จตุคามรามเทพ : กระบวนการสร้างความหมายและมูลค่า*

Jatukham Ramathep Amulets : The Process of Meaning and Value Creation

ณัชธัญนพ สุขใส**

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ เพื่อศึกษากระบวนการสร้างความหมายและมูลค่าของจตุคามรามเทพในบริบทสังคมแบบพาณิชย์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช และศึกษาเงื่อนไขในการเปลี่ยนแปลงของความหมายและมูลค่าจตุคามรามเทพ การศึกษาใช้วิธีการทางชาติพันธ์วรรณา เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบลึก (in-depth interview) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participatory observation) และการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยดำเนินการศึกษาในช่วงเดือนธันวาคม 2549 จนถึงเดือนพฤษภาคม 2553 และใช้ 3 แนวคิดหลักในการศึกษา คือ แนวคิดว่าด้วยความหมาย, แนวคิดการผลิตการกลายเป็นสินค้าและการบริโภคเชิงสัญญะ, และแนวคิดว่าการตลาดและการโฆษณา

ผลการศึกษาค้นพบว่า (1) รูปสัญญะและความหมายสัญญะดำรงอยู่ในพื้นที่ที่เป็นจังหวัดนครศรีธรรมราชปัจจุบันมายาวนาน แต่การผลิตจตุคามรามเทพในฐานะวัตถุมงคล เริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2530 (2) การผลิตวัตถุมงคลในระยะเริ่มแรกผลิตเพื่อแจกเป็นของขวัญหรือของกำนัล แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2548-2551 วัตถุมงคลจตุคามรามเทพได้กลายมาเป็นสินค้าและสินค้าเชิงสัญญะอย่างชัดเจน พร้อมทั้งเปลี่ยนความหมายจากการเป็นเพียงสิ่งศักดิ์สิทธิ สู่การเป็นสินค้าที่มีความศักดิ์สิทธิ์ เพิ่มมูลค่าจากการเป็นของขวัญหรือของชำร่วยสู่สินค้าที่มีราคากว่า 3.8 ล้านบาท/ชิ้นในบางรุ่น (3) ความหมายและมูลค่าของจตุคามรามเทพถูกสร้างในขั้นตอนต่างๆ ของการผลิต ทั้งก่อนการผลิต การผลิตและหลังการผลิต (4) การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีส่วนอย่างยิ่งในการเปลี่ยนความหมายและเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ และ (5) บริบททางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มีลักษณะเป็นสังคมบริโภคและแบบพาณิชย์มากยิ่งขึ้นนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา มีส่วนสำคัญให้เกิดความเฟื่องฟูของการบริโภควัตถุมงคลจตุคามรามเทพ

Abstract

---

* บทความชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่มุมมองของกระบวนการสร้างความหมายและมูลค่าให้กับวัตถุที่ถูกทำให้เชื่อว่าเป็นวัตถุที่มีความศักดิ์สิทธิ์และสร้างมูลค่า (ราคา) ให้กับวัตถุ

***ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ จังหวัดนครศรีธรรมราช และปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เบอร์โทรศัพท์ 086-7405823 อีเมล์ yui_ablc@hotmail.com โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ดร.ฐิรวุฒิ เสนาคำ

This thesis has two objectives: (1) to study the process of meaning and value creations of Jatuakarmramathep in the contexts of commercial society of Nakhon Si Thammarat; and (2) to study factors and conditions of changes of Jatuakarmramathep's meanings and values. Ethnographic methods are used in this study. The data are collected by three main methods, that is, in-depth interview, participatory observation, and documentary study. The research was conducted from December, 2006 to May, 2010. There main concepts are used in this study: concept of meanings; concept of production, commoditization, and symbolic consumptions; and concept of marketing and advertising for meaning and value creation.

The followings are research findings. (1) The signifier and signified of Jatuakarmramathep had been existed in the area of contemporary Nakhon Si Thammarat Province a long time ago. But Jatuakarmramathep as amulets had been produced since 1987. (2) In the beginning, Jatuakarmramathep's amulets were produced as gifts. However, during 2005 to 2009 Jatuakarmramathep's amulets were transformed to be commodities or symbolic commodities. In other words, Jatuakarmramathep's amulets were changed from sacred things to be symbolic commodities, or from merely gifts to the sacred commodities with pricing 3.8 million baths per one amulet. (3) Meanings and values of Jatuakarmramathep's amulets were created and highly added in every process of Jatuakarmramathep amulet production, that is, in pre-production, production, and post-production process. (4) Values and meanings of Jatuakarmramathep amulet were constructed and added by means of marketing and advertising. (5) Meanings and values of Jatuakarmramathep amulets were created and highly added during the process of Nakhon Si Thammarat's economic and society turned to be more commercializing, especially since 1997.

บทนำ

"คุณไม่เชื่อก็อย่าลบลู่" เป็นคำพูดที่คุ้นหูกับเรื่องราวทางสิ่งลี้ลับที่ไม่ได้อธิบายสรรพสิ่งด้วยฐานคิดของความเป็นเหตุและผล แต่เรากลับพบว่ายังมีร่องรอยปรากฏการณ์ทางสังคมด้านนี้อยู่มากในสังคมไทย โดยเฉพาะกระแสความนิยมคลั่งไคล้วัตถุมงคลจตุคามรามเทพ นับเป็นปรากฏการณ์ที่น่าสนใจ เนื่องจากมีความแตกต่างจากความนิยมในวัตถุมงคลอื่นๆ อาทิ ยันต์เกราะเพชร ของหลวงพ่อฤษีลิงดำที่ท่าซุง จังหวัดอุทัยธานี การเคาะกระหม่อมของหลวงพ่อคูณ ปริสุทฺโธ แห่งวัดบ้านไร่ การสะสมพระเครื่องรุ่นต่างๆ เช่น พระสมเด็จวัดระฆัง หลวงปู่ทวดวัดช้างไห้ และหลวงพ่อวัดปากน้ำ เป็นต้น ปรากฏการณ์เหล่านี้เป็นความนิยมที่เกิดขึ้นจากการกล่าวถึงตำนานของปู่ครู มีศิษย์ มีสาวกเฉพาะกลุ่มที่มีความศรัทธาเลื่อมใสจึง

บูชากันจนกลายเป็นที่นิยมไปในที่สุด ส่วนความนิยมต่อวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ มิได้เกิดขึ้นจากความศรัทธาต่อเกจิอาจารย์รูปใดเป็นการเฉพาะ และมิได้เกิดจากความนิยมในฐานะที่เป็นโบราณวัตถุที่เก่าแก่จนกลายเป็นความนิยมและสะสมกัน แต่เป็นความนิยมที่เกิดขึ้นจากการสร้างความศักดิ์สิทธิ์ให้เกิดขึ้นในวัตถุด้วยการผนวกเอาความหมายของความศรัทธาในเทพเจ้าที่เป็นรูปเคารพที่สถิตย์อยู่ในวิหารพระม้า วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช นำมาสร้างเป็นวัตถุมงคล และทำให้ผู้คนในจังหวัดนครศรีธรรมราช และต่างจังหวัด รวมทั้งชาวต่างชาติต่างนิยมบูชากันขนานใหญ่ กระแสความนิยมของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพสามารถพิจารณาได้จากปรากฏการณ์ 4 เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เหตุการณ์แรกคือ ราคาเช่าบูชาจากเดิมราคาเช่าบูชาอยู่ในหลักสิบและสูงขึ้นหลักร้อยพันหมื่นและหลักล้านตามลำดับเพียงชั่วระยะเวลาที่ไม่นานนัก เหตุการณ์ที่สอง คือ จำนวนรุ่นของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพที่มีการผลิตสร้างมากกว่าพันรุ่นภายในระยะเวลาไม่ถึงสิบปี แต่ละรุ่นล้วนมีดีกรีความขลังแตกต่างกันไปตามชื่อรุ่นที่ปรากฏ อาทิ รุ่น “เจริญโภคทรัพย์” “รวยล้นฟ้า” “มั่งมีศรีสุข” “เงินไหลมา” “มหาเศรษฐี” “บารมี 10 ทิศ” “โคตรเศรษฐี วัดโพธิ์แก้วประสิทธิ์” “ราชันเศรษฐี” “หัวใจเศรษฐี” “เทิดไท้องค์ราชันย์” “มหาโชค มหาเศรษฐี” “ทวีโภคทรัพย์” “เสริมทรัพย์ เสริมบารมี” “รวยไม่เลิก” และ “โคตรมหาเศรษฐี 50” เป็นต้น ชื่อรุ่นส่วนใหญ่ที่ปรากฏมักเน้นดีกรี ความร่ำรวย การค้าขาย และการมีเงินทอง ซึ่งถ้าใครชื่นชอบดีกรีไหนก็สามารถเลือกเช่าบูชารุ่นนั้น การเช่าบูชาวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ เหตุการณ์ที่สามคือ การซื้อขายใบจองวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ หมายถึง การซื้อขายใบจองวัตถุมงคลจตุคามรามเทพโดยไม่ต้องมีวัตถุมงคลจตุคามรามเทพไว้ครอบครอง ซึ่งที่ผ่านมาการซื้อขายหรือการเช่าบูชาพระเครื่องหรือวัตถุมงคลรุ่นอื่นๆ ไม่มีการซื้อขายเปลี่ยนมือจากเจ้าของผู้จองพระเครื่องหรือวัตถุมงคลไปสู่บุคคลอื่นๆ ที่ไม่ได้จองวัตถุมงคล มีเพียงแต่การเช่าบูชาพระเครื่องหรือวัตถุมงคลที่มีไว้ในครองครองเท่านั้น แตกต่างจากวัตถุมงคลจตุคามรามเทพที่มีการเก็งกำไรจากราคาใบจองที่ถูกตั้งราคาเช่าบูชาไว้ในแผ่นจองตามรุ่นตามรายการวัตถุมงคลจตุคามรามเทพที่ถูกจอง ถูกเพิ่มราคามากกว่าเท่าตัวจากราคาจากราคาใบจองที่ถูกตั้งราคาเช่าบูชาไว้ในแผ่นจอง ราคาที่เพิ่มขึ้นนี้อิงอยู่กับราคาตลาด ว่าตลาดมีความต้องการมากน้อยเพียงใด กรณีที่ตลาดมีความต้องการวัตถุมงคลจตุคามรามเทพรุ่นหนึ่งสูงราคาใบจองของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพรุ่นนั้นก็มีราคาสูงขึ้นตามไปด้วย ส่วนใหญ่ราคาซื้อขายใบจองผูกติดอยู่กับกลไกตลาดของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพรวมถึงการเจรจาต่อรองซื้อขายระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายที่จะตกลงราคาตามความพอใจของทั้งสองฝ่าย

เหตุการณ์สุดท้าย คือ การตลาดและการโฆษณาได้เข้ามามีบทบาทต่อการสร้างความนิยมในวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ อาทิ รถแห่ป้ายวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ เว็บไซต์วัตถุมงคลจตุคามรามเทพซึ่งมีมากถึง 300,000 เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หนังสือพิมพ์รายวัน รายสัปดาห์ นิตยสารพระเครื่อง และหนังสือที่รวบรวมประวัติ ตำนาน รุ่น การจัดสร้าง และพิธีกรรม ซึ่งเกิดขึ้นอย่างมากมาย และติดตลาด ดังเห็นได้จากข้อความให้สัมภาษณ์ของเจ้าของร้านขายหนังสือแห่งหนึ่ง ที่ว่า “หนังสือที่เกี่ยวข้องกับองค์พ่อจตุคามรามเทพ ลูกค้าให้การตอบรับสนใจซื้อกันมากขายดีที่สุดในช่วงนี้รับมากี่เล่มก็ขายได้หมด” (เอี้ยว พานิช, นามแฝง, สัมภาษณ์)

สำหรับการโฆษณาวัตถุมงคล “มีการใช้เม็ดเงินมาก แซงหน้าทุกๆ สินค้าอุปโภคบริโภค และมือถือ โดยเฉพาะเดือนเมษายน 2550 เมื่อเทียบกับเดือนเมษายน 2549 เม็ดเงินโฆษณาวัตถุมงคลพุ่งพรวดขึ้นมาจากเดิม 5.47 ล้านบาท เป็น 60.40 ล้านบาท เพิ่มขึ้นถึง 54.92 ล้านบาท” (*ฐานเศรษฐกิจ*, 2550, ออนไลน์) ยิ่งไปกว่านั้น กระแสความนิยมดังกล่าวยังส่งผลต่อการขยายตัวของธุรกิจแผงพระ (ตลาดพระ)[1] ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มีการเปิดแผงพระ ศูนย์ ชมรม และตลาดค้าพระเพิ่มขึ้นหลายร้อยแห่ง ทั้งในพื้นที่ห้างสรรพสินค้า โรบินสันโอเชี่ยน คาร์ฟูร์ เทสโก้โลตัส ตามย่านการค้าผักผลไม้ เช่น ตลาดการค้าโกพงศ์พลาซ่า ศูนย์ขายสินค้าพื้นเมือง หน้าวัดพระบรมธาตุ ศูนย์ขายเครื่องใช้ไฟฟ้า นคร ดี ซี ร้านทอง และร้านเบอเกอรี่ เป็นต้น

จากเหตุการณ์เบื้องต้น ความน่าสนใจศึกษาจึงไม่ได้อยู่เพียงแค่การจัดสร้างวัตถุมงคลจตุคามรามเทพเท่านั้น หากแต่ความสำคัญของการศึกษางานชิ้นนี้มุ่งเน้นความสนใจว่าทำไมความเชื่อ/ความศรัทธาได้ถูกปรุงแต่ง “ความศักดิ์สิทธิ์” “ความขลัง” ผนวกกับการสอดใส่รหัสความหมายทาง “สัญญะ” ของการบริโภคความศรัทธาในมิติคุณค่าทางเศรษฐกิจดังปรากฏในชื่อรุ่นต่างๆ ของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ และกระบวนการโฆษณาได้เสกสรรปั้นแต่งให้มีความหมายมากไปกว่าประโยชน์ที่มีอยู่ในตัววัตถุสินค้าเองที่ยกคุณค่าเชิงสัญญะเป็นคุณค่าหลักในการนำเสนอโดยคุณค่าเชิงประโยชน์ใช้สอยได้ถูกลดความสำคัญลงไปมาก หรืออาจจะกล่าวได้ว่า “สัญญะ” มีความสำคัญกว่า “ประโยชน์” ของสินค้า ดังนั้น “การเลือกซื้อสินค้าผู้บริโภคจะคิดถึงตัวเองว่าเมื่อใช้สินค้านั้นแล้วจะเป็นอย่างไรหรือถูกนิยามความหมายว่าอย่างไร” ในงานศึกษาชิ้นนี้มองประเด็นเรื่องความหมาย กระบวนการการสร้างความหมายและมูลค่าของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ โดยพิจารณาจากการเกิดขึ้น การดำรงอยู่และการเปลี่ยนแปลงความหมาย กระบวนการก่อนการผลิตและขั้นตอนการผลิตจนถึงหลังการผลิต เพื่ออธิบายให้เห็งถึงความหมายและมูลค่าที่ดำรงอยู่และความหมายที่เปลี่ยนแปลงอันเกิดจากปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความหมายและมูลค่าของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้วิธีการทางชาติพันธ์วรรณา เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบลึก (in-depth interview) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participatory observation) และการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ศึกษาในช่วงเดือนธันวาคม 2549 จนถึงเดือนพฤษภาคม 2553

การศึกษาครั้งนี้เป็นความพยายามที่จะวิเคราะห์ถึงความซับซ้อนในกระบวนการสร้างความหมายและมูลค่าของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ โดยใช้แนวคิด 3 กลุ่มเป็นกรอบความคิดพื้นฐานในการทำความเข้าใจปรากฏการณ์ดังกล่าว ได้แก่ (1) แนวคิดว่าด้วยความหมาย (2) แนวคิดเกี่ยวกับการผลิต การกลายเป็นสินค้าและการบริโภคเชิงสัญญะ และ (3) แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและการโฆษณากับการสร้างความหมายและมูลค่า

แนวความคิดเรื่องความหมายจะช่วยให้เข้าใจได้ว่าวัตถุมงคลจตุคามรามเทพถูกสร้างให้มีความหมายถึงขั้นยกระดับเป็นวัตถุที่มีค่าอย่างไร โดยจะใช้ทั้งแนวคิดในกลุ่มโครงสร้างนิยม เช่น แนวคิดของ โรล็องด์ บาร์ตส์ ที่อธิบายว่าความหมายที่เกิดขึ้นนั้นเป็นความหมายที่ถูกสร้างขึ้นทางวัฒนธรรม และแนวคิดใน

[1] ตลาดพระ เป็นสถานที่หรือแหล่งให้เช่า (ขาย) รับเช่า (ซื้อ) พระเครื่อง พระบูชา เครื่องรางของขลังอื่นๆ

กลุ่มหลังโครงสร้างนิยม โดยเฉพาะแนวคิดของมิเชล ฟูโกต์ ที่อธิบายว่า คือความหมายและความรู้ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อสถาปนาให้เป็นความจริงของสังคม จากนั้นก็สามารถควบคุมคนให้มีความคิดและความสัมพันธ์อยู่ภายใต้ความจริงนี้ ความหมายและความจริงของพระเครื่องที่ถูกสร้างขึ้นจึงสามารถเข้าไปมีอิทธิพลในการกำหนดความคิดคน เช่น คนเช่าพระเครื่องราคาแพงด้วยเชื่อว่าเหรียญเกจิอาจารย์นั้นศักดิ์สิทธิ์ สามารถบันดาลโชคลาภให้ได้

แนวความคิดเรื่องการผลิต การกลายเป็นสินค้าและการบริโภคเชิงสัญญะจะช่วยให้เข้าใจได้ว่าวัตถุมงคลจตุคามรามเทพถูกทำให้เป็นสินค้าที่มีราคาได้อย่างไร ทั้งที่ต้นกำเนิดของพระเครื่องนั้นเกิดจากการอ้างอิงเชิงคุณค่า เช่น เป็นที่พึ่งทางใจ เป็นสัญลักษณ์ทางศาสนา และมูลค่าหรือราคาที่เกิดขึ้นนั้นไม่ได้เกิดจากหลักการทางเศรษฐกิจทั่วไป และไม่ได้เกิดจากการอ้างอิงมาจากมูลค่าการใช้สอย แต่เป็นมูลค่าเชิงสัญญะ และคนถูกทำให้เต็มใจที่จะบริโภคสัญญะนั้น เช่น การที่บางคนทุ่มเงินเพื่อครอบครองพระเครื่องบางรุ่น ก็เพราะเชื่อว่าจะทำให้ตนหนังเหนียว สามารถดำรงตนเป็นผู้มีอิทธิพลได้

แนวความคิดเรื่องการตลาดและการโฆษณากับการสร้างความหมายและมูลค่าจะช่วยให้เข้าใจถึงบทบาททางการตลาด การโฆษณา ที่ผู้สร้างและผู้ให้เช่าวัตถุมงคลจตุคามรามเทพใช้เพื่อสร้างมูลค่าของพระเครื่อง เพราะในปัจจุบันตลาดของพระเครื่องไม่ได้จำกัดอยู่ในวงแคบเฉพาะคนในชุมชนหรือท้องถิ่นที่มีความศรัทธาเกจิอาจารย์ หรือวัดผู้สร้างพระอยู่แต่เดิมแล้ว แต่เป็นตลาดที่เปิดสู่คนกลุ่มต่างๆ ในพื้นที่ต่างๆ อย่างกว้างขวาง ซึ่งเท่ากับว่าเศรษฐกิจว่าด้วยพระเครื่องเป็นเศรษฐกิจที่มีเงินหมุนเวียนมาก ดังนั้นผู้สร้างและและผู้ให้เช่าพระเครื่องจึงใช้การตลาดและการโฆษณาเข้ามาช่วยสร้างมูลค่าพระอย่างเต็มที่ และด้วยกลวิธีต่างๆที่ซับซ้อน เช่น ในด้านการตลาดจะเห็นว่าในปัจจุบันพระเครื่องถูกออกแบบมาเป็นชุด บรรจุกล่องอย่างสวยงาม และออกแบบให้เหมาะสมแก่คนแต่ละรุ่นแต่ละเพศด้วย ตลาดพระเครื่องก็ขยายตัวไปสู่พื้นที่ที่สะดวกแก่การเช่า เช่น ในห้างสรรพสินค้า ในด้านการโฆษณาจะพบว่าในปัจจุบันมีวารสารพระเครื่องวางจำหน่ายอย่างแพร่หลาย มีเว็บไซต์เกี่ยวกับพระเครื่องมากมาย มีการตั้งชมรมพระเครื่องต่างๆ และจัดงานประกวดพระเครื่องอย่างใหญ่โต ด้วยวิธีการดังที่กล่าวถูกนำมาใช้เพื่อกระตุ้นการเช่าซื้อของผู้บริโภคอย่างไรและนำไปสู่การสร้างมูลค่าให้กับพระเครื่องและพระผงจตุคามรามเทพได้อย่างไร

พื้นที่และความเป็นมาของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ

วัตถุมงคลจตุคามรามเทพถูกผลิตขึ้นในหลายพื้นที่ และพื้นที่ที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นแหล่งผลิตใหญ่และให้กำเนิดวัตถุมงคลจตุคามรามเทพก็คือจังหวัดนครศรีธรรมราช และด้วยระบบความเชื่อของนครศรีธรรมราชเป็นเมืองที่มีการผสมผสานทางด้านเชื้อชาติมายาวนาน คือ ประกอบด้วยชาวไทย มาเลย์ อินเดีย จีน และคนพื้นเมืองเดิม ซึ่งส่งผลให้ระบบความเชื่อของคนในนครศรีธรรมราชมีลักษณะผสมผสานระหว่างพุทธ พราหมณ์ อิสลาม และผี การผสมผสานความเชื่อเหล่านี้ ปรากฏให้เห็นในศิลปะการแสดง วรรณกรรม พิธีกรรม งานเทศกาล เช่น พิธีทานไฟ แรกนาขวัญ ไล่แม่มด การทำขวัญข้าว และเทศกาลสงกรานต์ (วิเชียร ณ นครและคณะ 2521) ประกอบกับระบบเศรษฐกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง คือ นครศรีธรรมราชมีฐานทางเศรษฐกิจแบบเกษตรกรรม การค้า การประมงชายฝั่ง การเลี้ยงสัตว์น้ำจืดและ

การเลี้ยงกุ้งกุลาดำ อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญทางเศรษฐกิจของนครศรีธรรมราชเริ่มปรากฏเด่นชัดนับตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ.2540 เป็นต้นมา โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงไปสู่การเป็นเศรษฐกิจแบบอุตสาหกรรมและพาณิชย์ ส่งผลให้ท้ายที่สุดสังคมในจังหวัดนครศรีธรรมราชได้แปรเปลี่ยนไปเป็นสังคมบริโภคนิยมมากยิ่งขึ้น แปรเป็นพื้นที่ปะทะและดำรงอยู่เคียงคู่ของวัฒนธรรมท้องถิ่นและวัฒนธรรมต่างแดน และได้กลายเป็นพื้นฐานสำคัญของการเกิดและการเติบโตของการบริโภควัตถุมงคลจตุคามรามเทพในช่วงปี พ.ศ. 2547-2551

เดิมจตุคามรามเทพได้ดำรงอยู่ในความคิดของคนในนครศรีธรรมราชมานาน และดำรงอยู่ในฐานะเป็นเทวดาผู้รักษาพระบรมธาตุ หรือเป็นเทพยดาประจำเมือง (บัญชา พงษ์พานิช, 2547, 20) ซึ่งมีอยู่ 2 องค์ คือ ท้าวขัตตุคาม อยู่ด้านตะวันตก และท้าวรามเทพอยู่ด้านตะวันออก (พลาดิศัย สิทธิธัญกิจ, 2550, 2-5) ตามความเชื่อของคนในศรีลังกา จตุคามรามเทพคือเทวดาผู้รักษาพระพุทธสิหิงค์ โดยเทวดาดังกล่าวมีทั้งหมด 4 องค์ ไทยเรารับมาเพียง 2 องค์ พระจตุคามรามเทพ เป็นเทวดาฝ่ายพระพุทธศาสนาฝ่ายเถรวาทโดยเฉพาะ มิใช่พระโพธิสัตว์แบบพุทธศาสนาฝ่ายมหายานหรือเทพเจ้าฝ่ายพราหมณ์ (กำธร เลี้ยงสัจธรรม, 2550, 107-111)

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันองค์จตุคามรามเทพได้เคลื่อนย้าย/ขยายพื้นที่จากพระบรมธาตุสู่ชีวิตประจำวันของผู้คน และกลายเป็นจตุคามรามเทพเพื่อมวลชนอย่างน้อยที่สุดก็นับตั้งปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา จากเอกสารข้อมูลที่มีอยู่พอประมวลได้ว่า การเคลื่อนย้ายขององค์จตุคามรามเทพสู่ชีวิตของผู้คนได้เริ่มก่อรูปมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2528 ที่มีการเข้าทรงวัดนางพระยา และให้มีการสร้างเสาหลักเมืองนครศรีธรรมราชที่ทำด้วย “ไม้ตะเคียนทองขนาดความยาวราว 1 ศอก ทำเป็นรูป 8 เหลี่ยม ขุดหลุมแล้วฝังลงในพื้นดินที่ตรงไหนก็ได้” (สรรเพชญ ธรรมาธิกุล, 2550, 20)

นอกจากการหาไม้ตะเคียนทองมาทำเป็นเสาหลักเมืองแล้ว ร่างทรงยังได้อธิบายถึงขั้นตอนของพิธีต่างๆ ที่จะต้องกระทำกันระหว่างการจัดสร้างเสาหลักเมืองนครศรีธรรมราช รวมทั้งสิ้น 16 พิธีกรรม และ 2 พิธี ที่ถือว่าเป็นพิธีกรรมที่สำคัญ คือ (1) พิธีฝังหัวใจสมุทรและฝังหัวใจเมือง โดยมีการประกอบพิธีที่สี่แยกคูขวาง เมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2529 และ (2) พิธีเบิกเนตรหลักเมือง[2] เจ้าพิธีคือพลตำรวจตรีขุนพันธรักษ์ราชเดช พิธีจัดขึ้น ณ บริเวณสนามหน้าเมืองนครศรีธรรมราช เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2530 โดยเฉพาะพิธีกรรมที่สองได้เป็นพิธีที่วัตถุมงคลจตุคามรามเทพอุบัติขึ้น กล่าวคือ เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2530 ได้มีการแจกวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ รุ่น “พระผงสุริยัน-จันทรา” ดังนั้น วัตถุมงคลจตุคามรามเทพ ณ จุดเริ่มต้นจึงมีฐานะเป็น “ของที่ระลึก ของแทนบุญ” ที่จะแจกจ่ายให้กับผู้มีจิตศรัทธาที่ร่วมบริจาคทรัพย์สินเงินทอง หรือสิ่งของเพื่อระดมทุนจัดสร้างศาลหลักเมือง

[2]พิธีกรรมเบิกเนตรศาลหลักเมือง เป็นพิธีกรรมหนึ่งในสิบหกพิธีกรรมที่สำคัญ โดยมีเจ้าพิธีคือพลตำรวจตรีขุนพันธรักษ์ราชเดช จัดพิธี ณ บริเวณสนามหน้าเมืองนครศรีธรรมราช พิธีเบิกเนตรหลักเมือง คือ พิธีบรรจุจิตวิญญาณเข้าไปสิงสถิตอยู่ภายในหลักเมือง เป็นนัยว่าให้เทพประจำหลักเมืองสามารถรับรู้เหตุการณ์การณ์ได้ด้วยตาทั้งแปดทิศ รวมแล้ว 16 ตา ใครสร้างความดีชั่ว เทวดาประจำยอดหลักเมืองจะมองเห็นหมด ไม่อาจปกปิดซ่อนเร้นได้

นั่นคือจุดเริ่มต้นของการเคลื่อนย้ายขององค์จตุคามรามเทพลงสู่มวลชน และหลังจากนั้นเป็นต้นมาวัตถุมงคลสายจตุคามรามเทพได้ถือกำเนิดขึ้นอย่างน้อย 10 รูปแบบ (รวมแบบพระผงสุริยัน-จันทรา ซึ่งเป็นต้นแบบของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ) คือ

1) แบบพระผงหลักเมือง
2) แบบผ้ายันต์
3) แบบเศียรองค์จตุคามรามเทพ หรือเทวดารักษาเมือง
4) แบบธงและผ้ายันต์
5) แบบขี้ผึ้งศรีวิชัย
6) แบบพระผงพุทธสิหิงค์[3]
7) แบบเหรียญพังพกาฬ[4]
8) แบบเหรียญโลหะทองแดง เป็นทรงสี่เหลี่ยมขนาดเล็ก ทำขึ้นจำนวนมาก
9) แบบสติ๊กเกอร์รูปราหูอมจันทร์
10) แบบวัตถุมงคลที่ระลึกในพิธีการ (จักรรัช ธีระกุล, 2535, 7-10)

การสร้างวัตถุมงคลแต่ละแบบนั้นเพื่อมอบเป็นที่ระลึกให้กับผู้บริจาคเงินเพื่อจัดสร้างศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช รวมถึงการจัดสร้างวัตถุมงคลจตุคามรามเทพรุ่นเกาะเภตรา เมื่อปี พ.ศ.2543 (เป็นรุ่นเปิดศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช) ภายหลังจากการจัดสร้างรุ่นเกาะเภตราเจ้าอาวาสวัดพระมหาธาตุก็ได้หารือกับขุนพันธรักษ์ราชเดช เกี่ยวกับการจัดสร้างวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ เพื่อระดมทุนบูรณะเจดีย์ราย 163 เจดีย์ ในบริเวณวัดมหาธาตุ โดยใช้ชื่อรุ่นตรงกับวัตถุประสงค์ คือ รุ่นบูรณะเจดีย์ราย ซึ่งดำเนินการจัดสร้างในปี พ.ศ.2545 และหลังจากนั้น วัตถุมงคลจตุคามรามเทพก็เริ่มเป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย และส่งผลให้มีการจัดสร้างวัตถุมงคลจตุคามรามเทพตามมาอีกนับ 1,000 รุ่น

---

[3]พระพุทธสิหิงค์ เป็นพระคู่บ้านคู่เมืองของจังหวัดนครศรีธรรมราช มีประวัติความเป็นมา ตั้งแต่โบราณกาล พระพุทธสิหิงค์ ในประเทศไทยมีด้วยกัน 3 องค์ คือ องค์ของนครศรีธรรมราช องค์ของจังหวัดเชียงใหม่ และองค์ของกรุงเทพฯ แต่ในส่วนของของจังหวัดนครศรีธรรมราช จะมีเอกลักษณ์เฉพาะ ที่เรียกว่าศิลปะแบบขนมต้ม คือ มีลักษณะอวบ ล่ำบึก ซึ่งถือว่าเป็นศิลปะเฉพาะ ดังนั้นพระพุทธรูปที่มีลักษณะแบบขนมต้ม ทั่วภาคใต้จึงมักเรียกรวมกันว่า พระพุทธสิหิงค์ ในนครศรีธรรมราช มีพระพุทธสิหิงค์หลายองค์ แต่องค์ที่มีชื่อเสียงที่สุด มีอยู่ 2 องค์ คือ องค์ที่ประดิษฐานอยู่ที่หอพระพุทธสิหิงค์ ศาลากลางจังหวัดกับองค์ที่ประดิษฐานอยู่ที่วัดบ้านนา อำเภอ พรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช

[4]พังพกาฬ มีตำนานเล่าว่าเป็นนักรบกล้า ผู้มีความเก่งกาจตั้งแต่เด็กเคยใช้ดาบไม้พาเข (ดาบที่ทำจากไม้ ใช้ในการละเล่นของเด็ก) ฟันคอเพื่อนขาด เมื่อโตเป็นหนุ่มได้เป็นผู้นำทหารวางแผนดักซุ่มโจมตีสลัดชวาที่เข้ามาทวงส่วย เป็นผลให้สลัดชวาพ่ายกลับไป วีรกรรมสำคัญนี้ปรากฏในตำนานเมืองนครศรีธรรมราช ความตอนหนึ่งว่า “พระญา (ศรีธรรมาโศกราช) ก็คิดแข็งเมืองกันชวา พระญาก็ให้ขุดคูรอบเมือง พระเวียง พระญาชวายกทัพเรือมารบ พระญาก็ให้พังพการเป็นทหารออกรบ พังพการ ฆ่าพวกชวาเสียสามสิบตัวพังพการ ก็หาไม่ ชวาก็แตกหนีไป พระญาก็แบ่งเมืองให้พังพการฝ่ายหนึ่ง” ท้องที่ที่แบ่งให้ถือครองปัจจุบันคือท้องที่ตำบลไชยมนตรี (ประหยัด เกษม, 2550, 60)

การสร้างและการผลิตวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ

การสร้างหรือการผลิตวัตถุมงคลหรือพระเครื่อง ไม่ว่าจะสร้างด้วยวัตถุประสงค์ใด การสร้างก็จะต้องมีองค์ประกอบของการสร้าง 2 ส่วนที่สำคัญ คือ การผลิตองค์ประกอบด้านวัตถุ และการผลิตองค์ประกอบด้านพิธีกรรม

การผลิตองค์ประกอบด้านวัตถุ หมายถึง วัตถุหรือวัสดุที่จะนำมาสร้างเป็นองค์พระหรือ “เนื้อพระ” การสร้างพระจะมีกรรมวิธีการสร้างที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับวัตถุที่ถูกนำมาสร้างเป็นองค์พระ การสร้างพระเท่าที่มีอยู่แบ่งออกเป็น 6 ชนิด ตามวัตถุที่นำมาใช้ในการจัดสร้าง คือ การสร้างพระเนื้อดิน การสร้างพระเนื้อชิน การสร้างพระเนื้อผง การสร้างพระเนื้อโลหะ การสร้างพระเนื้อว่าน และ การสร้างพระจากวัสดุอื่นๆ (เชิด เจริญรัมย์, 2541, 110-114) อย่างไรก็ตาม วัตถุมงคลจตุคามรามเทพเท่าที่มีการจัดสร้างมาจนถึงปัจจุบัน จัดสร้างขึ้นจากวัตถุ 2 ชนิด คือ เนื้อผงและเนื้อโลหะ

โดยเฉพาะการจัดสร้างเนื้อผง จะมีกระบวนการขั้นตอนการสร้างวัตถุมงคลจตุคามรามเทพโดยทั่วไปที่ไม่แตกต่างกันมากนักในแต่ละรุ่น สิ่งที่แตกต่าง คือ การเลือกมวลสาร และสูตรส่วนผสม การเลือกมวลสารมีหลักในการเลือก คือ ต้องเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นของขลัง เป็นวัตถุสิ่งของที่อยู่ในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์เป็นที่เคารพของชุมชน หรืออาจจะเป็นวัตถุมงคลที่ชำรุด ได้แก่ พระเครื่อง ตะกรุด ผ้ายันต์ของเกจิอาจารย์ หรือแร่ธาตุหรือว่าน ที่ถือว่าเป็นสิริมงคล และคลาดแคล้วจากภัยอันตรายต่างๆ (ณรงค์ สีเมือง, นามแฝง, สัมภาษณ์)

วัตถุมงคลจตุคามรามเทพในแต่ละรุ่นจะมีสูตรส่วนผสมและลำดับขั้นตอนในการผสมแตกต่างกันไป และถือว่าเป็น “สูตรลับ ต้องมาร่ำเรียนถึงจะถ่ายทอดให้ได้” (สุภา ลานสกา, นามแผง, สัมภาษณ์) แต่ส่วนผสมหลักมักจะประกอบด้วย “ปูนขาวหรือปูนเปลือกหอย ปูนพลาสเตอร์ (บางรุ่นจะใช้แทนปูนเปลือกหอย) กล้วยน้ำว้า และน้ำมันตังอิ๊ว” (ศักรินทร์ สุวรรณรัตน์, สัมภาษณ์) ส่วนอัตราส่วนในการผสมแต่ละครั้งจะแตกต่างกันไป (ศักรินทร์ สุวรรณรัตน์, นามแฝง, สัมภาษณ์)

การผลิตองค์ประกอบด้านพิธีกรรม หมายถึงขั้นตอนของพิธีกรรมต่างๆ ของการสร้างวัตถุมงคล/พระเครื่อง ปกติประกอบด้วยพิธีกรรมแบบพราหมณ์และสงฆ์ กล่าวกันว่า การประกอบพิธีกรรมในการสร้างพระนั้น มีมาตั้งแต่สมัยสุโขทัย (เชิด เจริญรัมย์, 2541, 95)

การสร้างพระเครื่องแต่ละครั้งนั้น ก่อนจะนำวัสดุนั้นๆ มาสร้างเป็นพระเครื่อง วัสดุเหล่านั้นจะต้องได้รับการปลุกเสก ลงอักขระหรือลงยันต์จากพระอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิวิเศษเสียก่อน เช่น การจะทำพระผง ก็จะต้องปลุกเสกผงนั้นๆ เสียก่อน ส่วนพระเครื่องชนิดอื่นๆ เช่น พระเนื้อดิน เนื้อว่านก็เหมือนกัน ในขณะทำการผสมดินหรือว่าน ก็ต้องทำโดยพระเกจิอาจารย์ต้องบริกรรมคาถาอาคม ปลุกเสกไปด้วย จึงจะนำไปสร้างเป็นพระเครื่องได้ อันจัดเป็นพิธีกรรมเบื้องต้นก่อนการสร้าง ส่วนพระเครื่องที่เป็นโลหะก็มีกรรมวิธีที่คล้ายกัน คือ ต้องนำวัสดุที่จะสร้างพระเครื่อง ไม่ว่า จะเป็นทองแดง สำริดหรือเงิน ทองคำหรือนวโลหะไปหลอมรีดเป็นแผ่นบางๆ ที่เรียกว่า แผ่นทอง แล้วนำแผ่นทองเหล่านั้นไปให้พระเกจิอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิวิเศษและมีพลังจิตสูง ลงอักขระและ/หรือยันต์ เพื่อให้กลายเป็นวัตถุศักดิ์สิทธิ์

ต่อจากนั้น จึงเป็นพิธีสำคัญสุดท้าย คือ พิธีพุทธาภิเษกหรือมหาพุทธาภิเษก โดยการอาราธนาพระเกจิอาจารย์ผู้ทรงวิทยาคมในด้านต่างๆ มาร่วมนั่งแผ่เมตตาจิตหรือพลังจิต หรือที่เรียกกันว่า “นั่งปรก

ปลุกเสก" นั่นเอง การจัดพิธีพุทธาภิเษกอาจจะกระทำ 1 วัน 1 คืน หรือ 3 วัน 3 คืนก็ได้ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความขลังและเกิดความศักดิ์สิทธิ์ในพระเครื่อง (เชิด เจริญรัมย์, 2541, 110-114)

สำหรับพิธีพุทธาภิเษกของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ จะมีการความเป็นเอกลักษณ์ของการจัดพิธีกรรม คือ การปลุกเสกจะต้องทำพิธีให้ครบ 3 ภูมิ และ 2 สถานที่ การปลุกเสก 3 ภูมิ หมายถึง การปลุกเสกภาคพื้นดิน ภาคพื้นน้ำและภาคพื้นนภากาศ พิธีทั้งสามเป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมอัญเชิญ ดวงวิญญาณขององค์ราชันย์ดำจตุคามรามเทพ ปฐมกษัตริย์แห่งศรีวิชัย เพื่อขออนุญาตใช้ดวงตราศักดิ์สิทธิ์ เป็นการสักการะทั้ง 3 ภูมิ พิธีกรรมทั้งสามนี้เป็นไปตามแบบแผนของการปลุกเสกวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ ที่จัดสร้างในปี พ.ศ.2530 คือ "พระผงสุริยัน-จันทรา" ซึ่งเริ่มต้นด้วยการปลุกเสกกลางมหาสมุทรในวันพฤหัสที่ 16 กรกฎาคม 2530 เวลาเที่ยง ติดตามมาด้วยพิธีปลุกเสกกลางทุ่งนา และจบลงด้วยพิธีปลุกเสกบนภูเขาขุนพนม พิธีกรรมปลุกเสกภาคพื้นดินในทัศนะของผู้สร้างวัตถุมงคลจตุคามรามเทพมีความหมายเท่ากับเป็นการโปรยทานหรือแจกทาน การปลุกเสกภาคพื้นน้ำหมายถึงการโปรยทะเลหรือพลีทะเล[5] ส่วนการปลุกเสกภาคอากาศ หมายถึงการโปรยหรือเทวดา (ธนเดช พันธุ์แท้, นามแฝง, สัมภาษณ์) วัตถุมงคลที่ปลุกเสก 3 ภูมิ เชื่อกันว่ามีความศักดิ์สิทธิ์ยิ่ง เพราะถือว่าเป็นวัตถุมงคลที่ถวายแก่องค์พ่อทั้ง 3 ภูมิ ซึ่งเป็นการปลุกเสกตามศาสตร์พิธีโบราณที่เรียกว่า พรหมศาสตร์ (*คมชัดลึก*, 2550, 1)

พิธีกรรมปลุกเสกวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ ทั้งภาคพื้นดิน ภาคพื้นน้ำและภาคพื้นนภากาศ ได้กลายมาเป็นแบบแผนการประกอบพิธีกรรมปลุกเสกวัตถุมงคลสายจตุคามรามเทพในรุ่นหลังๆ แต่ในบางรุ่นได้มีการเพิ่มเติมให้เป็นจุดสนใจมากยิ่งขึ้น

นอกจากการปลุกใน 3 ภูมิข้างต้นแล้ว ผู้สร้างวัตถุมงคลจตุคามรามเทพจะต้องประกอบพิธีกรรมในสถานที่ที่สำคัญ 2 แห่ง คือ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร และศาลหลักเมืองนครศรี ธรรมราช ซึ่งจะใช้พื้นที่ดังกล่าวประกอบพิธีกรรมในวาระแรกที่ปลุกเสกและวาระสุดท้าย เพราเชื่อกันว่าวัตถุมงคลจตุคามรามเทพจะศักดิ์สิทธิ์

การสร้างวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ มีลำดับขั้นตอนการสร้างการผลิต 20 ขั้นตอน แต่การผลิตบางรุ่น ลำดับขั้นตอนดังกล่าวอาจจะสลับไปมา และในบางขั้นตอนอาจมีการทำพร้อมๆ กันกับขั้นตอนอื่น ทั้งนี้ เพื่อความรวดเร็วในการผลิต ขั้นตอนดังกล่าว สามารถประมวลสรุปได้ ดังแสดงในตารางที่ 1 ใน 20 ขั้นตอนนี้ มีหลายขั้นตอนที่เปิดโอกาสให้ผู้สร้าง/ผู้ผลิตสร้าง/เพิ่มความหมายและมูลค่าให้กับวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ

[5]พลี มีความหมายหลายนัย ซึ่งอาจจะหมายถึงการบวงสรวง เครื่องบวงสรวง ส่วยและการบูชา นอกจากนี้ หากนำไปรวมกับคำอื่นๆ ก็จะหมายที่แตกต่างกันไป เช่น ญาติพลี หมายถึง สงเคราะห์ญาติ อติถิพลี หมาย การต้อนรับแขก, เปรตพลี หมายถึง การทำบุญอุทิศให้ผู้ตาย ราชพลี หมายถึง การถวายเป็นของหลวง เป็นต้น นอกจากนี้แล้ว พลี ยังหมายถึงการเสียสละ เช่น พลีชีพเพื่อชาติ เป็นต้น

ตารางที่ 1 ขั้นตอนการผลิตวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ

ลำดับ/ขั้นตอน	ชื่อลำดับ/ขั้นตอน
	ก่อนการผลิต/Pre-Production
1	การกำหนดวัตถุประสงค์การสร้าง
2	การขออนุญาตจัดสร้างวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ
3	การตั้งชื่อรุ่น ขึ้นอยู่กับผู้จัดสร้าง
4	การออกแบบพระ
5	การหามวลสาร
6	การกำหนดจำนวนสร้างแต่ละแบบ
7	การเตรียมจำนวนส่วนผสมหลัก
8	การสั่งทำแผ่นพับ
9	การส่งใบจองให้กับแผงพระ
10	การทำบล็อกแบบพระ
11	การกำหนดสถานที่และเวลารับจองพระ
	ขั้นตอนการผลิต/Production
12	การปลุกเสกมวลสาร
13	การนำมวลสารที่ได้ปลุกเสกแล้วไปผสมกับส่วนผสมหลัก
14	การปั้มพระ
15	การพิธีกรรมปลุกเสก
	ขั้นตอนการผลิต/Prost-Production
16	การทำกล่องพระ
17	การปัดทองพระ
18	กรณีเคลือบพระ
19	การกำหนดราคาเช่าพระ
20	การส่งมอบพระให้ผู้เช่าบูชาที่ได้จองวัตถุมงคลแล้ว

การผลิตวัตถุมงคลจตุคามรามเทพแต่ละขั้นตอนมีกระบวนการทั้งที่เป็นพิธีกรรมและไม่เป็นพิธีกรรม ทั้งนี้ เพื่อให้วัตถุมงคลจตุคามรามเทพมีมูลค่าและความหมาย การผลิตวัตถุมงคลจตุคามรามเทพเริ่มมีการผลิตตั้งแต่ปี พ.ศ.2530 ในช่วงเวลาดังกล่าวอาจจะจัดแบ่งได้เป็น 2 ยุค คือ ยุคเริ่มต้นการผลิตระหว่างปี พ.ศ.2530-2543 และยุคทอง (ยุคบูม) ของจตุคามรามเทพ ระหว่างปี พ.ศ.2544-2551 ทั้ง 2 ยุค เกี่ยวข้องกับผู้คนมากมายหลายกลุ่ม เช่น ผู้ผลิต/สร้าง ผู้ออกแบบ ผู้ประกอบธุรกิจแผงพระ ผู้ผลิตป้ายประชาสัมพันธ์ และผู้เช่าบูชา ผู้คนหลากหลายกลุ่มนี้ บางกลุ่มมีส่วนสำคัญต่อการสร้างความเชื่อว่าวัตถุ

มงคลจตุคามรามเทพมีความศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งจะเห็นได้ในยุคทอง มีผู้จัดสร้าง/ผู้ผลิตวัตถุมงคลจตุคามรามเทพเกิดขึ้นอย่างมากมาย ทั้งที่เป็นหน่วยงาน เช่น โรงเรียน วัด มูลนิธิ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน รวมทั้งไม่ได้เป็นลักษณะหน่วยงาน เช่น กลุ่มคนเจ้าของกิจการร้านค้า ร้านทอง ร้านขายผ้า การรวมกลุ่มเพื่อนๆ ร่วมทุนกัน หรือนายทุน แม้กระทั่งกลุ่มผู้ประกอบธุรกิจแผงพระก็ยังรวมกลุ่มกันเพื่อจัดสร้างวัตถุมงคล ผู้เช่าบูชาเองในบางบุคคลก็ปรับเปลี่ยนสถานะเป็นผู้จัดสร้างไปด้วย และมีบุคคลที่อยู่ในจังหวัดอื่นๆ เช่น กระบี่ พังงา ตรัง สงขลา ประจวบคีรีขันธ์ และอยุธยา เป็นต้น

กล่าวโดยรวมแล้ว การผลิตจตุคามรามเทพตั้งแต่ปี พ.ศ.2530-2551 มีไม่น้อยกว่า 300 ราย ผลิตจตุคามรามเทพไม่น้อยกว่า 1,000 รุ่น โดยการผลิตจตุคามรามเทพนั้นไม่ได้ผูกขาดโดยคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตจตุคามรามเทพที่รู้จักกันดีในนครศรีธรรมราช ก็คือ

1) ขุนพันธรักษ์ราชเดช อดีตผู้กำกับสถานีตำรวจภูธรนครศรีธรรมราช เป็นผู้เริ่มต้นการสร้างจตุคามรามเทพ ผลิตจตุคามรามเทพ 3 รุ่น คือ พระผงสุริยันจันทรา, บูรณะเจดีย์ราย และบูรณะหลักเมือง โดยรุ่นพระผงสุริยันจันทราเป็นรุ่นที่สร้างชื่อเสียงให้กับขุนพันธรักษ์ราชเดชมากที่สุด ค่าเช่าสูงสุดของรุ่นนี้ คิดเป็นเงิน 3.8 ล้านบาท

2) พล ต.ท.สรรเพชญ ธรรมาธิกุล เป็นผู้ริเริ่มการผลิตจตุคามรามเทพเช่นเดียวกับขุนพันธรักษ์ราชเดช ผลิตจตุคามรามเทพ 1 รุ่น คือ พระผงสุริยัน-จันทรา ซึ่งเป็นรุ่นที่สร้างชื่อเสียงให้มากที่สุด ค่าเช่าสูงสุดของรุ่นนี้ คิดเป็นเงิน 3.8 ล้านบาท

3) นายอะผ่อง สกุลอมร เป็นร่างทรงจตุคามรามเทพในการสร้างเสาหลักเมืองนครศรี ธรรมราช ผลิตจตุคามรามเทพ 1 รุ่น คือ เขาคา ซึ่งเป็นรุ่นที่ทำให้นายอะผ่อง สกุลอมร เป็นที่รู้จักในนามของผู้ผลิต ค่าเช่าสูงสุดของรุ่นนี้ คิดเป็นเงิน 1 หมื่นบาท

4) โกจ๋อง เป็นเจ้าของกิจการห้างราชธานี ผลิตจตุคามรามเทพ 1 รุ่น คือ โคตรเศรษฐี ซึ่งเป็นรุ่นที่ได้รับความศรัทธาและนิยมสูงสุดในบรรดารุ่นที่มีการผลิตในยุคทอง และค่าเช่าสูงสุดของรุ่นนี้ คิดเป็นเงิน 7 หมื่นบาท

5) นายณสรรค พันธรักษ์ราชเดช เป็นลูกชายคนโต เป็นบุคคลที่มีความสามารถในด้านพิธีกรรม มวลสาร ศิลปะการออกแบบ ตลอดจนการตลาด ได้สร้างวัตถุมงคลองค์จตุคามรามเทพออกมาหลายๆ รุ่น ซึ่งเป็นที่นิยมในวงการผู้สะสมจตุคามรามเทพ ค่าเช่าสูงสุดของรุ่นนี้ คิดเป็นเงิน 5 หมื่นบาท

6) นายฉันทิพย์ พันธรักษ์ราชเดช หรือ คุณเล็ก เป็นที่ยอมรับในวงการจตุคามรามเทพ เนื่องจากได้จัดสร้างรุ่นบูรณะเจดีย์ราย 45 ที่โด่งดัง และรุ่นบูรณะหลักเมือง ค่าเช่าสูงสุดของรุ่นนี้ คิดเป็นเงิน 1 แสนบาท

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ควรจะต้องตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับผู้ผลิตวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ ก็คือ ประการแรก ผู้ผลิตวัตถุมงคลจตุคามรามเทพส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ประกอบธุรกิจอื่นมาก่อน และไม่ได้ทำธุรกิจด้านนี้โดยตรง แต่เมื่อเกิดกระแสความนิยมวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ จึงหันมาสนใจและลงทุนประกอบการ ประการที่สอง ผู้ผลิตวัตถุมงคลจตุคามรามเทพส่วนใหญ่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตวัตถุมงคลมาก่อน ยกเว้น นายอำนาจ แสงเงิน (นามแฝง) ที่มีประสบการณ์ทำวัตถุมงคล เช่น ทำเหรียญ

เกจิอาจารย์พลวงพ่อท่านคล้ายวัดสวนขัน ทำเครื่องปั้มเนื้อพระนวโลหะ และทำจตุคามรุ่น “พระผงสุริยัน-จันทรา” และรุ่น “บูรณะเจดีย์” เป็นต้น กล่าวในแง่นี้ การผลิตวัตถุมงคลจึงเป็นธุรกิจแบบช่วงครั้งชั่วคราวมากกว่าจะเป็นธุรกิจที่ลงหลักปักฐานที่มั่นคง

ผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ เช่น ผู้ทำพิธีกรรมปลุกเสกวัตถุมงคล ทั้งพิธีสงฆ์ และพิธีพราหมณ์ ได้มีส่วนสำคัญที่ทำให้วัตถุมงคลเป็นวัตถุที่มีความศักดิ์สิทธิ์ความขลัง เพราะพิธีกรรมปลุกเสกของพระสงฆ์ในพิธีพุทธาภิเษกและพราหมณ์ผู้ประกอบพิธีเทวาภิเษก ล้วนเป็นความเชื่อดั้งเดิมของสังคม โดยเฉพาะความเชื่อในผีสางเทวดา ซึ่งเชื่อกันว่าเป็นสิ่งที่มีอำนาจเหนือคน สามารถดลบันดาลให้ทั้งคุณและโทษได้ ความเชื่อพื้นฐานเหล่านี้ทำให้การปลุกเสกวัตถุมงคลเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง หากขาดพิธีกรรมไปวัตถุมงคลนั้นก็ยังไม่ศักดิ์สิทธิ์จริง ความเชื่อของสังคมเหล่านี้ประกอบกับต้นแบบของพิธีกรรมในการปลุกเสกวัตถุมงคลจตุคามรามรุ่นแรกที่กลายเป็นต้นแบบหรือแนวปฏิบัติของการสร้างความศักดิ์สิทธิ์ความขลัง ยิ่งทำให้ผู้จัดสร้างวัตถุมงคลต้องจัดพิธีกรรมปลุกเสกทุกครั้งที่มีการจัดสร้างวัตถุมงคล ทำให้ผู้ประกอบพิธีกรรมทั้งพิธีสงฆ์และพิธีพราหมณ์มีคิวรับงานปลุกเสกไม่เว้นวัน ซึ่งดูได้จากปฏิทินการจองสถานที่ปลุกเสกที่วัดพระมหาธาตุในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ.2550 พิธีปลุกเสกมีลักษณะเป็นแบบ “รายวัน” ได้ทำให้ผู้ประกอบพิธีกรรมปลุกเสกมีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมเป็นอย่างมาก คือ ในอดีตการประกอบพิธีกรรมทางพราหมณ์นั้นจะเป็นลักษณะของการตั้งศาลพระภูมิเจ้าที่ การทำนายดวงชะตาชีวิต การเป็นร่างทรง การยกเสาเอก และการปลุกเสกวัตถุมงคล ในการรับทำพิธีมีค่าใช้จ่ายเป็นค่าเครื่องเซ่นสังเวยและอุปกรณ์ในพิธี ค่าจ้างพราหมณ์ผู้ทำพิธี ซึ่งจะได้รับไม่มากเมื่อเปรียบเทียบกับในช่วงการปลุกเสกวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ ค่าพิธีกรรมการประกอบพิธีเทวา ภิเษกประมาณ 5,000 บาท ส่วนเครื่องเซ่นสังเวยและอุปกรณ์ในพิธีผู้จัดสร้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย

อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้ประกอบพิธีกรรมปลุกเสกทั้งพระสงฆ์ และพราหมณ์คือผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการประกอบพิธีกรรมมาก่อน แต่ตอนหลังได้เข้าร่วมพิธีปลุกเสกในรุ่นแรก คือ พระผงสุริยัน-จันทรา ทำให้การปลุกเสกในรุ่นอื่นจะต้องมีพระเกจิอาจารย์ และพราหมณ์ที่เคยผ่านการปลุกเสกวัตถุมงคลจตุคามรามเทพอยู่ในพิธีด้วยทุกครั้ง เช่น พ่อท่านนวล, พ่อท่านนำ, พ่อท่านคลิ้ง, พ่อท่านเกษม, พ่อท่านเอื้อม, พ่อท่านท้วม, หลวงนูน, หลวงหนุ่ย และพราหมณ์แจ้ง พรหมชาติ เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกจิอาจารย์ที่จำวัดอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ยกเว้น พ่อท่านท้วม หลวงนูน และหลวงหนุ่ย ซึ่งเป็นเกจิอาจารย์จากจังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดชุมพร และจังหวัดสงขลาตามลำดับ ซึ่งผู้เกี่ยวข้องเหล่านี้มีส่วนสำคัญต่อการสร้างรูปสัญญะ ความหมายสัญญะ และเปลี่ยนแปลงไปตามกลุ่มผู้ใช้ และเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยยะสำคัญเมื่อจตุคามรามเทพกลายมาเป็นสินค้าและมีมูลค่าเชิงสัญญะในที่สุด

กระบวนการสร้างความหมายและมูลค่าของจตุคามรามเทพ

ความหมายและมูลค่าที่เกิดขึ้นในวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ หากจะพิจารณาทางด้านกายภาพจะเห็นได้ว่าจตุคามรามเทพ เดิมประกอบด้วยรูปสัญญะ 2 รูป คือ “จตุคาม” กับ “รามเทพ” จตุคามมีความหมายสัญญะว่า “อาณาเขตทั้งสี่ทิศ” โดยความหมายสัญญะดังกล่าวอิงอยู่กับการให้ความหมายจาก

การแปลความของคำ คือ “จตุ” แปลว่า “สี่” “คาม” หรือ “คาม–มะ” แปลว่า “เขตคาม” รวมความแล้วจึงหมายถึงอาณาเขตสี่ทิศ (วัชรพงศ์ ระดมสิทธิพัฒน์, 2550) รูปสัญญะ “เท้าจตุคาม” หรือ “ท้าวขัตตุคาม” หรือ “องค์จตุคาม” น่าจะมีความหมายสัญญะว่า “ตำแหน่งของผู้เป็นใหญ่ทั้งสี่ทิศ” หรือ หมายถึง ท้าวจตุมหาราชผู้ปกป้องคุ้มครองดูเมืองทั้งสี่ทิศ และในบริบทนครศรีธรรมราช องค์จตุคาม หมายถึง พระเสื้อเมืองหรือผู้ดูแลเมือง (วัชรพงศ์ ระดมสิทธิพัฒน์, 2550, 15-18)

ส่วนรูปสัญญะ “รามเทพ” มีความหมายสัญญะว่า “พระทรงเมือง” “ครองเมือง” หรือ “นั่งเมือง” หรือผู้ปกครองบ้านเมือง ก็คือ เจ้าเมืองหรือพระมหากษัตริย์นั่นเอง ดังนั้น รามเทพ ควรที่จะเป็นตำแหน่ง เช่น ท้าวจตุคาม ที่คนโบราณได้สถาปนาไว้ ดังเช่น รัชกาลที่ 4 ทรงสถาปนาพระสยามเทวาธิราชไว้เป็นเทวดารักษาเมืองเป็นที่สถิตย์แห่งดวงพระวิญญาณบูรพกษัตริยาธิราชเจ้าที่ยังคงปกป้องบ้านเมืองอยู่ (วัชรพงศ์ ระดมสิทธิพัฒน์, 2550, 15-18)

ตามทัศนะของนักวิชาการท้องถิ่น รูปสัญญะและความหมายสัญญะของจตุคามรามเทพ ดำรงอยู่ในพื้นที่เมืองนครศรีธรรมราชมาแต่โบราณ จตุคามรามเทพ เป็นเทวดาผู้รักษาพระบรมธาตุเมืองนครศรีธรรมราช โดยถือกันมาแต่ก่อนว่าเป็นเทพยดาประจำเมืองบ้าง พระหลักเมืองบ้าง หรือเทพอื่นตามแต่จะเรียกกัน (บัญชา พงษ์พานิช, 2547, 20) องค์จตุคามรามเทพเป็นเทวดารักษาพระบรมธาตุอยู่ตรงทางขึ้นสู่ลานประทักษิณ (วิหารพระม้า) มี 2 องค์ ตั้งชื่อว่า “เท้าขัตตุคาม” อยู่ด้านตะวันตก และ “เท้ารามเทพ” อยู่ด้านตะวันออก (โปรดดูภาพที่ 1 ประกอบ) ซึ่งเป็นที่นับถือกันช้านานว่าเป็นเทพรักษาพระบรมธาตุที่เป็นศูนย์กลางจักรวาลตามภาพของมหานิพพานนครที่เขียนแต่สมัยอยุธยา (พลาดิศัย สิทธิธัญกิจ, 2550, 2-5)

ภาพที่ 1 แสดงองค์พระจตุคาม และองค์พระรามเทพในวิหารพระม้า

ช่วงก่อนการสร้างวัตถุมงคลจตุคามรามเทพนั้น รูปสัญญะของจตุคามรามเทพดำรงอยู่ในนครศรีธรรมราชในสองสถานะ คือ รูปสัญญะที่เป็นภาษา ทั้งที่เป็นภาษาพูดและเขียน คือ “เท้าขัตตุคามรามเทพ” หรือ “ท้าวจตุคามรามเทพ” และดำรงอยู่ในฐานะรูปปั้นในวิหารพระม้ามหาภิเนษกรม ทางขึ้นสู่ลานประทักษิณ วัดพระมหาธาตุ ซึ่งดำรงอยู่แยกกันเป็น ท้าวจตุคามและท้าวรามเทพ

อย่างไรก็ตาม เมื่อมีการสร้างวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ รูปสัญญะของท้าวจตุคามและท้าวรามเทพที่เคยแยกกันอยู่ถูกนำมาหลอมรวมเป็นรูปสัญญะเดียวกัน คือ “จตุคามรามเทพ” ไม่ว่ารูปสัญญะนั้นจะ

ปรากฏในรูปของภาษาเขียน ภาษาพูดหรือรูปภาพ และเพื่อให้จตุคามรามเทพเป็นวัตถุมงคลที่มีความขลัง ศักดิ์สิทธิ์ และมีความเป็นนครศรีธรรมราช ผู้ผลิตวัตถุมงคลรุ่นต่างๆ จึงได้ทำการผนวกรูปสัญญะอื่นๆ เข้าไว้ในวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ

กระนั้นก็ตาม จากการศึกษาการผลิตวัตถุมงคลรุ่นต่างๆ ที่ผลิตและสร้างในนครศรีธรรมราช รูปสัญญะที่มักจะถูกนำมาผนวกรวมไว้ในวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ มีดังนี้

1) รูปสัญญะ 12 นักษัตร ซึ่งแต่ละนักษัตรมีรูปสัญญะของสัตว์เป็นตัวแทน
2) รูปสัญญะพญาราหูอมจันทร์แปดทิศ
3) รูปสัญญะธรรมจักร ซึ่งมีรูปสัญญะเป็นภาพ
4) รูปสัญญะพญานาคราชหรือพญานาค
5) รูปสัญญะยันต์และคาถา
6) รูปสัญญะมวลสาร มวลสาร

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าวัตถุมงคลจตุคามรามเทพชิ้นเดียวคือ แหล่งรวมสัญญะอย่างน้อย 7 รูปสัญญะหลัก รูปสัญญะดังกล่าว คือ รหัสหรือการใส่รหัส (endcoding) ดังนั้น ในการที่จะทำความเข้าใจเรื่องความหมายของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะถอดรหัส (decoding) หรือต้องหาความหมายสัญญะหรือตัวหมายถึง (signified) ที่รูปสัญญะใส่รหัสไว้ในแต่ละรูปสัญญะ

การหาความหมายสัญญะหรือการถอดรหัสรูปสัญญะในส่วนนี้จะอาศัยและให้ความสำคัญกับความหมายสัญญะที่ให้ไว้โดยนักวิชาการหรือผู้ที่สนใจศึกษาความหมายสัญญะของรูปสัญญะแต่ละประเภท ซึ่งรูปสัญญะและความหมายสัญญะของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ มีเฉพาะความหมายของรูปสัญญะย่อย โดยปราศจากความหมายรวม อย่างไรก็ตาม หากประมวลโดยอาศัยความหมายสัญญะย่อย ความหมายรวมของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพน่าจะหมายถึง “สิ่งศักดิ์สิทธิ์ สิ่งที่เป็นมงคล สิ่งที่ทำให้แคล้วคลาด สิ่งที่ทำให้สมบูรณ์พูนสุขของเมืองนครศรีธรรมราชหรือของอาณาจักรตามพรลิงค์หรืออาณาจักรแห่งทะเลใต้” หรืออาจจะหมายถึง “บูรพกษัตริยาของอาณาจักร์แห่งทะเลใต้ ผู้ศักดิ์สิทธิ์ ผู้ยิ่งใหญ่ ผู้มีอำนาจกว้างไกล ผู้สร้างความสมบูรณ์พูนสุขให้กับนครศรีธรรมราชหรือของอาณาจักรตามพรลิงค์”

อย่างไรก็ตาม รูปสัญญะวัตถุมงคลมิได้ถูกเข้าใจในความหมายเดียวกันโดยผู้คนที่เกี่ยวข้องกับวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ เช่น ผู้ผลิต ผู้บริโภค ผู้ทำโฆษณาและเจ้าของแผงพระ ยิ่งกว่านั้นก็คือ วัตถุมงคลจตุคามรามเทพ มิได้มีความหมายเพียงปฐมกษัตริย์อาณาจักรทะเลใต้ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ เทวดารักษาเมือง หรือวัตถุมงคลประจำเมืองนครศรีธรรมราชเท่านั้น หากแต่ได้ขยายความหมายออกไปเป็นสิ่งที่สวยงาม สิ่งสร้างรายได้-สร้างอาชีพ สินค้า เครื่องประดับ ฐานะทางสังคม และสินค้าที่มีมูลค่า และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพปรากฏอย่างชัดเจน คือ เปลี่ยนจากการเป็นของแจก ของชำร่วย จากพระที่มีราคาเช่าต่อชิ้นเพียง 49 บาท ไปเป็นสินค้าที่มีราคาค่าเช่าถึง 3.8 ล้านบาท ซึ่งสะท้อนการกลายเป็นสินค้าและเป็นสินค้าพิเศษของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ

สิ่งที่น่าสนใจยิ่งกว่านั้นก็คือ สิ่งที่เป็นของแจก สิ่งที่มีราคาเพียง 49 บาท กลายเป็นสิ่งที่มีมูลค่า 3.8 ล้านบาทได้อย่างไร คำตอบของประเด็นดังกล่าว คงมิใช่เรื่องกลไกการตลาด ตามคำอธิบายที่พบเห็นได้

ทั่วไป เพราะวัตถุมงคลจตุคามรามเทพนั้น มีกระบวนการสร้างและปัจจัยที่เกื้อหนุนการเปลี่ยนแปลงความหมายและมูลค่าจากการเป็นวัตถุมงคลและสิ่งศักดิ์สิทธิ์สู่การเป็นสินค้าเชิงสัญญะที่มีมูลค่าสูงและสูงยิ่งในบางรุ่นนับตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2548 เป็นต้นมา การเพิ่มมูลค่าและความหมายดังกล่าวด้านหนึ่งเป็นเพราะกระบวนการการสร้าง/การผลิตของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ โดยเฉพาะในช่วงขั้นตอนที่สำคัญ ดังนี้

1) การตั้งชื่อรุ่น เพราะชื่อรุ่นจะเป็นตัวสร้างยี่ห้อหรือแบรนด์เนมให้กับวัตถุมงคล การสร้างแบรนด์เนมดังกล่าวจะต้องมีนัยที่บ่งบอกถึงคุณค่า 2 ประการ คือ ความศักดิ์สิทธิ์ จะพิจารณาได้จากการใช้รูปสัญญะของจตุคามรามเทพ พระบรมธาตุวรมหาวิหาร ศาลหลักเมือง ประการที่สอง ความยิ่งใหญ่พิจารณาจากการใช้รูปสัญญะ 12 นักษัตร คุณค่าดังกล่าวเกิดขึ้นกับทุกรุ่นของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ แต่ในรุ่นหลังตั้งแต่ปี พ.ศ.2548 เป็นต้นมา มูลค่าถูกเพิ่มในมิติของความร่ำรวย เช่น รุ่นโคตรเศรษฐี เงินทองไหลมา โดยชื่อรุ่นเหล่านี้คือรูปสัญญะที่สื่อสารกับผู้บริโภค ซึ่งหากผู้บริโภคได้วัตถุมงคลเหล่านี้มาไว้ในการครอบครองจะทำให้ผู้บริโภคกลายเป็นเศรษฐีผู้มั่งคั่ง (โคตรเศรษฐี) เงินทองไหลเข้ากระเป๋าไม่ขาดสาย (เงินทองไหลมา) เป็นผู้มั่งคั่งด้วยทรัพย์สินนานาประการ (พระผงอุดมทรัพย์) มีความร่ำรวยและอยู่สุขสบาย (มั่งมีศรีสุข) และมีความมั่งคั่งร่ำรวยด้วยทรัพย์สินและยศฐาบรรดาศักดิ์ เป็นต้น

2) การหามวลสาร เป็นวิธีการหนึ่งที่จะเพิ่มความหมายให้กับวัตถุมงคลในช่วงของการผลิต โดยจะต้องเลือกหามวลสารที่ถูกให้ความหมายหรือเชื่อว่ามีความศักดิ์สิทธิ์/ขลัง เป็นสิริมงคล มีเมตตามหานิยม คงกะพัน และแคล้วคลาด เช่น เหล็กไหลเชื่อว่าคงกะพัน มาสร้างเป็นวัตถุมงคลแต่ละรุ่น และยังเชื่อว่าวัตถุมงคลรุ่นนั้นจะมีพุทธคุณตามมวลสารที่ผลิต นัยนี้เท่ากับว่าเป็นการเพิ่มคุณค่าและความหมายให้กับวัตถุมงคล การผลิตวัตถุมงคลจตุคามรามเทพในรุ่นที่ได้รับความนิยมจะเห็นได้ว่ามีความพิถีพิถันในการคัดเลือกมวลสาร และแหล่งที่มาของมวลสารจากสถานที่ที่ผู้บริโภคเชื่อว่าคือแหล่งศักดิ์สิทธิ์

3) การออกแบบพระเป็นขั้นตอนสำคัญในการกำหนดความหมายและมูลค่าให้กับวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ เพราะการออกแบบพระคือการกำหนดรูปสัญญะให้กับวัตถุมงคล การออกแบบได้ขลังศักดิ์สิทธิ์และสวย

4) การสั่งทำแผ่นพับ ป้ายโฆษณาไวนิล เป็นกระบวนการหนึ่งของการสร้างมูลค่าให้กับวัตถุมงคลให้มีสภาพเป็นสินค้า เพราะความหมายของวัตถุจะถูกถ่ายทอดผ่านกระบวนการโฆษณาและการตลาด

5) การปลุกเสกมวลสาร (พิธีกรรม/ผู้ปลุกเสก) เป็นการสร้างความหมายของการสร้างความขลังความศักดิ์สิทธิ์ให้เกิดขึ้นกับวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ โดยวิธีการให้พระเกจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียงมีพุทธคุณมาร่วมปลุกเสกวัตถุมงคล ก็จะยิ่งทำให้วัตถุมงคลมีความศักดิ์สิทธิ์เพิ่มขึ้น

6) การพิมพ์พระ ได้สร้างความหมายของความศักดิ์สิทธิ์ กล่าวคือ วัตถุมงคลองค์ใดที่ได้รับการกดพิมพ์ปั๊มพระในพิธีกรรมการปลุกเสก จะทำให้วัตถุมงคลองค์นั้นมีมูลค่า (ราคา) เพิ่มขึ้น

7) การทำกล่องพระ ทำให้วัตถุมงคลนั้นถูกมองว่าเป็นของแท้ ทำให้วัตถุมงคลรุ่นนั้นมีมูลค่าเพิ่มขึ้น

8) การปัดทองพระและเคลือบพระทำให้วัตถุมงคลมีคุณค่าในมิติทางด้านราคาเพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่ง เพราะได้สร้างความสวยงามให้กับองค์จตุคามรามเทพ ผู้เสพหรือผู้เช่าบูชาได้บริโภคหรือเสพความหมายในมิติทางด้านคุณค่าและมูลค่า

จากที่กล่าวมาข้าวต้น จะเห็นได้ว่าความหมายและมูลค่าของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพถูกสร้างและเพิ่มความหมายในทุกขั้นตอน คือ ทั้งก่อนการผลิต การผลิตและหลังการผลิต และแม้แต่วัตถุมงคลจตุคามรามเทพรุ่นแรกที่มิได้มีเป้าหมายด้านการตลาดก็ได้วางรหัสหรือรูปสัญญะไว้ในทุกขั้นตอนการผลิต แต่การใส่รหัสและรูปสัญญะเชิงความหมายและมูลค่านั้นก็มิอาจจะทำให้วัตถุมงคลกลายเป็นสิ่งที่มูลค่าหรือสินค้าที่มีมูลค่าได้ หากไม่มีเงื่อนไขและปัจจัยอื่นรองรับ

เงื่อนไขและปัจจัยสำคัญที่เกื้อหนุนให้วัตถุมงคลจตุคามรามเทพยิ่งมีมูลค่าเพิ่มขึ้น คือ ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของนครศรีธรรมราช โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงไปสู่เศรษฐกิจแบบวัตถุนิยม เศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญและกระตุ้นการบริโภคเชิงสัญญะ ซึ่งเอื้อต่อความเฟื่องฟูและแพร่หลายของการบริโภควัตถุนิยมจตุคามรามเทพ เงื่อนไขประการถัดมาก็คือ การคงอยู่ของความเชื่อ/วัฒนธรรมดั้งเดิมของนครศรีธรรมราช โดยเฉพาะความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ วัตถุมงคล ฤกษ์ และยาม เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เอื้อให้กับการเฟื่องฟูของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อถูกปลุกเร้าด้วยปัจจัยที่สาม คือ ปัจจัยด้านสื่อ/ประชาสัมพันธ์ที่โหมกระหน่ำเรื่องความศักดิ์สิทธิ์และฤทธานุภาพของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ จนทำให้สื่อมวลชนมีบทบาทใหม่ในการทำการตลาด คือ “การตลาดแคล้วคลาด” และยังเป็นสื่อที่เสริมมูลค่าแห่งความศักดิ์สิทธิ์ให้กับวัตถุมงคลจตุคามรามเทพอีกด้วยทางหนึ่ง รวมถึงการกระตุ้นหรือชักชวนโน้มนำจิตใจของผู้คนให้เกิดความสนใจและความต้องการใฝ่หาที่จะมีวัตถุมงคลประเภทต่างๆ มาไว้ครอบครอง สื่อมวลชนจึงเป็นผู้มีบทบาทในการเสริมสร้างมูลค่าให้กับวัตถุมงคลสูงขึ้นไปด้วย

บทสรุป

กระแสความนิยมของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพที่เกิดขึ้นจะด้วยสาเหตุปัจจัยในแง่ความสวยงาม ความสนใจในพุทธศิลป์ หรือเพื่อเก็งกำไรก็ตาม สิ่งสำคัญประการหนึ่งได้ทำให้พัฒนาการของพระเครื่องเกิดการแปรเปลี่ยนบทบาทในสังคมจากสิ่งที่สืบทอดพระพุทธศาสนาสู่การเป็นพระเครื่องซึ่งอยู่ในฐานะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เชื่อกันว่าสามารถดลบันดาลสิริมงคลหรือมีอานุภาพต่างๆ ให้กับผู้ครอบครอง

การทำให้ความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในองค์พ่อจตุคามรามเทพ ถูกลดทอนลงและดำรงอยู่ภายใต้ความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีความสลับซับซ้อนมากขึ้น วัตถุมงคล (พระเครื่อง) ที่มีไว้เพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจและป้องกันอันตราย ตามพุทธคุณต่างๆ ที่ถูกติดตีตราห้อยป้ายแขวนคอวัตถุมงคล (พระเครื่อง) แต่ละรุ่นด้วยพุทธานุภาพ พลานุภาพ ปาฏิหาริย์ต่างๆ นานา โดยสร้างรูปธรรมในการเข้าถึงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในฐานะ “ขอได้ไหว้รับ” “มึงมีกูไว้ไม่จน” ซึ่งผู้ครอบครองแต่ละคนจะได้ประสบพบเจอ หรือมี “ประสบการณ์พระ” ตามคำเรียกขานของผู้ที่อยู่ในวงการพระเครื่องจากหลากหลายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต่อผู้เชื่อผู้ศรัทธาในหน้าหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร และการเล่ากันปากต่อปาก ซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งในการสร้างคุณค่าและความหมายให้กับพระเครื่องต่างๆ เพื่อให้เกิดความเชื่อและความศรัทธาเพิ่มขึ้น และในที่สุดถูกตีคุณค่า

หรือมูลค่าของความเชื่อและความศรัทธาพระเครื่องแต่ละรุ่นเป็น “เงิน” จนทำให้ใครหลายคนยอมทุ่มเทเงินเป็นแสนเป็นล้านเพื่อแลกกับ “พลานุภาพ” ที่เชื่อกันว่ามีอยู่ในองค์พระเครื่อง และถึงวันนี้ความเชื่อและศรัทธาก็เป็นอีกสิ่งที่ได้กลายเป็น “สินค้า” ไปแล้วอย่างสมบูรณ์แบบ หากแต่เป็นสินค้าในตลาดที่มีวงเงินหมุนเวียนมหาศาลเกินกว่าที่ใครจะคาดถึง ภายใต้การจัดการของขบวนการในเชิงธุรกิจ ที่เรียกกันทั่วไปว่า “พุทธพาณิชย์” โดยมีตลาดพระเครื่อง เป็นตัวกลางในการเชื่อมต่อแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน

วัตถุมงคลจึงเป็นการบริโภคที่ไม่ใช่เรื่องบริโภควัตถุแต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นการบริโภคเพื่อความรู้สึกทางจิตใจ อารมณ์ ค่านิยม ซึ่งถูกประกอบสร้างนิยามความหมายใหม่พร้อมกับการโฆษณานำเสนอให้ตอบสนองความรู้สึกทางจิตใจ โดยต้องขายอารมณ์ ขายความรู้สึกต่างๆ ทางจิตใจไปพร้อมๆ กับสินค้าให้แก่ผู้บริโภค ดังนั้น วัตถุสิ่งของที่ถูกบริโภคภายใต้ลัทธิบริโภคนิยม จึงไม่ได้มีความสำคัญอยู่ที่ลักษณะทางกายภาพของวัตถุสินค้าอีกแล้ว หากเป็นการบริโภคความหมายเชิงนามธรรม และมนุษย์มิได้บริโภคเฉพาะส่วนที่เป็นประโยชน์ใช้สอยเท่านั้น แต่ได้บริโภคส่วนที่เป็นคุณค่าเชิงสัญญะ (symbolic value) ควบคู่ไปด้วย ซึ่งการบริโภคสัญญะนี้ ก็เพื่อมุ่งแสวงหาความแตกต่าง และด้วยความต้องการบริโภคสัญญะนี้เอง ที่ทำให้ระบบทุนนิยมสมัยใหม่สามารถใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการโฆษณาสร้างความหมายทางสังคม (social meaning) พร้อมสร้างมูลค่าเทียมให้กับสินค้าต่างๆ ที่ตนผลิตขึ้นอย่างไม่มีวันจบสิ้น และยังมีทีท่าว่าจะเข้าไปอยู่ในกระบวนการผลิตสินค้าทุกประเภท ไม่เว้นแม้แต่วัตถุมงคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัตถุมงคลจตุคามรามเทพ ในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ได้กล่าวมาข้างต้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ. (2543). ความเรียงว่าด้วยสัญญะวิทยากับสื่อสารมวลชน. ใน กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (บรรณาธิการ), *มองสังคมใหม่*. กรุงเทพฯ: เอดิสันเพรส โพรดักส์.

_____. (2543). *มองสื่อใหม่มองสังคมใหม่*. กรุงเทพฯ: นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เกษียร เตชะพีระ. (2539). บริโภคความเป็นไทย. ใน ชัยวัฒน์ สถาอานันท์ (บรรณาธิการ),*จินตนาการสู่ปี 2000: นวกรรมเชิงกระบวนทัศน์ด้านไทยศึกษา*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

จักรรัช ธระกุล. (2549). *จตุคามรามเทพ เทวดารักษาเมืองนคร*. นครศรีธรรมราช: [ม.ป.พ.] (พิมพ์ในจักรรัชอนุสรณ์).

เชิด เจริญรัมย์, พระมหา. (2541). พระเครื่องกับสังคมไทย: ศึกษาเฉพาะกรณีของนักวิชาการพระพุทธศาสนา ในสถาบันอุดมศึกษา. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล).

_____. (2542). วาทกรรมการพัฒนา: อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกลักษณ์และความเป็นอื่น. กรุงเทพฯ: วิภาษา.

บัญชา พงษ์พานิช. (2547). *เรียนรู้บูชาพระบรมธาตุเมืองนคร*. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.

พลาดิศัย สิทธิธัญกิจ. (2550). ประมวลบทความและข่าวจตุคามรามเทพ, (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ผู้รวบรวม 18 กุมภาพันธ์ 2550)

พลาดิศัย สิทธิธัญกิจ. (2550). *ย้อนรอยหาความจริงจตุคามรามเทพ หรือขัตุคามรามเทพ พ.1.* กรุงเทพฯ: MBA.

วัชรพงศ์ ระดมสิทธิพัฒน์. (2550). *จตุคามรามเทพ พระสยามเทวาธิราชแห่งอาณาจักรทะเลใต้.* กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.

สรรเพชญ ธรรมาธิกุล. (2550). *ความจริงและความลับที่ไม่เคยมีใครรู้ จตุคามรามเทพ*. กรุงเทพฯ: บ้านพระอาทิตย์.

เว็บไซต์

จักรรัช ธีระกุล. (2552). *พิธีกรรมเกี่ยวกับการสร้างศาลหลักเมือง*. สืบค้นเมื่อ 22 มกราคม 2553, จาก http://www.tumsrivichai.com

สัมภาษณ์

แมน เดชคง, นามแฝง. (2551, 1 มิถุนายน).

เอี้ยว พานิช, นามแฝง. (2550, 21 มกราคม).

จักรรินทร์ ล้วนศิริยงค์, (2550, 2 กุมภาพันธ์).

ธนชัย เลิศล้ำ, นามแฝง, (2551, 6 กรกฎาคม).

ศักรินทร์ สุวรรณรัตน์, (2551, 5 กรกฎาคม).