นรอบนอกรูปทรงวัตถุมงคลที่ต่อเนื่องกัน เป็นการสร้างมิติในภาพที่ใช้หลักทัศนวิสัยแบบเส้นขนาน ตามหลักทัศนวิสัยแบบเส้นขนานในภาพจิตรกรรมแบบประเพณีไทย ที่แสดงสิ่งอยู่ใกล้และอยู่ไกลในขนาดเดียวกัน (ชูลุด นิมเสมอ: 2553) มาจากการวิเคราะห์เนื้อหาของรูปทรงวัตถุมงคลแต่ละประเภท เพื่อกำหนดเส้นโครงสร้าง (Structural Line) ที่เกิดจากการกำหนดระยะห่างและช่องโหว่ระหว่างภาพวัตถุมงคลภายในผลงาน หลังจากที่ได้ปรับขนาดภาพจากต้นฉบับให้มีขนาดใกล้เคียงกัน เป็นวิธีลดความสำคัญของรูปทรงวัตถุมงคล เพื่อให้เส้นรอบนอกและเส้นรูปร่างของวัตถุมงคล เกิดการสอดประสานเป็นเส้นโครงสร้างที่ต่อเนื่องระหว่างเส้นรอบนอกของรูปทรงจนเกิดเป็น จังหวะ (Rhythm) การเรียงภาพวัตถุมงคลในแถวที่ต่ำลงมาจะถูกวางให้เหลื่อมทับภาพวัตถุมงคลของแถบบน เพื่อสร้างจังหวะการซ้อนทับระหว่างรูปทรง และเป็นวิธีการประสานสัดส่วนของรูปทรงวัตถุมงคล ตามกฎเกณฑ์ของการ

ประสานด้วย การซ้ำ (Repetition) ซึ่งเป็นหนึ่งในวิธีการสร้างเอกภาพภายในผลงาน สุนทรียภาพในการชื่นชม เกิดจากการรับรู้เนื้อหาในผลงาน ที่มีลักษณะแตกต่างจากการดูงาน 2 มิติ โดยทั่วไปที่ผู้ดูงานจะต้องหาระยะห่างที่เหมาะสมกับขนาดของผลงาน กล่าวคือ ผลงานที่มีขนาดใหญ่จะต้องดูจากระยะที่ห่างจากชิ้นงานมากกว่าผลงานขนาดเล็ก และด้วยผลของรูปแบบการสร้างสรรค์ตามที่ได้กล่าวไว้ในข้อที่ 2.1 สามารถทำให้ผู้ชมเกิดการรับรู้ที่มีต่อภาพต่างออกไปตามระยะห่างที่มีผู้ชมมีต่อผลงาน กล่าวคือ ภาพวัตถุทรงกลมขนาดเล็กที่เรียงกันภายในผลงาน ได้ถูกทำให้มีการประสานระหว่างรูปทรงที่คล้ายกัน ตามวิธีการลดความสำคัญของรูปทรง ซึ่งทำให้การสื่อสารเชิง “สัญลักษณ์” ของวัตถุทรงกลมที่ถูกทำให้เป็นรูปทรงย่อยไม่แสดงตัวภายในผลงาน แต่จะเห็นเป็นภาพจิตรกรรมแบบนามธรรม (Abstract Painting) ที่แสดงเนื้อเป็น จุด เส้น สี น้ำหนัก พื้นผิว หากผู้มองภาพจากระยะไกล ซึ่งเท่ากับเป็นการพราง “สัญลักษณ์” ที่มีอยู่ในวัตถุทรงกลม คือการแสดงออกทางความเชื่อ พิธีกรรมการบูชาในพุทธศาสนา ทำให้ผู้ชมสามารถตีความหรือพิจารณาความเป็นนามธรรมหรือเนื้อหาที่เป็นอุดมคติในวัตถุทรงกลม ที่เรียกว่าการแสดงความจริงแบบ “อวัตรัส” ตามลักษณะศิลปะโบราณของตะวันออก ที่สร้างศิลปกรรมโดยไม่คำนึงถึงความเหมือนของรูปลักษณ์ภายนอก หรือข้อเท็จจริงตามธรรมชาติ แต่เมื่อผู้ชมได้เปลี่ยนระยะการมองภาพให้ใกล้ขึ้น ความเป็นภาพนามธรรมดังกล่าวจะหายไปและเริ่มตระหนักรู้ถึง “สัญลักษณ์” ที่ถูกพรางไว้แต่แรกเมื่อมองเห็นรูปวัตถุทรงกลมขนาดเล็กวางเรียงกันภายในผลงานเป็นจำนวนมาก

2.2 สุนทรียภาพของความคิดที่เกิดจากเทคนิคการสร้างสรรค์ เป็นผลลัพธ์ของเทคนิควิธีการสร้างผลงานจากภาพวัตถุทรงกลมสามารถทำให้เกิดการพรางสัญลักษณ์ของภาพดังที่ได้กล่าวไป แต่ในขณะเดียวกันก็สามารถเผยให้เห็น “สัญลักษณ์” อื่นของวัตถุทรงกลม หากผู้ชมสามารถพิจารณาลักษณะสำคัญของการถ่ายภาพวัตถุทรงกลมในลักษณะสินค้า ทำให้ความแตกต่างระหว่างวัตถุทรงกลมประเภทต่างๆ ถูกจัดการและนำเสนอในภาพถ่ายแบบเดียวกัน โดยผู้วิจัยเพื่อการสร้างสรรค์ได้ใช้รูปแบบการเรียงภาพวัตถุทรงกลมอย่างเป็นระเบียบต่อเนื่องกันภายในผลงาน เพื่อให้สื่อถึงการซ้ำ ซึ่งสามารถพิจารณาได้ว่าการซ้ำที่เกิดขึ้นเป็นผลที่เกิดจากกระบวนการ

สร้างสรรค์ และยังเป็นการซ้ำของวิธีการนำเสนอภาพวัตถุมงคลผ่านสื่อประเภทต่างๆ ด้วยเทคนิคที่เรียบง่าย เน้นความเป็นระเบียบจากการกำหนดโครงสร้างในการวางภาพ

อภิปราย

การปรับเปลี่ยนความเชื่อที่มีต่อการบูชาวัตถุมงคลให้สอดคล้องกับความต้องการในด้านความมั่นคงและความสำเร็จทางโลกของคนเมืองในปัจจุบันที่อยู่ภายใต้อิทธิพลของวัฒนธรรมบริโภคนิยม เศรษฐกิจแบบเงินตราและการพึ่งพาเทคโนโลยี การซื้อขายวัตถุมงคลผ่านเว็บไซต์ เช่นเดียวกับการซื้อขายสินค้าทั่วไป กำลังสะท้อนให้เห็นว่าความหมายและวัฒนธรรมการบูชาวัตถุมงคลได้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตแล้ว สอดคล้องกับที่ พระไพศาล วิสาโล (2552) กล่าวว่า “อิทธิพลของวัฒนธรรมบริโภคนิยมสามารถแปรสภาพให้วัตถุกลายเป็นตลาดในอีกรูปลักษณะหนึ่ง สิ่งที่น่าสนใจซื้อขายกันไม่ได้มีแต่เครื่องรางของขลัง แม้แต่บุญกุศลและพิธีกรรมก็กลายเป็นสินค้าอีกแบบหนึ่งที่ใช้เงินซื้อหาได้” และสอดคล้องกับประเด็นเรื่องความหมายเชิงสัญลักษณ์ของวัตถุมงคลที่ถูกสร้างขึ้น จากพฤติกรรมการบริโภคผลประโยชน์ทางสังคมของวัตถุมงคล ในงานวิจัยของ ังคิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และ ชีรนุช พูนศักดิ์ศรีกิจ (2555) ที่สรุปว่าเครื่องรางของขลังและวัตถุมงคลเป็นวัตถุในการบริโภคเช่นเดียวกับสินค้า เพราะ “สัญลักษณ์” เป็นภาพในจินตนาการที่อยู่เหนือขอบเขตความต้องการทางวัตถุ มันจึงเป็นสิ่งที่เติมเต็มได้อย่างไม่รู้จบ (กาญจนา แก้วเทพ: 2541) ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าว ตรงกับข้อสังเกตของ ชาตรี ประกิตนันทการ (2556) ที่กล่าวไว้ว่า ในสังคมไทย “ทุนนิยม” ได้แต่งงานกับ “สิ่งศักดิ์สิทธิ์” ไปเรียบร้อยแล้ว โดยที่ต่างฝ่ายต่างก็พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันจนสมประโยชน์ไปด้วยกันทั้งสองฝ่าย

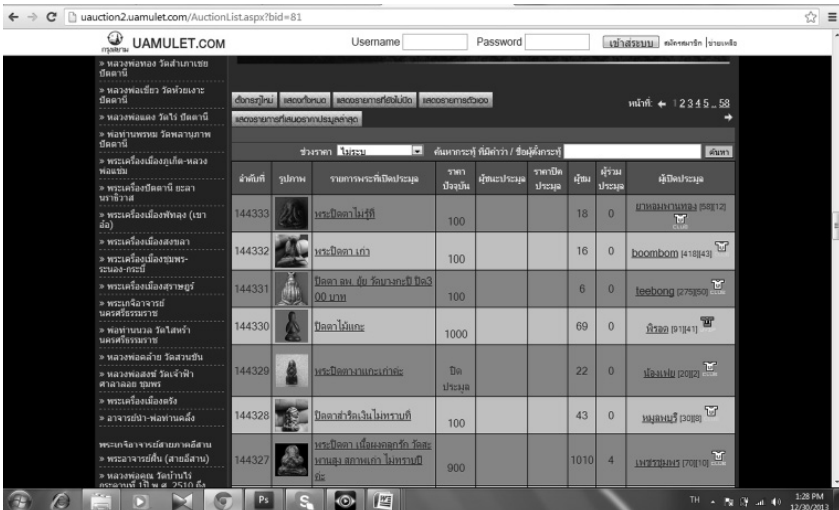
ผลการสร้างสรรค์ที่เกิดจากการนำข้อมูลเชิงจิตติคอลคือภาพถ่ายวัตถุมงคลมาสร้างสรรค์แบบ โฟโต้มอนтаж ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เกิดผลลัพธ์ทางทัศนศิลป์จากการใช้หลักดุลยภาพแบบสมมาตร (Symmetry Balance) และปฏิเสธหลักการสร้างเอกภาพจากความเป็นเด่น (Dominance) ในภาพ ทำให้รูปแบบการสร้างสรรคที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับหลักการจัดภาพเพื่อเล่าเรื่องในงานจิตรกรรมไทย

สะท้อนรูปแบบการสร้างสรรค์ของช่างไทยที่ไม่ได้เป็นมุ่งการประดิษฐ์สิ่งใหม่ แต่อยู่ที่การเล่นกับโครงสร้าง อย่างเช่นการเขียนลายไทย ซึ่งสอดคล้องกับการให้เหตุผลของ พิพัฒน์ พสุธารชาติ (2552) ที่ว่าความคิดเรื่องความเป็นหนึ่งเดียว (Uniqueness) ของงานศิลปะหรืองานที่สร้างขึ้นโดยไม่ได้ออกเลียนแบบงานของผู้อื่นนั้นไม่ได้มีอยู่ในการสร้างผลงานของช่างไทยในอดีต แต่จะนิยามวาดภาพที่ลอกเลียนแบบผลงานชิ้นเอกของอาจารย์ตน และจะรู้สึกยินดีที่สามารถเลียนแบบงานต้นฉบับดังกล่าวได้ อย่างเหมือนจริง ตรงกับที่ จักรพันธ์ วิลาสินีกุล (2549) กล่าวถึงจุดประสงค์ของการสร้างภาพจิตรกรรมฝาผนังตามแนวคิดคนไทย ไม่ใช่เพื่อการแสดงออกทางศิลปะของปัจเจกบุคคล จิตรกรในอดีตได้แสดงความสามารถของตัวที่ไม่ใช่เพื่อการแสดงตัวตน แต่เพื่อสื่อความหมายทางพุทธศาสนาด้วยภาพที่เป็นสัญลักษณ์ ส่วนการนำกระบวนการทางเทคนิคมาเป็นความคิดและเนื้อหาของ อิทธิพล ตั้งโฉลก (2545) ในเรื่องการทำให้เทคนิคเปลี่ยนบทบาทจากสื่อกลายเป็นสาร ด้วยการใช้อารมณ์ของรูปทรงให้เกิดจังหวะตามหลักองค์ประกอบศิลป์ เพื่อสื่อความหมายถึงการนำเสนอวัตถุมงคลที่เป็นภาพซ้ำอย่างไม่มีที่สิ้นสุด สะท้อนวัฒนธรรมการบูชาวัตถุมงคลในปัจจุบัน ที่มีลักษณะเป็นการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของเครื่องยึดเหนี่ยวทางจิตใจ ของผู้คนในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้วิจัยเพื่อการสร้างสรรค์เห็นว่ารูปแบบของพระเครื่องประเภทต่างๆ ที่สร้างขึ้นในสมัยรัตนโกสินทร์นั้น ไม่ได้เป็นเพียงรูปแบบการถ่ายทอดความหมายทางธรรมที่แสดงออกในเชิงสัญลักษณ์เหมือนกับพระพิมพ์ที่สร้างขึ้นในสมัยก่อนหน้าเท่านั้น หากยังมีประเด็นทางศิลปะและความงามที่เกิดขึ้นจากการใช้วัตถุมงคลหรือเทคโนโลยีในการสร้างของแต่ละสมัยที่ยังคงมีการพัฒนาจวบจนปัจจุบัน ดังนั้น การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการผลิตวัตถุมงคลในแต่ละช่วงจะมีผลต่อรูปแบบการสร้างวัตถุมงคล ตลอดจนการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะจากการออกแบบวัตถุมงคล ซึ่งแตกต่างจากจุดเริ่มต้นในการสร้างพระเครื่องสมัยรัชกาลที่ 4 เป็นช่วงเวลาที่ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมต่อไป

2. การสร้างสรรค์ที่ไม่ใช่การแสดงออกทางศิลปะของปัจเจกบุคคล ของช่างไทยในอดีตที่จะนิยามวาดภาพที่ลอกเลียนแบบผลงานชิ้นเอกของอาจารย์ตน และจะรู้สึกยินดีที่สามารถเลียนแบบงานต้นฉบับดังกล่าวได้อย่างเหมือนจริงนั้น เป็นประเด็นที่มีความแตกต่างจากความคิดและจุดมุ่งหมายการสร้างสรรคของศิลปินในโลกตะวันตกที่มุ่งแสดงออกถึงความเสรีอย่างปัจเจกชน ดังนั้น การศึกษาศิลปะไทยแบบประเพณีเพื่อการสร้างสรรค์ควรให้ความสำคัญกับการศึกษาความมุ่งหมายและปัจจัยแวดล้อมในการสร้างผลงานของช่างไม่น้อยไปกว่าการศึกษารูปแบบทางศิลปะที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับประเด็นที่ จักรพันธ์ วิลาสินีกุล (2549) ได้ตั้งคำถามต่อการคำนึงถึงตัวตนในฐานะจิตรกรในงานจิตรกรรมฝาผนังแบบร่วมสมัยว่าจะทำให้บริบทของความเป็นจิตรกรรมของพุทธสถานหายไปหรือไม่ การประเมินค่าการสร้างสรรคจากการแสดงให้เห็นตัวตนในฐานะศิลปินของผู้สร้างตามแนวทางศิลปะตะวันตกอาจทำให้จิตรกรรมไทยร่วมสมัยไม่สามารถย้อนกลับไปหาฝาผนังที่เป็นจุดเริ่มต้นทางจิตรกรรมไทยแบบประเพณีได้อีกแล้ว

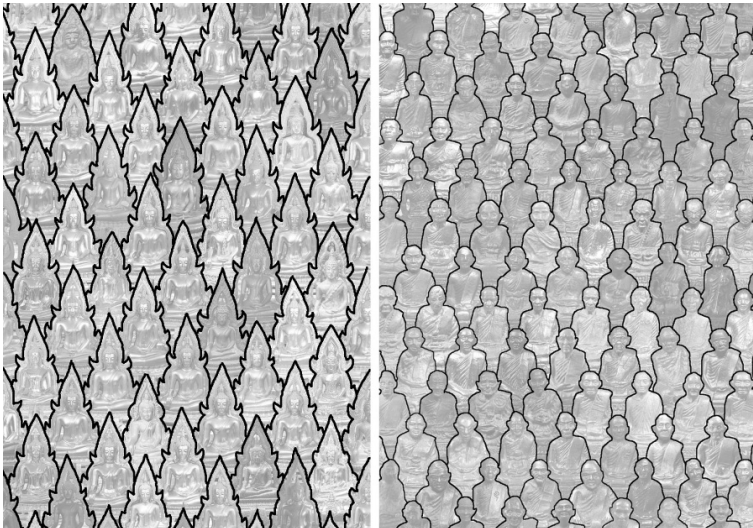


ภาพประกอบ 1 : เว็บไซต์ประมูลวัตถุมงคล

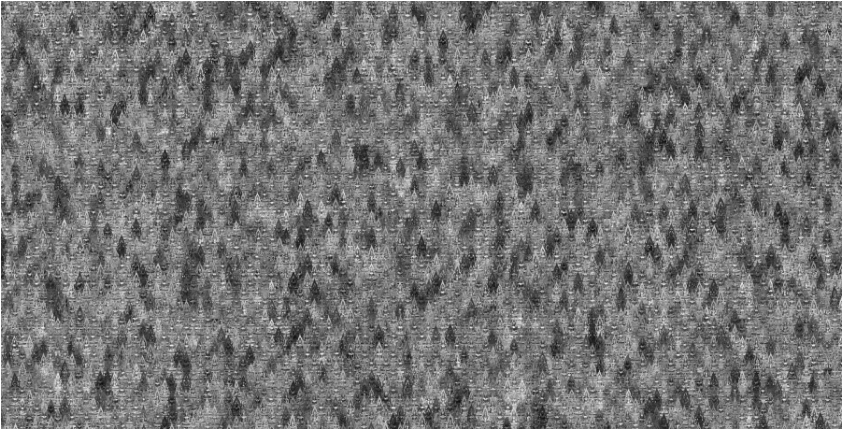
ที่มา : www.uamulet.com



ภาพประกอบ 2 : ลักษณะสำคัญของภาพถ่ายวัตถุมงคลที่จะถ่ายด้านหน้าและด้านหลัง
ที่มา : ณภัทร เลิศกุลภพ



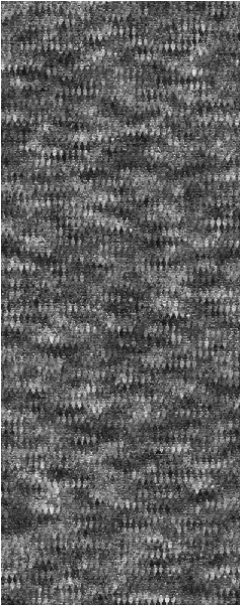
ภาพประกอบ 3 : ภาพแสดงเส้นโครงสร้าง (Structural Line) ภายในผลงาน
และการเคลื่อนไหวระหว่างเส้นรอบนอกของรูปทรงวัตถุมงคล



ภาพประกอบ 4 : ผลงานสร้างสรรค์ ชั้นที่ 1 (ภาพพระพุทธรูปชินราช)
 ผลงานสร้างสรรค์ชื่อ Commodity : Phra Buddha Chinnaraj
 ขนาด 120 x 236 เซนติเมตร เทคนิค Photomontage



ภาพประกอบ 5 : ผลงานสร้างสรรค์ ชั้นที่ 1 (ภาพขยายรายละเอียด)



ภาพประกอบ 6 : ผลงานสร้างสรรค์ ชั้นที่ 2

(ภาพรูปหล่อพระสงฆ์)

ผลงานสร้างสรรค์ชื่อ Commodity : Gagic

ขนาด 120 x 300 เซนติเมตร เทคนิค Photomontage



ภาพประกอบ 7 : ผลงานสร้างสรรค์ ชั้นที่ 2 (ภาพขยายรายละเอียด)

ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๒ กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๕๘



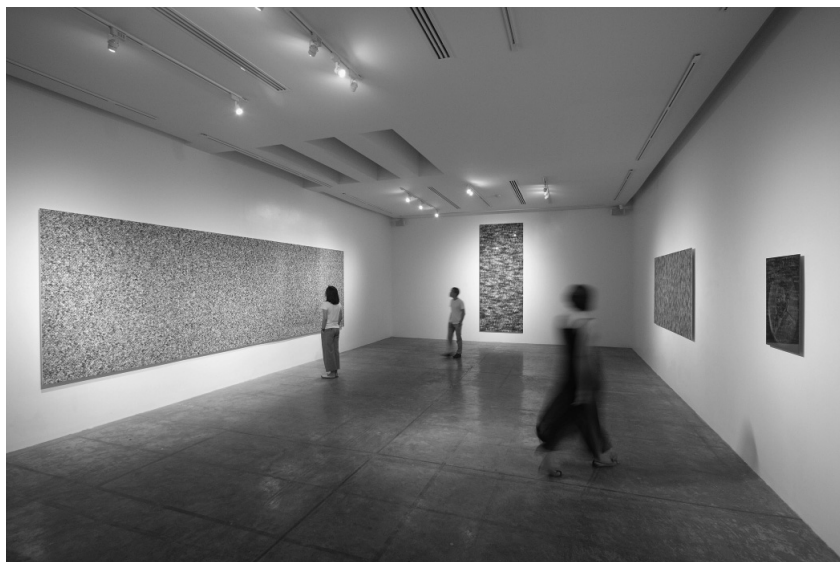
ภาพประกอบ 8 : ผลงานสร้างสรรค์ ชั้นที่ 3 (ภาพลึอกเกิดบุคคล)

ผลงานสร้างสรรค์ชื่อ Commodity : Locket

ขนาด 180 x 600 เซนติเมตร เทคนิค Photomontage



ภาพประกอบ 9 : ผลงานสร้างสรรค์ ชั้นที่ 3 (ภาพขยายรายละเอียด)



ภาพประกอบ 10 : ผลงานสร้างสรรค์ถูกจัดแสดงในนิทรรศการ “ชอบ เงิน สด” (Holy Production) ระหว่างวันที่ 24 มกราคม ถึง 7 เมษายน พ.ศ. 2556 ณ 100 ต้นสน แกลเลอรี กรุงเทพฯ

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์: แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และ ทิฆัมพร เอี่ยมเรไร. (2554). การสื่อสาร ศาสนา กีฬา. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จักรพันธ์ วิลานีนกุล. (2549). “จิตรกรรมฝาผนังที่วัดพุทธประทีป: การต่อยอดจากรากเดิม” ใน เอกสารประกอบการอภิปราย เรื่อง “ปัญญา วิจิตรนสาร: ปรากฏการณ์จิตรกรรมไทยร่วมสมัย” ณ ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร วันเสาร์ที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2549. (อัดสำเนา)

- ฉลอง สุนทรวาณิชย์. (2551). “นวัตกรรมพระเครื่องไทย: ก่อนจะเป็นอุตสาหกรรมพระเครื่อง.” ใน เอกสารประกอบสัมมนาวิชาการเรื่อง “โลกของอิสลามและมุสลิมในอุษาคเนย์: The Islamaic world and Muslims in Southeast Asia” 28-29 พฤศจิกายน 2551 โรงแรม ทวิน โลตัส นครศรีธรรมราช มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 2551. (อัดสำเนา)
- ชลุด นิมเสมอ. (2553). องค์ประกอบของศิลปะ ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม. นนทบุรี: อมรินทร์บุ๊คเซ็นเตอร์.
- ชาตรี ประกิตนทการ. (2551). พระพุทธชินราชในประวัติศาสตร์สมบูรณาญาสิทธิราชย์. กรุงเทพฯ: มติชน.
- _____. (2556). “การผลิตซ้ำสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสังคมไทยร่วมสมัย.” ใน นิทรรศการของ ประทีป สุธาทองไทย ณ 100 ต้นสน แกลเลอรี่, 24 มกราคม - 7 เมษายน 2556. ชอบ เงิน สด: Holy Production. กรุงเทพฯ : Plus Press co., Ltd.: หน้า 2-5.
- ณัฐพล อยู่รุ่งเรืองศักดิ์. (2555). ประวัติศาสตร์ผ่านพระเครื่อง: คติความเชื่อและพุทธพาณิชย์. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พิพัฒน์ พสุธารชาติ. (2551) “ตอบคุณอรรถสิทธิ์ สิทธิดำรง เรื่องวอลเตอร์ เบญยามิน อีกครั้งหนึ่ง.” วิชาษา. 2, 7 (ธันวาคม – มกราคม): หน้า 63-71.
- ไพศาล วิสาโล, พระ. (2552). พุทธศาสนาไทยในอนาคต แนวโน้มและทางออกจากวิกฤต. กรุงเทพฯ: มูลนิธิโกมลคีมทอง.
- ศรีศักร วัลลิโภดม. (2537). พระเครื่องในเมืองสยาม. กรุงเทพฯ: มติชน.
- ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และ อีรนุช พูนศักดิ์ศรีกิจ. 2555. “ความเชื่อและพฤติกรรม การบริโภคเครื่องรางของขลังและวัตถุมงคลในสังคมไทย” วารสารสงขลา นครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. 18, 3 (กรกฎาคม – กันยายน): หน้า 57-92.

- สันติ เล็กสุขุม. (2548). จิตรกรรมไทยสมัยรัชกาลที่ ๓: ความคิดเปลี่ยนแปลง
แสดงออกก็เปลี่ยนตาม. กรุงเทพฯ: เมืองโบราณ.
- สุกิตติมา มหาชัยมงคลกุล. (2555). สูดยอพระเกจิอาจารย์ สังฆารไม้น่าเปื่อย.
กรุงเทพฯ: ยิปซีกรุ๊ป, 2555.
- อิทธิพล ตั้งโฉลก. (2545). “เทคนิคที่ถูกกลับบทบาทจากสื่อกลายเป็นสาร” วารสาร
ศิลปะ คณะจิตรกรรมประติมากรรมและภาพพิมพ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
1, 1 (กันยายน): หน้า 205-215.
- อำนาจ ยอดทอง. (2555). “สวดมนต์ไหว้พระหน้าจอคอมพิวเตอร์: การสวดมนต์
ยุคดิจิทัลกับความเหมาะสมตามหลักพุทธศาสนา” วารสารมนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต. 7, 12 (มกราคม – มิถุนายน): หน้า
44-62.
- Positioning. (2007). กระแสตุ๊กตารามเทพ: ปลุกธุรกิจวงการพระเครื่อง...เม็ดเงิน
สะพัด 40,000 ล้านบาท. Retrived November 8, 2013, from [http://
www.positioningmag.com/prnews/prnews.aspx?id=60549](http://www.positioningmag.com/prnews/prnews.aspx?id=60549)