



รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

เรื่อง

การสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ
บนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย

**THE ENCHANTMENT IMAGE CREATION FOR SPIRITUAL TOURISM
COMMUNICATION ON DIGITAL PLATFORMS IN THAILAND**

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณชรัต อัมมระรัญ
รองศาสตราจารย์ ดร. กฤษณ์ ทองเลิศ

สนับสนุนทุนวิจัยโดย
สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยรังสิต

พ.ศ. 2567

สัญญาเลขที่ สวจ. 50/2567

รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

เรื่อง

การสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสาร
การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย

THE ENCHANTMENT IMAGE CREATION FOR SPIRITUAL TOURISM
COMMUNICATION ON DIGITAL PLATFORMS IN THAILAND

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณชรัต อิมณะรัญ
รองศาสตราจารย์ ดร. กฤษณ์ ทองเลิศ

สนับสนุนทุนวิจัยโดย
สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยรังสิต
พ.ศ. 2567

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ที่มาและความสำคัญ

การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งสามารถจำแนกได้สองลักษณะ คือ 1) การท่องเที่ยวเพื่อจุดประสงค์ของการแสวงบุญ การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา ความเชื่อ และเพื่อยกระดับทางจิตวิญญาณของตน 2) การเดินทางเพื่อเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางศาสนาและสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ ที่มาจากความเชื่อ ความชื่นชมและความศรัทธา ซึ่งไม่ใช่เฉพาะทางด้านศาสนาเพียงอย่างเดียว แต่จะรวมถึงงานทางด้านศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ประวัติศาสตร์และสถานที่ของบรรพบุรุษหรือถิ่นกำเนิดดั้งเดิมของตน ซึ่งกรณีนี้นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยี่ยมชมอาจไม่ได้นับถือศาสนานั้น ๆ

การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นกิจกรรมที่มีแนวโน้มได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องโดยมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับศาสนาประมาณ 600 ล้านคนต่อปี มีมูลค่าการท่องเที่ยวประมาณห้าหมื่นถึงหนึ่งแสนล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐต่อปี (ศูนย์ส่งเสริมการนำเข้ากระทรวงการต่างประเทศของเนเธอร์แลนด์, อ้างในสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) โดยที่ประเทศไทยถือเป็นจุดหมายหนึ่งที่มีศักยภาพในการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ในปีพ.ศ. 2566 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงสร้างสรรค์งานการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในระดับนานาชาติผ่านสื่อ E-Book เรื่อง “Connecting to Spiritual Thailand A Guide to 60 Powerspots” โดยมีบริษัท Palotai Design เป็นผู้ดำเนินการโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและอธิบายถึงความเชื่อที่ผู้คนมีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในประเทศไทย จำนวน 60 แห่ง มุ่งเน้นสารสนเทศเกี่ยวกับสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และเชื่อมโยงถึงวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างหลากหลาย

ในแง่ของการสื่อสารผ่านภาพถ่ายการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณพบว่าวิธีการสื่อสารมีคุณลักษณะสำคัญประการหนึ่งคือ การสร้างมนต์เสน่ห์ (enchantment) ซึ่งเป็นการสร้างความประทับใจหรือความตื่นเต้นทางอารมณ์ เป็นสิ่งที่น่าสนใจ น่าหลงใหลเพื่อให้มีอิทธิพลต่อจิตใจของผู้คน มนต์เสน่ห์ในทางศิลปะและศาสนายังเป็นสารแฝงที่แนบเนื่องกับสัญลักษณ์ภาพที่ใช้ในการเล่าเรื่อง หากแต่ภาพหนึ่งไม่สามารถนำเสนอองค์ประกอบของอารมณ์ภาพ (mood) ที่มีเสียงสวด “มนตรา” ที่ช่วยเพิ่มความขลังให้กับสถานที่จริง

งานวิจัยเรื่องนี้จึงมุ่งทำความเข้าใจแก่นประเด็นเนื้อหาของภาพถ่ายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ วิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ให้กับงานภาพถ่ายจนถึงเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อเป็นผู้ร่วม

สร้างสรรค์ (User - Generated Content) ให้กับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ทั้งในรูปแบบการแชร์ภาพ คำบรรยาย และข้อแสดงความคิดเห็นของผู้คนบนแพลตฟอร์ม Facebook และ Instagram โดยศึกษาภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารเกี่ยวกับสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในประเทศไทยที่ได้รับการเผยแพร่ผ่าน E-Book เรื่อง “Connecting to Spiritual Thailand A Guide to 60 Powerspots” จำนวน 60 แห่งร่วมกับเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อเป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์ที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

ผลการศึกษาในประเด็นดังกล่าวจะมีคุณค่าในเชิงนัยของการประยุกต์ใช้ (tentatively applied) เพื่อการสร้างสรรค์งานภาพถ่ายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพกิจกรรมในแนวประเพณี วัฒนธรรม และพิธีกรรมที่เกิดขึ้นตลอดทั้งปีในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีวาระโอกาสตามปฏิทินกิจกรรมที่แตกต่างกันในแต่ละสถานที่ นอกจากนี้ยังเป็นการขยายองค์ความรู้เพื่อประโยชน์ในทางวิชาการและการเรียนการสอนในรายวิชาการถ่ายภาพเพื่อการสื่อสารในสาขาวิชานิตยศาสตร์อีกด้วย

ปัญหานำวิจัย

- 1) แก่นประเด็นเนื้อหาของภาพถ่ายและเรื่องประกอบภาพเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่นักวิชาชีพทางการสื่อสารสร้างสรรค์ขึ้นบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทยมีลักษณะอย่างไร
- 2) วิธีการสร้างมโนทัศน์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทยโดยนักวิชาชีพทางการสื่อสารมีลักษณะอย่างไร
- 3) แก่นประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์และแบ่งปันบนแพลตฟอร์มดิจิทัลมีลักษณะอย่างไร

วิธีวิทยาวิจัย

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เอกสาร แหล่งข้อมูลจำแนกได้ 2 จำแนกได้สองประเภทคือ 1) หนังสือ E-book เรื่อง “Connecting to Spiritual Thailand A Guide to 60 Powerspots” สร้างสรรค์โดยบริษัท Palotai Design เผยแพร่สู่สาธารณชนครั้งแรกในปี พ.ศ. 2566 เนื้อหาของหนังสือนำเสนอเรื่องราวและภาพถ่ายของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณใน

ประเทศไทยจำนวน 184 ภาพจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ 60 แห่ง 2) เนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์เกี่ยวกับเนื้อหาหรืองานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจำนวน 60 แห่งบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กและอินสตาแกรมในปี 2568 แนวคิดที่นำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยแนวคิดเรื่อง การสื่อสารการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ปรัชญาชีวิตร่วม (Philosophy of Symbiosis) แนวคิดแบบจำลองการสื่อสารของ Jakobson แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์ภาพ แนวคิดเรื่องเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์และสื่อใหม่ แนวคิดเรื่องสัมพันธภาพ ผู้วิจัยวิเคราะห์แก่นเนื้อหารายประเด็นตามปัญหาคำวิจัย รายงานผลการศึกษารูปแบบพรรณนาวิเคราะห์

ผลการศึกษา

1) แก่นประเด็นเนื้อหาภาพถ่ายและเรื่องประกอบภาพเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ พบว่ามีเนื้อหา 5 ประเภทดังต่อไปนี้

1.1 ลักษณะทางกายภาพของงานสร้างสรรค์ด้านสถาปัตยกรรมและประติมากรรม เป็นเนื้อหาสำคัญที่มีความดึงดูดใจนักท่องเที่ยว โดยเป็นภาพที่สื่อแสดงความเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ทางศาสนิกหรืออนุสรณ์สถานที่เป็นสัญลักษณ์เทพเทวดาและบุคคลสำคัญทางศาสนา ทั้งนี้ลักษณะทางสถาปัตยกรรมถือเป็นระบบสัญลักษณ์ภาพที่เป็นจุดสังเกต (landmark) มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

1.2 ความมหัศจรรย์ทางธรรมชาติที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ทั้งนี้โดยมีเรื่องราวหรือตำนานเกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ จนกลายมาเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับภูมิหลังของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่ผสมผสานความมหัศจรรย์กับความมหัศจรรย์ธรรมชาติ

1.3 การแสดงออกเชิงพิธีกรรม เป็นแบบแผนปฏิบัติที่สืบเนื่องจากความเชื่อของบุคคลที่แสดงออกต่อสัญลักษณ์ในทางศาสนาหรือสัญลักษณ์ที่เกิดจากความเชื่อที่ผู้คนในชุมชนศาสนสถานนั้นได้แก่ ก) พิธีกรรมตามปฏิทินทางศาสนาที่มีความเป็นสากล พบทั้งศาสนาพุทธและศาสนาพราหมณ์ฮินดู ข) พิธีกรรมการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามช่วงเวลาที่ยุคศาสนสถานกำหนดขึ้นเอง ค) พิธีกรรมที่มีลักษณะเป็นวิถีปฏิบัติตามปกติ ง) พิธีกรรมตามความเชื่อส่วนบุคคล

1.4 การอธิบายขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นกิจกรรมที่ผู้ศรัทธาและนักท่องเที่ยวปฏิบัติเพื่อหวังผลทางด้านจิตใจทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ ก) ความมั่นคงในทรัพย์และความร่ำรวย ข) ความปลอดภัยจากอันตราย ค) ความมีสุขภาพดี ง) ความมีชัยชนะ จ) ความสงบสุข

1.5 ประวัติความเป็นมาของสถานที่ ปรากฏทั้งประวัติตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และมายาคติจากคำบอกเล่าของผู้คนในอดีต โดยพบว่ามีการก่อตั้งสถานที่ที่มีแนวเนื้อหาคือ ก) ประวัติการก่อตั้งสถานที่ที่มีวัตถุประสงค์เป็นการเฉพาะได้แก่ การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การปกป้องรักษาเมือง การขอให้สิ่งก่อสร้างเสร็จลุล่วงดังเจตนารมณ์ ข) ประวัตินุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสถานที่แห่งนั้น

2) วิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ประกอบด้วยวิธีการดังนี้

2.1 การใช้รูปสัญลักษณ์ที่แตกต่างไปจากสัญลักษณ์แนวจารีตดั้งเดิม มีคุณลักษณะย่อย 5 ประการคือ ก) ภาพเทพที่มีลักษณะชีวทัศน์ทางประติมานวิทยา (Iconology) ต่างจากมนุษย์ ข) การใช้สัญลักษณ์ที่แตกต่างจากแนวนวนเพื่อสร้างความหมายใหม่ในเชิงมายาคติ ค) การออกแบบสถาปัตยกรรมโบสถ์คริสต์แบบโกธิคเพื่อเป็นพระอุโบสถในพุทธศาสนา ง) การวางองค์ประกอบเคียงกันของงานประติมากรรมแบบดึกดำริสเซีย จ) การใช้สัญลักษณ์ทางเพศในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ คุณลักษณะของการใช้รูปสัญลักษณ์ดังกล่าวเป็นผลให้มนต์เสน่ห์ของสัญลักษณ์ที่เป็นสิ่งใหม่ กระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นและการเรียนรู้ เนื่องจากระบบสัญลักษณ์ตามความเชื่อแบบดั้งเดิมไม่สามารถอธิบายหรือให้ความหมายกับรูปสัญลักษณ์ใหม่ ๆ ได้

2.2 การสร้างบรรยากาศของความไม่ชัดเจน เป็นการนำเสนอภาพที่มีการลดทอนรายละเอียดและขาดความคมชัดในรายละเอียดอาจถูกลดทอนลงด้วยจังหวะเวลาของเหตุการณ์เป็นสถานะที่เกิดขึ้นได้ทั้งที่เป็นจังหวะทางธรรมชาติและ ความตั้งใจที่สร้างสถานการณ์ขึ้น จนถึงความจงใจในการสร้างรูปแบบเนื้อหาผ่านกลไกทางเทคนิคการถ่ายภาพ

2.3 การใช้รูปสัญลักษณ์เพื่อเป็นกรณีศึกษาในอดีต มักมีความเกี่ยวข้องกับแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี สื่อคุณลักษณะร่วมที่สำคัญคือมี “special aura” เป็นกลิ่นอายพิเศษที่มีพลังดึงดูดใจบนฐานความเชื่อและความเป็นต้นฉบับดั้งเดิมแบบแท้จริง (authenticity)

2.4 การใช้รหัสเชิงคู่เรื่องแสงกับสัญลักษณ์ภาพ ทั้งนี้แสงเป็นรหัสของการจัดองค์ประกอบภาพและเรื่องราวเพื่อการสื่อความหมายที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ภาพ โดยพบว่ามีการใช้แสงร่วมเป็นรหัสเชิงคู่กับสัญลักษณ์ภาพเพื่อสร้างมนต์เสน่ห์ให้กับภาพถ่ายของสถานที่ เน้นการสื่อสารในเรื่องบรรยากาศและอารมณ์ของสถานที่ที่มีมนต์ลึกลับและบังเกิดเป็นพลังมหัศจรรย์จากปรากฏการณ์แสงที่มหัศจรรย์ จัดเป็นมนต์เสน่ห์ที่เล่นกับคุณค่าของแสงและเงา

2.5 การสร้างความแจ่มจรัสของลีลัน โดยลีลามีความหมายในเชิงสัญลักษณ์และความหมายแฝงในเชิงจิตวิทยา การใช้ภาพที่มีลีลันแจ่มจรัสเป็นเทคนิคการสร้างสรรค์ที่เน้นความสะอาดตาจากการเห็นโดยพลันหรืออาจเรียกว่า “เตะตา” เป็นอายคนะทางจักขุสัมผัส ณ ทันทีที่เห็นแรก (At first sight) มีนัยของการสื่อความหมายที่เน้นจุดเรื่องราวที่ต้องการชูเป็นประเด็นหลักของเรื่องราว

2.6 การสร้างสัมพันธ์ เป็นการเชื่อมโยงตัวบทของเรื่องราวสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับภูมิหลังและความรู้ของผู้รับสารดังกรณีศาลแม่เนาพระโขนง วัดมหาบุศย์ กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีสัมพันธ์กับภาพยนตร์เรื่องแม่เนาพระโขนงจำนวน 14 เรื่อง ศาลพุ่มพวง ดวงจันทร์ จังหวัดสุพรรณบุรี มีสัมพันธ์กับความเป็นนักร้องลูกทุ่งและภาพยนตร์ไทยที่พุ่มพวง ดวงจันทร์ เป็นนักแสดงนำ 19 เรื่อง

3) แก่นประเด็นเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์ พบแก่นประเด็น 7 ประเด็นดังต่อไปนี้

3.1 การอธิษฐานขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นการตั้งจิตอธิษฐานด้วยความศรัทธาและสมาธิเพื่อขอความช่วยเหลือทางด้านต่าง ๆ ทั้งนี้การอธิษฐานขอพรเป็นกิจกรรมที่ผู้ศรัทธาและนักท่องเที่ยวนิยมหวังผลทางด้านจิตใจ ความสมหวังในสิ่งที่ตนปรารถนา

3.2 การเขียนคำ“สาธุ” ยินดีกับการประกอบกิจอันเป็นมงคล รวมทั้งคำว่า “อนุโมทนาสาธุ” มักเป็นคำที่อาจใช้ควบคู่กันในการแบ่งปันเนื้อหาและข้อแสดงความคิดเห็นของผู้รับสารคนอื่น ๆ ที่มีต่อสารที่แบ่งปันเกี่ยวกับกิจกรรม ณ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ โดยมักการแสดงทัศนะเชิงบวก รวมทั้งความรู้สึกที่อยากไปมีส่วนร่วมหรือยินดีต่อผู้ที่ได้ไปสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

3.3 ความประทับใจต่อความสวยงามของงานสถาปัตยกรรมและประติมากรรม โดยจำแนกลักษณะองค์ประกอบความงามในลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ ความงามตามลักษณะทางประติมานวิทยา ความงามเนื่องด้วยบริบทอันเป็นที่ตั้ง งามด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ต่างไปจากแนวจารีตนิยม งามด้วยมุมมองที่แตกต่างจากประสบการณ์การเห็นปกติ งามด้วยคุณค่าแสง งามด้วยความยิ่งใหญ่และมีความแตกต่างเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของงานสถาปัตยกรรม

3.4 การมีส่วนร่วมในการประกอบพิธีกรรม เป็นการลงมือปฏิบัติที่สร้างปฏิสัมพันธ์กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่บุคคลเชื่อถือ สถานที่บางแห่งจะจัดให้มีพิธีกรรมให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมทุกวันและจัดทั้งวัน อันเป็นการส่งเสริมบรรยากาศของการท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ โดยมีลักษณะของการมีส่วนร่วมในพิธีกรรมได้แก่ กิจกรรมการทำบุญและ/หรือสักการะตามโอกาส พิธีกรบนบานศาลกล่าว การประกอบพิธีกรรมตามฤกษ์เวลาที่กำหนดไว้ล่วงหน้า พิธีกรรมตามปฏิทินที่กำหนดล่วงหน้า

3.5 สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ วิถีชุมชนรวมทั้งธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับวิถีการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณนั้น ๆ ผลการวิจัยพบว่าเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์มีการสื่อประเด็นที่เกี่ยวกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณได้แก่ วัฒนธรรมอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ร้านจัดเตรียมเครื่องบูชาสำหรับพิธีการเก็บเงิน การเช่าบูชาวัตถุมงคลตามความเชื่อ

3.6 การแบ่งปันเรื่องราวภาพถ่ายและความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว มีทั้งเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อแบ่งปันตามความสนใจและเกิดจากการจัดกิจกรรมของเพจสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เชิญชวนให้ผู้ใช้สื่อได้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์เนื้อหา โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพถ่ายสำคัญในทางประวัติศาสตร์ที่หาดูได้ยาก

3.7 ปัญหาการบริหารจัดการพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ เป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการผลักดันเชิงนโยบายเพื่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ได้แก่ ปัญหาการจราจร การกีดขวางการสัญจรทางเท้าโดยมีการเชื่อมโยงกับความคืบหน้าประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเพื่อเอื้อประโยชน์ให้กับคนบางกลุ่ม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. สถานภาพองค์ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณประกอบด้วยฐานความคิดตามกระบวนทัศน์แบบจารีตนิยมและกระบวนทัศน์แนวใหม่ ซึ่งกระบวนทัศน์แนวใหม่เปิดประเด็นพื้นที่ทางการศึกษาเป็นสถานประกอบการท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมการพัฒนาคุณค่าทางจิตวิญญาณเช่น โรงแรม รีสอร์ท ที่พักแบบฟาร์มสเตย์ สถานที่ส่งเสริมกิจกรรมแนวโยคะ การปฏิบัติสมาธิ เป็นต้น ดังนั้นขอบเขตการศึกษายังมีประเด็นในเชิงพื้นที่ดังตัวอย่างที่ระบุตามกระบวนทัศน์การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณแนวใหม่

2. การศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับการสร้างมรดกแห่งภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ยังมีประเด็นเกี่ยวกับการรับรู้องค์ประกอบทางการสร้างผลงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ โดยอาจศึกษาในมุมมองของผู้รับสารเป้าหมาย ผู้ใช้สื่อที่มีส่วนสร้างสรรค์เนื้อหา นักถ่ายภาพ นักสร้างสรรค์เนื้อหา (content creator) ตลอดจนถึงนักวิชาการ นักวิชาชีพทางการสื่อสารด้วยภาพ อันจะช่วยขยายขอบเขตเนื้อหาในการพัฒนาองค์ความรู้ทั้งทางวิชาการและวิชาชีพได้รอบด้านมากขึ้น

3. การศึกษาเกี่ยวกับผลทางการสื่อสารของงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนสื่อออนไลน์สามารถศึกษาผ่านเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อร่วมสร้างสรรค์ได้ โดยเป็นการวิเคราะห์ที่แก่นประเด็น (theme) คำตอบผ่านวิธีการศึกษาชาติพันธุ์วรรณาบนสื่อออนไลน์ (Netography) โดยผู้วิจัยแสดงบทบาทเป็นผู้สังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมเพื่อไม่เป็นการรบกวนหรือแทรกแซงสภาพธรรมชาติของปรากฏการณ์ ทั้งนี้ควรมีกระบวนการรองรับจริยธรรมการวิจัยในคนด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับนักวิชาการและนักวิชาชีพ

1. การเรียนการสอนด้านการถ่ายภาพเชิงวารสารศาสตร์และศิลปะการถ่ายภาพเพื่อการสื่อสารสามารถนำหลักการข้อค้นพบเกี่ยวกับวิธีการสร้างมโนทัศน์ของภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณไปใช้เป็นแนวทางประยุกต์สู่การสร้างเนื้อหาบทเรียนในกลุ่มรายวิชาได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวทางการถ่ายภาพที่มีเรื่องราวทางด้านศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน หรือ การสื่อสารการท่องเที่ยว

2. การเรียนการสอนด้านการถ่ายภาพเชิงวารสารศาสตร์และศิลปะการถ่ายภาพเพื่อการสื่อสารควรให้ความสำคัญกับการสื่อความหมายในเชิงสุนทรียภาพทางการสื่อสารที่มีการใช้รหัสทางการสื่อสารสุนทรียภาพแบบเชิงคู่ (Aesthetics of double codes) เนื่องจากงานสร้างสรรค์ในแนวคิดหลังสมัยใหม่ (Postmodernity) นิยมใช้ชุดรหัสทางการสื่อสารด้วยภาพอย่างน้อยสองระบบเพื่อการเน้นหน้าที่ในเชิงความงามหรือสุนทรียภาพทางการสื่อสารของตัวสาร

3. การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณของนักวิชาชีพทางการสื่อสารควรให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่น่าสนใจที่นักท่องเที่ยวสามารถร่วมปฏิบัติได้ เนื่องจากกิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยวเป็นเนื้อหาหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการบันทึกภาพบุคคลเพื่อการแบ่งปันสู่สื่อออนไลน์ได้เป็นอย่างดี

4. นักวิชาชีพทางการสื่อสารสามารถประยุกต์ใช้วิธีการสร้างมโนทัศน์สู่งานสร้างสรรค์ของตนได้ ภายใต้งานใจของการเล่าเรื่องราวที่ประกอบด้วยมายาคติเกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ อันเป็นการสวมบทบาท “myth teller” ทั้งนี้เนื่องจากเนื้อหาในเชิงมายาคติเมื่อเล่าเรื่องผ่านภาพที่มีความพราวเปลวหรือถูกลดทอนรายละเอียดลงจะช่วยให้ผู้รับสารได้ใช้จินตนาการในการเติมเต็มเนื้อหาซึ่งเป็นการกระตุ้นจินตนาการร่วมของผู้รับสารได้ดี

5. นักสร้างสรรค์งานการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณควรเลือกนำเสนอเนื้อหาที่กระตุ้นการมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ของผู้รับสาร โดยเลือกสถานที่หรือกิจกรรมที่อยู่ในกระแส

นิยมดังเช่นกรณี วัดคำชะโนด จังหวัดอุดรธานี วัดเจดีย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น ซึ่งเนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนร่วมสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการสร้างไว้ซึ่งช่องทางการสื่อสารบนโลกออนไลน์ ในส่วนของสถานที่ใหม่ที่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักมักไม่ได้รับความสนใจในแง่ของการมีส่วนร่วมทางการสร้างสรรค์ของผู้รับสาร ดังนั้นการนำเสนอเนื้อหาจึงควรมีสัดส่วนของสถานที่ที่ได้รับความนิยมน้อยก่อนแล้วสลับกับเนื้อหาของสถานที่ใหม่ ๆ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของผู้รับสารที่มีความแตกต่างหลากหลาย



กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “การสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย” สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจากการสนับสนุนและความเอื้อเฟื้อจากหลายภาคส่วน ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องและมีส่วนช่วยผลักดันให้งานวิจัยฉบับนี้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ขอขอบคุณผู้สร้างสรรค์ผลงานต้นทางที่เกี่ยวข้องกับการศึกษารั้งนี้ โดยเฉพาะผู้สร้างสรรค์เนื้อหา ภาพถ่าย และสื่อดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ซึ่งได้เปิดพื้นที่ขององค์ความรู้ แรงบันดาลใจ และมุมมองเชิงสร้างสรรค์ที่มีคุณค่า อันเป็นฐานข้อมูลสำคัญในการวิเคราะห์และตีความปรากฏการณ์การสื่อสารในบริบทการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณของประเทศไทย

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกแหล่งข้อมูล เอกสาร งานวิชาการ และองค์ความรู้จากนักวิชาการและนักปฏิบัติการด้านการสื่อสารและการท่องเที่ยว ที่มีส่วนช่วยเหลือหลอมกรอบแนวคิดและวิธีวิทยาของงานวิจัยฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น หากงานวิจัยนี้สามารถสร้างประโยชน์ทางวิชาการหรือเป็นแนวทางต่อยอดในการศึกษาในอนาคตได้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในสังคมไทยต่อไป

ท้ายที่สุดขอขอบคุณ สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยรังสิต ที่ให้การสนับสนุนทุนวิจัย เลขที่ 50/2568 ประจำปีการศึกษา 2568 ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้ออำนวยให้การดำเนินงานวิจัยสามารถดำเนินไปอย่างเป็นระบบ ครบถ้วน และมีคุณภาพตามมาตรฐานทางวิชาการ ทั้งในด้านการสืบค้นข้อมูล การวิเคราะห์ และการสังเคราะห์องค์ความรู้

คณะผู้วิจัย

5 มกราคม 2568

บทคัดย่อ

ณชรศ อัมมະรัฐและกฤษณ์ ทองเลิศ : การสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการ
ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย, 196 หน้า

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาภาพถ่ายและเรื่องประกอบภาพเพื่อการสื่อสาร
การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ วิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ของภาพถ่าย เนื้อหาเกี่ยวกับงานภาพถ่ายเพื่อ
การสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์ โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
การท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ แนวคิดเรื่องปรัชญาชีวสมาสัย (Philosophy of
Symbiosis) แบบจำลองการสื่อสารของ Jakobson แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์ภาพ แนวคิดเรื่องเนื้อหา
ที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์และการสร้างสัมพันธ์ เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยนี้เป็น
การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์ภาพถ่ายและเนื้อหาของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณใน
ประเทศไทยบนแพลตฟอร์มดิจิทัลจำนวน 184 ภาพจากสถานที่ท่องเที่ยว 60 แห่งที่ปรากฏใน E-
Book เรื่อง “Connecting to Spiritual Thailand A Guide to 60 Powerspots” รวมทั้งเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อ
มีส่วนสร้างสรรค์ต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ผลการวิจัยดังนี้

1) เนื้อหาภาพและเรื่องประกอบภาพ 5 ประเภทได้แก่ ก) ลักษณะทางกายภาพของงาน
สร้างสรรค์ด้านสถาปัตยกรรมและประติมากรรม ข) ความมหัศจรรย์ทางธรรมชาติที่เชื่อมโยงกับ
แหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ค) การแสดงออกเชิงพิธีกรรม ง) การอธิบายของพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์
จ) ประวัติความเป็นมาของสถานที่ 2) วิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ประกอบด้วยวิธีการหลัก 6 วิธีได้แก่ ก)
การใช้รูปสัญลักษณ์ที่แตกต่างไปจากสัญลักษณ์แนวจารีตดั้งเดิม ข) การสร้างบรรยากาศของความ
ไม่ชัดเจน ค) การใช้รูปสัญลักษณ์เพื่อเป็นกรณีศึกษาในอดีต ง) การใช้รหัสเชิงคู่เรื่องแสงกับ
สัญลักษณ์ภาพ จ) การสร้างความแจ่มจรัสของสี สัน น) การสร้างสัมพันธ์ 3) เนื้อหาที่ผู้มีส่วน
สร้างสรรค์จำแนกเป็นแก่นประเด็นได้ 7 ประเด็นได้แก่ ก) การอธิบายของพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ข)
การใช้คำ “สาธุ” ยินดีกับการประกอบกิจอันเป็นมงคล ค) ความประทับใจต่อความสวยงามของงาน
สถาปัตยกรรมและงานประติมากรรม ง) การมีส่วนร่วมในการประกอบพิธีกรรม จ) สินค้าและ
บริการที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ฉ) การแบ่งปันเรื่องราวภาพถ่ายและความรู้
เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ช) ปัญหาการบริหารจัดการพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

คำสำคัญ: การสร้างมนต์เสน่ห์ ภาพถ่าย การสื่อสารการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ
เนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อมีส่วนสร้างสรรค์

Abstract

Nacharata Aimnaran and Grit Thonglert: The Enchanting Image Creation for Spiritual Tourism Communication on Digital Platforms in Thailand, 196 pages.

This research aims to analyze photographic content and accompanying narratives used in the communication of spiritual tourism, the methods employed to construct enchantment in photographic imagery, and User-Generated Content related to photographic works for spiritual tourism communication. The theoretical frameworks were based on concepts of tourism communication and spiritual tourism, the Philosophy of Symbiosis, Jakobson's communication model, image analysis, user-generated content, and intertextuality. The research adopts a qualitative approach through the image and content analysis of 184 photographs representing 60 spiritual tourism destinations in Thailand on digital platforms in the e-book entitled "Connecting to Spiritual Thailand A Guide to 60 Powerspots", along with user-generated content associated with these destinations. The research findings are as follows:

1) Photographic content and accompanying narratives can be classified into five categories: (a) the physical characteristics of creative works in architecture and sculpture; (b) natural wonders connected to spiritual tourism sites (c) ritualistic expressions; (d) acts of prayer and supplication to sacred entities; and (e) the historical background of the locations. 2) The construction of enchantment comprises six principal methods: (a) the use of symbolic imagery that diverges from traditional canonical symbols; (b) the creation of an atmosphere of ambiguity; (c) the use of indexical signs as temporal markers of the past; (d) the application of double codes between light and visual symbolism; (e) the enhancement of chromatic brilliance and luminosity; and (f) the construction of intertextuality. 3) User-generated content can be categorized into seven thematic cores: (a) prayer and supplication to sacred entities; (b) the use of the term "sathu" to express rejoicing in auspicious acts; (c) admiration for the aesthetic beauty of architectural and sculptural works; (d) participation in ritual practices; (e) goods and services associated with spiritual tourism destinations; (f) the sharing of photographic narratives and knowledge about the destinations; and (g) issues concerning spatial management within spiritual tourism sites.

Keywords: enchantment creation, photography, tourism communication, spiritual tourism, user-generated content.

สารบัญ

หน้า

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญภาพ.....	ช
สารบัญตารางและแผนภาพ.....	ฉ

บทที่

1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
1.3 ปัญหาที่วิจัย.....	5
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	5
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 แนวคิดเรื่องการสื่อสารการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ.....	9
2.2 แนวคิดเรื่องปรัชญาชีวิต.....	20
2.3 แนวคิดแบบจำลองการสื่อสารของ Jakobson.....	30
2.4 แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์ภาพ.....	36
2.5 แนวคิดเรื่องเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์.....	42
2.6 แนวคิดเรื่องสัมพันธบท.....	46
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	53
2.8 ผังมโนทัศน์การวิจัย.....	60
3. วิธีวิทยาการวิจัย.....	62
3.1 แหล่งข้อมูล.....	62
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	66

สารบัญ (ต่อ)

บทที่

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	67
3.4 การยืนยันความน่าเชื่อถือ.....	68
3.5 จริยธรรมการวิจัยในคน.....	69
3.6 การนำเสนอผลการวิเคราะห์.....	69
4. แก่นประเด็นเนื้อหาภาพถ่ายและเรื่องเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ.....	70
4.1 ลักษณะทางกายภาพของงานสร้างสรรค์ด้านสถาปัตยกรรมและประติมากรรม.....	71
4.2 ความมหัศจรรย์ทางธรรมชาติที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ.....	76
4.3 การแสดงออกเชิงพิธีกรรม.....	80
4.4 การอธิษฐานขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์.....	85
4.5 ประวัติความเป็นมาของสถานที่.....	93
5. วิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ.....	106
5.1 การใช้รูปสัญลักษณ์ที่แตกต่างไปจากสัญลักษณ์แนวจารีตดั้งเดิม.....	107
5.2 การสร้างบรรยากาศของความไม่ชัดเจน.....	120
5.3 การใช้รูปสัญลักษณ์เพื่อเป็นครรชนีสื่อกาลเวลาในอดีต.....	126
5.4 การใช้รหัสเชิงคู่เรื่องแสงกับสัญลักษณ์ภาพ.....	129
5.5 การสร้างความแจ่มจรัสของสี.....	133
5.6 การสร้างสัมผัสบท.....	137
6. แก่นประเด็นเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์.....	142
6.1 การอธิษฐานขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์.....	143
6.2 “สาธุ” ยินดีกับการประกอบกิจอันเป็นมงคล.....	149
6.3 ความประทับใจต่อความสวยงามของงานสถาปัตยกรรมและประติมากรรม.....	153
6.4 การมีส่วนร่วมในการประกอบพิธีกรรม.....	159
6.5 สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ.....	164
6.6 การแบ่งปันเรื่องราวภาพถ่ายและความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว.....	166
6.7 ปัญหาการบริหารจัดการพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ.....	169

สารบัญ (ต่อ)

บทที่

7. บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	173
7.1 สรุปผลการวิจัย.....	174
7.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	182
7.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	189
7.4 ข้อเสนอแนะสำหรับนักวิชาการและนักวิชาชีพ.....	190
บรรณานุกรม.....	192
ประวัติผู้วิจัย.....	196



สารบัญภาพ

	หน้า
4.1 พระปรางค์วัดอรุณราชวราราม	71
4.2 พระพรหม ราชประสงค์ กรุงเทพฯ	74
4.3 ท้าวเวสสุวรรณ วัดจุฬามณี.....	75
4.4 การเวียนเทียน โบราณสถานวัดราชบูรณะ พระนครศรีอยุธยา.....	81
4.5 การสักการะพระพุทธรูป เขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี.....	82
5.1 พระเศียร ห้างสรรพสินค้า Central World กรุงเทพฯ.....	108
5.2 พระเศียร จังหวัดฉะเชิงเทรา.....	108
5.3 เจดีย์หอย จ.ปทุมธานี	114
5.4 พระอุโบสถวัดนิเวศธรรมประวัติ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	116
5.5 วัดผาซ่อนแก้ว จังหวัดเพชรบูรณ์.....	118
5.6 ถ้ำพระนาง จังหวัดกระบี่.....	119
5.7 เทวาลัยเนื่องในศาสนาพราหมณ์.....	121
5.8 วัดผาซ่อนแก้ว จังหวัดเพชรบูรณ์.....	123
5.9 แสดงลายเส้นแสง พิธีเวียนเทียน วัดราชบูรณะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	124
5.10 วัดมหาธาตุ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	126
5.11 ไทรงาม จังหวัดนครราชสีมา.....	128
5.12 ถ้ำพระยานคร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	129
5.13 ปราสาทหินเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์.....	131
5.14 ศาลเจ้าหน้าจางาไท้จื้อ จังหวัดชลบุรี.....	133
5.15 พุทธสถานเขานาในหลวง จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	135
5.16 ศาลแม่เฒ่าพระโขนง วัดมหาบุศย์ กรุงเทพมหานคร.....	138
5.17 ศาลพุ่มพวง ดวงจันทร์ วัดทับกระดาน จังหวัดสุพรรณบุรี.....	139
6.1 สัญลักษณ์ชาติ.....	151
6.2 กราบสาธุ.....	152
6.3 พระสิริ.....	154
6.4 ภาพในอดีตพระธาตุพนม.....	166

สารบัญตารางและแผนภาพ

	หน้า
2.1 องค์ประกอบทางการสื่อสารของ Jakobson.....	30
2.2 หน้าที่ทางการสื่อสารของ Jakobson	33
2.3 ความหมายทางจิตวิทยาของสี.....	38
2.4 ฟังก์ชันทัศนกรวิจัย.....	60
4.1 ประเภทเนื้อหาจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเขตกรุงเทพมหานคร...	99
4.2 ประเภทเนื้อหาจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเขตภาคกลาง.....	100
4.3 ประเภทเนื้อหาจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเขตภาคตะวันออก.....	101
4.4 ประเภทเนื้อหาจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	101
4.5 ประเภทเนื้อหาจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเขตภาคเหนือ.....	103
4.6 ประเภทเนื้อหาจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเขตภาคใต้.....	104
7.1 สรุปความเชื่อมโยงของเนื้อหา วิธีการสร้างมโนทัศน์ เนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างสรรค์.....	180



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual tourism) มีความเชื่อมโยงกับคำที่เกี่ยวข้องได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงศรัทธา (Faith-Based Tourism) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious Tourism) การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (Sacred Tourism) ซึ่งสามารถจำแนกได้สองแบบ คือ ก) เป็น การท่องเที่ยวเพื่อจุดประสงค์ของการแสวงบุญ การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา ความเชื่อ และเพื่อ ยกย่องทางจิตวิญญาณของตน ข) เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางศาสนาและ สิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ ที่มาจากความเชื่อ ความชื่นชมและความศรัทธา ซึ่งไม่ใช่เฉพาะทางด้านศาสนา เพียงอย่างเดียว แต่จะรวมถึงงานทางด้านศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ประวัติศาสตร์และสถานที่ของ บรรพบุรุษหรือถิ่นกำเนิดดั้งเดิมของตน ซึ่งกรณีนี้นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยี่ยมชมอาจไม่นับถือ ศาสนานั้น ๆ (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564)

อย่างไรก็ตาม วิธีการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในปัจจุบันได้มีการขยายขอบเขตของ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เพิ่มรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวที่มากไปกว่าศาสนสถานต่าง ๆ แต่ยังคง หลักแนวคิดในแบบดั้งเดิม Poggendorf (2023) เสนอว่า การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจะต้องมี องค์ประกอบทางด้านจิตใจของนักท่องเที่ยวในแง่ของการรู้จักตัวเอง การมีสุขภาวะที่ดีทางด้าน ร่างกายและจิตใจ ร่วมกับการผสมกลมกลืนกับการวิธีการท่องเที่ยวในทางกายภาพ รูปแบบ ดังกล่าวมีความครอบคลุมทั้งการท่องเที่ยวสถานที่ทางศาสนาและจิตวิญญาณ การแสวงบุญเพื่อ ตอบสนองต่อความศรัทธาทางศาสนาและความเชื่อ ซึ่งเป็นวิธีการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณแบบ ดั้งเดิม รวมถึงรูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเช่น สปาบำบัด การรักษาด้วยสมุนไพร กิจกรรมโยคะ การนวด การฝังเข็ม เป็นต้น ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดไว้ในสถานที่พักประเภทโรงแรมรี สอร์ต ฟาร์มสเตย์ ที่จัดขึ้นเป็นการเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณลักษณะของสถานที่ที่เชื่อมโยง กับธรรมชาติที่สวยงามและมีความสุข

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมักกระทำร่วมกับกิจกรรมอื่น ๆ ประการหนึ่งคือการถ่ายภาพสถานที่นั้น ๆ ซึ่งถือเป็นกิจกรรมอีกรูปแบบหนึ่งที่เพิ่มคุณค่าให้กับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ด้วยเหตุที่กระบวนการถ่ายภาพนั้นมีความสอดคล้องกับวิธีการของการสร้างคุณูปภาพให้กับร่างกาย จิตใจ จนถึงระดับจิตวิญญาณ ดังที่ Sammon (2019) อธิบายว่ากิจกรรมการถ่ายภาพสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณนั้น นับตั้งแต่การวางแผนการเดินทางไปสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ การร่วมกิจกรรมหรือพิธีกรรมที่เปิดโอกาสให้คนนอกศาสนาสามารถเข้าร่วมได้ ล้วนเป็นปัจจัยเชิงบวกในการยกระดับเพื่อสร้างคุณูปภาพทางจิตใจ (Mind) ทางกาย (Body) และส่งผลต่อจิตวิญญาณ (Soul) นอกจากนี้การถ่ายภาพท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณยังเป็นกิจกรรมที่ปลูกฝังให้นักท่องเที่ยวมีบุคลิกลักษณะที่ซึมซับความปรารถนาจิตใจแห่งการรักความสงบสุขหรือสันติสุข (Peacefulness) นักท่องเที่ยวต้องมีความสนใจต่อศรัทธาของผู้คนบนฐานความเชื่อที่แตกต่างกัน ภาพถ่ายเชิงจิตวิญญาณสามารถสะท้อนพิธีกรรมที่สื่ออัตลักษณ์เฉพาะตัวของชุมชนที่เชื่อมโยงกับการสร้างสรรค์งานศิลปะแขนงต่างๆ ร่วมด้วยเช่น ผ้าทอที่ใช้ในพิธีการจนเป็นที่มาของรหัสการแต่งกาย (Dress code) งานศิลปะจากไม้ดอกไม้ประดับ ศิลปะอาหารอันประณีต ภาษากายที่มีท่าทางเป็นการเฉพาะ ฯลฯ องค์ประกอบเหล่านี้ได้บูรณาการร่วมกันเป็นสุนทรียภาพแห่งชีวิตที่ได้รับจากกิจกรรมการถ่ายภาพเชิงจิตวิญญาณ

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นกิจกรรมที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก ดังตัวอย่างข้อมูลจากศูนย์ส่งเสริมการนำเข้า กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) ระบุว่า มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับศาสนาประมาณ 600 ล้านคนต่อปี มีมูลค่าการท่องเที่ยวประมาณห้าหมื่นถึงหนึ่งแสนล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐต่อปี จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจึงมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งในองค์การที่ทำหน้าที่เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยตรงของภาครัฐ ธุรกิจเกี่ยวกับโรงแรม สายการบิน และบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว

ประเทศไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่ได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่ตั้งกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศเช่น เทวาลัยแยกราชประสงค์ กรุงเทพฯ วัดที่มีชื่อเสียงในภูมิภาคต่าง ๆ เช่น วัดคำชะโนด จังหวัดอุดรธานี วัดเจติยัม จังหวัดนครศรีธรรมราช วัดพระธาตุดอยสุเทพ จังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้ผู้คนในสังคมไทยมีการยอมรับความแตกต่างหลากหลายทางด้านศาสนาและลัทธิความเชื่อ มีแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ทุกภูมิภาค หลายแหล่งเป็น

สถานที่ท่องเที่ยวในเชิงพิธีกรรม ทุกแห่งมีเรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจที่แฝงความรื่นลับในเชิงมายาคติที่ผู้คนให้ความศรัทธา และหลายแห่งเป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมสำคัญทางศาสนาทั้งในโอกาสวันสำคัญทางศาสนา กิจกรรมทางวัฒนธรรมและสถานที่ประกอบพิธีกรรมสำหรับรายบุคคล เหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยส่งเสริมที่เอื้อต่อการสื่อสารมนต์เสน่ห์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณผ่านองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับชาติและท้องถิ่น รวมทั้งผู้ประกอบการภาคการท่องเที่ยว เช่น สายการบิน สถานที่พักต่าง ๆ โดยมีกลุ่มเป้าหมายทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ

จากความสำคัญและแนวโน้มของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่มีการขยายตัวมากขึ้น ในปี พ.ศ. 2566 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงสนับสนุนให้มีการสร้างสรรค์งานการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในวงกว้างมากยิ่งขึ้น โดยสื่อที่สำคัญที่เป็นสื่อหลักในกิจกรรมนี้คือ หนังสือ E-Book เรื่อง “Connecting to Spiritual Thailand A Guide to 60 Powerspots” เผยแพร่สู่สาธารณะ สร้างสรรค์โดยบริษัท Palotai Design ผู้รับสารสามารถเปิดรับสารได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย หนังสือเล่มนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและอธิบายถึงความเชื่อที่ผู้คนมีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในประเทศไทย จำนวน 60 แห่ง มุ่งเน้นสารสนเทศเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และความศรัทธา เชื่อมโยงถึงวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างความหลากหลาย รวมทั้งความเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมที่ผสมผสานกันระหว่างความเชื่อกับศาสนานำมาเชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยว เนื้อหาในหนังสือมีภาพประกอบที่สวยงาม ทั้งภาพถ่ายแนวสถาปัตยกรรม พิธีกรรม และวิถีชีวิตผู้คนที่วิถีปฏิบัติบนพื้นฐานวัฒนธรรมในแต่ละสถานที่ โดยกิจกรรมการสร้างสรรค์สื่อดังกล่าวมีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของ ททท. ที่มุ่งสร้างประสบการณ์อันทรงคุณค่าและการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ทั้งนี้โดยใช้สื่อภาพถ่ายซึ่งมีศักยภาพในการถ่ายทอดเรื่องราว ความประทับใจ หรือความน่าอัศจรรย์อันเป็นมนต์เสน่ห์ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

ภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ มีขอบเขตเนื้อหาที่กว้างขวาง นับแต่ภาพสถาปัตยกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา กิจกรรมหรือพิธีกรรมที่จัดขึ้นเป็นการเฉพาะที่ผูกติดกับเงื่อนไขทางด้านเวลาเช่น พิธีกรรมตามวาระวันสำคัญทางศาสนา ทั้งที่เปิดให้ผู้มาเยือนเข้าร่วมหรือกิจกรรมที่กระทำโดยศาสนิกชนที่ไม่ให้คนนอกเข้าร่วมพิธี สถานที่ในบางศาสนาเช่นศาสนาพราหมณ์ฮินดู สื่อสะท้อนความเชื่อ ความสัมพันธ์อันเป็นองค์รวมของมนุษย์กับจักรวาล เชื้อในพลังแห่งเทพเทพีที่สถิตอยู่ในทุกองค์ประกอบของชีวิตและสิ่งแวดล้อม พิธีกรรมเหล่านี้เป็นการแสดงออกเพื่อการเข้าถึงคุณภาพของร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณอันเป็นรากฐานสู่คุณภาพแห่งชีวิต

วิธีการสื่อสารผ่านภาพถ่ายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมีคุณลักษณะร่วมกันที่สำคัญประการหนึ่งคือ การสร้างมนต์เสน่ห์ (enchantment) โดยเป็นการสร้างความประทับใจหรือความตื่นเต้นทางอารมณ์ เป็นสิ่งที่น่าทึ่ง น่าหลงใหลและมีอิทธิพลต่อผู้คนได้อย่างน่าประทับใจ เป็นการสร้างสรรค์ขึ้นในจิตใจของผู้คน การสร้างมนต์เสน่ห์ในทางศิลปะหรือศาสนา อาจเป็นสารแฝงที่แนบเนียนพร้อมด้วยสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเล่าเรื่อง ในแง่ของการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณคำว่า "มนต์เสน่ห์" จึงหมายถึง ความสามารถของภาพถ่ายเพื่อสร้างความน่าติดตามหรือความน่าสนใจต่อสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

อย่างไรก็ตาม การสร้างมนต์เสน่ห์เป็นรูปแบบหนึ่งของวิธีการสื่อสารทั้งในรูปแบบภาพและเสียง เช่น เสียงสวดมนต์ที่มีพลังความเคลื่อนไหวของจังหวะและทำนองการสวด แม้คนทั่วไปอาจไม่เข้าใจความหมาย แต่สัมผัสได้ถึงอารมณ์ของเรื่องราว ในขณะที่ภาพอาจมีความกำกวมหรือความไม่ชัดเจนในบางรายละเอียดของภาพหรืออาจสื่อเชื่อมโยงกับเรื่องราวแวดล้อมที่ไม่ปรากฏในเนื้อหาภาพ แต่อาศัยประสบการณ์ของผู้คนที่มาต่อเรื่องราวนั้น ๆ เข้ามาร่วมจินตนาการผ่านวิธีการจัดองค์ประกอบภาพเช่น การใช้ทิศทางของประธานภาพ การใช้ที่ว่างเพื่อสร้างสารแฝงที่เป็นมนต์เสน่ห์ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ทำให้ภาพหนึ่งมีพลังความเคลื่อนไหวหรือสื่อถึงพลังบางอย่างที่มีอยู่ในบางสิ่งหรือในสถานการณ์นั้น ๆ

งานวิจัยเรื่องนี้จึงมุ่งทำความเข้าใจแก่นประเด็นเนื้อหาของภาพถ่ายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ วิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ให้กับงานภาพถ่ายรวมทั้งพิจารณาพร้อมกับคำบรรยายหรือเรื่องราวประกอบเนื้อหาภาพ จนถึงพฤติกรรมทางการสื่อสารที่ได้นิยามความหมายของการสื่อสารว่าคือ การแบ่งปัน (sharing) ผ่านเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อเป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์ให้กับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ทั้งในรูปแบบการแชร์ภาพ คำบรรยาย และข้อแสดงความคิดเห็นของผู้คนบนแพลตฟอร์ม Facebook และ Instagram โดยศึกษาภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารเกี่ยวกับสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในประเทศไทยที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านหนังสือ E-Book เรื่อง "Connecting to Spiritual Thailand A Guide to 60 Powerspots" จำนวน 60 แห่งร่วมกับเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อเป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์ที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

ผลการศึกษาในประเด็นดังกล่าวจะมีคุณค่าในเชิงนัยของการประยุกต์ใช้ (Tentative applied) เพื่อการสร้างสรรค์งานภาพถ่ายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพกิจกรรมในแนวประเพณี วัฒนธรรม และพิธีกรรมที่เกิดขึ้นตลอดทั้งปีในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีวาระโอกาสตามปฏิทินกิจกรรมที่แตกต่างกันใน

แต่ละสถานที่ นอกจากนี้ยังเป็นการขยายองค์ความรู้เพื่อประโยชน์ในทางวิชาการและการเรียนการสอนในรายวิชาการถ่ายภาพเพื่อการสื่อสารซึ่งเป็นรายวิชาในสาขานิเทศศาสตร์อีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อให้เข้าใจถึงแก่นประเด็นเนื้อหาภาพถ่ายและเรื่องประกอบภาพเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่นักวิชาชีพทางการสื่อสารสร้างสรรค์ขึ้นบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย
- 2) เพื่อให้เข้าใจถึงวิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย
- 3) เพื่อให้เข้าใจถึงแก่นประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์และแบ่งปันบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

1.3 ปัญหาคำวิจัย

- 1) แก่นประเด็นเนื้อหาของภาพถ่ายและเรื่องประกอบภาพเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่นักวิชาชีพทางการสื่อสารสร้างสรรค์ขึ้นบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทยมีลักษณะอย่างไร
- 2) วิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทยโดยนักวิชาชีพทางการสื่อสารมีลักษณะอย่างไร
- 3) แก่นประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์และแบ่งปันบนแพลตฟอร์มดิจิทัลมีลักษณะอย่างไร

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

- 1) ศึกษาเนื้อหาภาพถ่ายและเรื่องประกอบเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ จาก E-Book เรื่อง “Connecting to Spiritual Thailand A Guide to 60 Powerspots” สร้างสรรค์โดยบริษัท

Palotai Design โดยเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในประเทศไทยจำนวน 60 แห่ง เผยแพร่สู่สาธารณะโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2566

2) การสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ศึกษาเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์ประสบการณ์และมีการแบ่งปันเนื้อหา ภาพ ทัศนะ และคำวิจารณ์เกี่ยวกับงานภาพถ่าย โดยมีขอบเขตด้านสถานที่แหล่งท่องเที่ยว 60 แห่งที่ระบุตามข้อ 1 ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook และ Instagram ในช่วงมีการโพสต์ระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม 2568 ถึง 31 ตุลาคม 2568 ซึ่งช่วงระยะเวลาดังกล่าวมีกิจกรรมทางศาสนาที่สำคัญได้แก่ วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา วันออกพรรษา งานทอดกฐิน งานนพราตรี และเทศกาลถือศีลกินผัก

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

การสื่อสารการท่องเที่ยว หมายถึง การเผยแพร่เนื้อหาสาระเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ โดยมีเรื่องราวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว หรือ ภาพถ่าย รวมทั้งเนื้อหาที่เป็นทัศนะของผู้ใช้สื่อที่นำเสนอผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล 3 แห่งคือ E-Book เรื่อง “Connecting to Spiritual Thailand A Guide to 60 Powerspots” โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แพลตฟอร์ม Facebook และ Instagram

การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีเพื่อจุดประสงค์ของการแสวงบุญ การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา ความเชื่อ และเพื่อยกระดับทางจิตวิญญาณของตน หรือการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางศาสนาและงานศิลปะต่าง ๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้นจากความเชื่อ ความชื่นชมและความศรัทธา รวมถึงงานทางด้านศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ในสถานที่ท่องเที่ยว

มนต์เสน่ห์ หมายถึง การสร้างความประทับใจหรือบรรยากาศของเรื่องผ่านภาพและเรื่องราวบนแพลตฟอร์มดิจิทัล มีลักษณะเนื้อหาที่มีศักยภาพในการสร้างความรู้สึกล้นหล่นและโน้มน้าวผู้รับสารให้เกิดความน่าติดตามหรือความสนใจต่อสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

แพลตฟอร์มดิจิทัล หมายถึง E-Book เรื่อง “Connecting to Spiritual Thailand A Guide to 60 Powerspots” โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แพลตฟอร์ม Facebook และ Instagram

ประสบการณ์การแบ่งปัน หมายถึง พฤติกรรมของผู้ใช้สื่อแพลตฟอร์มดิจิทัลประเภท Facebook และ Instagram ในการนำเสนอภาพและข้อความเกี่ยวกับสถานที่และหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ รวมทั้งทักษะหรือการวิจารณ์ของผู้ร่วมแสดงความเห็นคิดบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

สัญลักษณ์ภาพ หมายถึง ระบบการสื่อความหมายผ่านภาษาเขียนและภาษาภาพที่เกิดขึ้นจากหน่วยประกอบของทัศนธาตุ (Visual Elements) ที่ประสานกันเข้าเป็นเนื้อหาทางรูปทรงกับเนื้อหาของเรื่อง

ภาษาภาพเชิงเทคนิค หมายถึง เทคนิคทางด้านการออกแบบองค์ประกอบทางการสื่อสารของภาพถ่ายที่มีผลต่อจิตวิทยาการรับรู้ของผู้รับสาร ได้แก่ มุมกล้อง การกำหนดสภาพแสงเงา การเลือกระยะทางยาวโฟกัสของเลนส์ การกำหนดระยะชัด การออกแบบทัศนมิติลึกหรือตื้น การควบคุมความเร็วชัตเตอร์ เพื่อสร้างความหมายแฝงเชิงจิตวิทยา รวมทั้งการจัดองค์ประกอบของภาพ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) ในทางวิชาการ สามารถนำมาเป็นความรู้พื้นฐานในการพัฒนาเอกสารคำสอนและตำราในรายวิชาการถ่ายภาพเพื่อการสื่อสาร ในประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ผ่านภาพถ่าย ตลอดจนหลักการใช้ความหมายแฝงของภาษาภาพเชิงเทคนิค

2) ในทางวิชาชีพ นักสร้างสรรค์งานสื่อภาพ สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับมาประยุกต์ต่อยอด (Tentative Applied) ผู้การสร้างสรรค์รูปแบบวิธีการสื่อความหมายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณได้

3) ในแง่ของการส่งเสริมและพัฒนการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ แนวทางสร้างสรรค์ภาพถ่ายสามารถนำไปใช้สำหรับการสื่อสารของภาครัฐกิจการท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่ง

ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจัดเป็นอำนาจละมุน (Soft power) ประเภทหนึ่งที่มีความน่าเข้าชวนและชวนหลงใหลให้นักท่องเที่ยวเข้ามาหาประสบการณ์ทางจิตวิญญาณเพื่อสมดุลทาง กาย จิตใจ และจิตวิญญาณ นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณสามารถนำผลการวิเคราะห์เนื้อหาที่ใช้สื่อสร้างสรรค์มาเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพและ/หรือการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณได้



บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสร้างมโนทัศน์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย” ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีต่อไปนี้เป็นแนวทางเข้าสู่ปัญหาวิจัยตลอดจนแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล

1. แนวคิดเรื่อง การสื่อสารการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ
2. แนวคิดเรื่องปรัชญาชีวสมาสัย (Philosophy of Symbiosis)
3. แนวคิดแบบจำลองการสื่อสารของ Jakobson
4. แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์ภาพ
5. แนวคิดเรื่องเนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนสร้างสรรค์ (User-Generated Content) และสื่อใหม่ (New Media)
6. แนวคิดเรื่องสัมพันธบท
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้โดยมีรายละเอียดของแต่ละแนวคิดและทฤษฎีดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเรื่องการสื่อสารการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

การสื่อสารการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมการสื่อสารประเภทหนึ่งที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นวิธีการท่องเที่ยวลักษณะหนึ่งที่มีรูปแบบและแนวทางการปฏิบัติการท่องเที่ยวเป็นการเฉพาะ ผู้วิจัยจึงได้ประมวลแนวคิดการสื่อสารการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเข้าไว้ด้วยกัน ด้วยเหตุที่แนวคิดทั้งสองนี้มีความคาบเกี่ยวต่อเนื่องกันในการนำเข้าสู่ปัญหาการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

แนวคิดเรื่องการสื่อสารการท่องเที่ยว เป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับคำว่า การเดินทาง (Travelling) และการท่องเที่ยว (Tourism) กาญจนา แก้วเทพ (2557: 9-10) ได้กล่าวถึงความหมายของคำ “การท่องเที่ยว” มาจากภาษาฝรั่งเศส “Tour” ซึ่งมีความหมายเกี่ยวกับการเดินทางเพื่อทำการค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไปตามเมืองต่าง ๆ ซึ่งในปัจจุบันคำว่า “Tour” มีขอบเขตของความหมายกว้างมากขึ้น ในบริบทของการสื่อสารการท่องเที่ยวจึงเชื่อมโยงกับเนื้อหาการสื่อสารที่ครอบคลุมถึงกิจกรรมการขายทัวร์ของบริษัทนำเที่ยว การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก การเดินทาง กิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดจนถึงเนื้อหาที่สร้างขึ้นโดยผู้ใช้สื่อแพลตฟอร์มดิจิทัล

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (2563) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวว่าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางและการพักอาศัยในสถานที่ที่แตกต่างจากสภาพแวดล้อม เป็นระยะเวลาที่ต่อเนื่องการไม่เกินประมาณ 1 ปี เป็นการเดินทางที่มีเป้าหมายเพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อธุรกิจและมีเป้าหมายอื่น ๆ ประกอบด้วย เมื่อพิจารณาในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณก็พบว่านิยามดังกล่าวมีความครอบคลุมถึงเป้าหมายการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นคุณภาพของร่างกาย จิตใจและจิตวิญญาณ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) (2566) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2566-2570 ไว้ว่า “ททท. เป็นผู้ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยในการสร้างประสบการณ์ทรงคุณค่าและมุ่งสู่ความยั่งยืน” โดยมีพันธกิจประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ในการขยายฐานตลาดคุณภาพและสร้างความเชื่อมั่น เพื่อส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย 2) สร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยวที่มีมาตรฐาน คุณภาพ และรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อเพิ่มมูลค่าการใช้จ่ายนักท่องเที่ยว 3) ขับเคลื่อนระบบนิเวศด้านการท่องเที่ยว (Tourism Ecosystem) ให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพอย่างยั่งยืน 4) พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการตลาดและบริการข้อมูลด้านการตลาดการท่องเที่ยวที่ครบถ้วน เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว 5) เสริมสร้าง ททท. เป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organization) บนพื้นฐานของนวัตกรรมและธรรมาภิบาล

จากพันธกิจข้างต้นผู้วิจัยพบว่า พันธกิจของ ททท. ที่มีความเป็นนวัตกรรมทางการสื่อสารเนื้อหาการท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่งคือ การสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ดังปรากฏว่า ททท. ได้สนับสนุนการสร้างสรรค์สื่อ E-Book ในปี พ.ศ. 2566 เรื่อง “Connecting to Spiritual Thailand A Guide to 60 Powerspots” สร้างสรรค์โดยบริษัท Palotai Design และต่อมาได้เผยแพร่สู่สาธารณะในปีพ.ศ. 2567 เนื้อหาได้รวบรวมแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณไว้จำนวน 60 แห่ง

สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ที่ว่า “ททท. เป็นผู้ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยในการสร้างประสบการณ์ทรงคุณค่าและมุ่งสู่ความยั่งยืน” ด้วยเหตุว่า การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเพื่อสร้างคุณภาพของกาย จิตใจ จิตวิญญาณ ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่ดีของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว

รูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นคุณลักษณะของการท่องเที่ยวแบบสมัยใหม่ดังที่กาญจนา แก้วเทพ (2557: 19-21) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของการท่องเที่ยวแบบสมัยใหม่ไว้ 8 ประการดังนี้

1) การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมยามว่างที่มีการคาดคะเนไว้ล่วงหน้าและเป็นการจัดแบ่งเวลาทำงานและเวลาพักผ่อนออกจากกัน รวมทั้งมีการวางแผนในแต่ละช่วงเวลาว่าจะต้องทำอะไร ไปอยู่ที่ไหน ฯลฯ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจะมีความเชื่อมสัมพันธ์กับกิจกรรมทางประเพณี ศาสนา วัฒนธรรมในแต่ละสถานที่ ดังนั้นการเดินทางจึงจำเป็นต้องมีการวางแผนอย่างชัดเจนกว่าการเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ

2) การแสดงออกว่าตนเองเป็น “นักท่องเที่ยว” ในกรณีของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณอาจปรากฏชัดเจนในรูปแบบของผู้ศรัทธาที่มาจากต่างถิ่น การเข้าร่วมพิธีกรรมร่วมกับบุคคลที่มีความศรัทธาในสิ่งเดียวกัน

3) การท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยการเดินทางออกจากบ้านไปยังจุดหมายปลายทางที่ไม่ใช่บ้าน ซึ่งต้องเป็นสถานที่ที่แตกต่างออกไป

4) การท่องเที่ยวในสถานที่ที่แตกต่างนั้นเพื่อต้องการสัมผัสกับชีวิตที่แตกต่างไปจากเวลาปกติ มีระยะเวลาพักเป็นช่วงสั้น ๆ เช่น การเข้าร่วมพิธีกรรม ประเพณี วัฒนธรรม ตามโอกาสของวันที่จัดกิจกรรมขึ้นเป็นพิเศษ

5) สถานที่ที่สนใจจะไปเที่ยวนั้นต้องไม่เชื่อมโยงกับงานหรือต้องมีความแตกต่างจากงานที่ทำเป็นประจำ

6) การท่องเที่ยวถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการเข้าสังคมที่พัฒนาควบคู่กับการเติบโตของการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งการมีปฏิสัมพันธ์ กับคนแปลกหน้าที่เป็นเพื่อนร่วมเดินทางด้วย

โดยปกติการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมักเป็นที่รวมของผู้คนที่มีความแตกต่างทางลักษณะทางประชากร แต่มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวร่วมกันบนฐานของศาสนา ความเชื่อ

7) ในโลกยุคข่าวสารข้อมูล นักท่องเที่ยวมักจะเคยได้พบเห็นสถานที่ที่จะไปท่องเที่ยวนั้น มาบ้างแล้วผ่านผลงานสื่อ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวในงานภาพยนตร์ โทรทัศน์ ซึ่งเกิดจากการประกอบสร้างความหมายผ่านสื่อ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการคิดฝันและจินตนาการถึงสถานที่นั้น ๆ ซึ่งแตกต่างจากคนปกติที่อาศัยอยู่ในสถานที่แห่งนั้น ในกรณีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมักปรากฏภาพกิจกรรม พิธีกรรม ต่าง ๆ ผ่านสื่อแพลตฟอร์มต่าง ๆ

8) กิจกรรมการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาผ่านแนวคิดเรื่อง “วิธีการจ้องมองดูแบบนักท่องเที่ยว” (Tourist gaze) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เริ่มต้นจากระดับการมองดูและให้ความหมายต่อสิ่งต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งมักมีความหมายที่แตกต่างจากมุมมองของคนในท้องถิ่น ในกรณีของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณอาจมีการเปลี่ยนสถานะจากนักท่องเที่ยวผู้เฝ้าสังเกตปรากฏการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมพิธีกรรมไปสู่ผู้ศรัทธาและร่วมกิจกรรมในพิธีกรรมได้

ในการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ข้างต้นในแง่มุมของการสื่อสารกาญจนา แก้วเทพ (2557: 170-225) ได้ทบทวนแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในสื่อสารศึกษา โดยพิจารณาจากหลักเกณฑ์ 2 แนวทางหลัก ได้แก่ การใช้องค์ประกอบพื้นฐานของการสื่อสาร (SMCR) เป็นเกณฑ์จัดแบ่งประเภทและการใช้สำนักคิดของทฤษฎีการสื่อสารเป็นเกณฑ์การแบ่งประเภทโดยมีรายละเอียดดังนี้

เกณฑ์ด้านองค์ประกอบด้านการสื่อสาร เป็นการศึกษา 2 ระดับประกอบด้วยการศึกษาองค์ประกอบแบบเดี่ยว ๆ เช่น ศึกษาเฉพาะผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร ในระดับที่ 2 เป็นระดับความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ทั้งนี้โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การศึกษาผู้ส่งสารกับการท่องเที่ยว เป็นการพิจารณาผู้ส่งสารในมิติต่าง ๆ ได้แก่ ก) ผู้ส่งสารที่ใช้กระบวนการทัศนหลากหลาย ผู้ส่งสารอาจเป็นองค์กรบริษัทนำเที่ยว ททท. พืชกรรายการท่องเที่ยว ที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว ข) ผู้ส่งสารที่ใช้กระบวนการทัศนการท่องเที่ยวกระแสหลัก มักเป็นผู้ส่งสารที่เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่หลักเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค ค) ผู้ส่งสารที่ใช้กระบวนการทัศนการท่องเที่ยวทางเลือก เป็นการท่องเที่ยวที่มีทั้งปรัชญา แนวคิด เป้าหมาย แนวทางในการดำเนินการ ผู้รับผิดชอบ ขนาด และ

ปริมาณของการท่องเที่ยว ฯลฯ ที่แตกต่างไปจากการท่องเที่ยวในกระบวนทัศน์กระแสหลัก อาจมีเป้าหมายบางประการเหมือนการท่องเที่ยวทั่วไป แต่มีคุณลักษณะเฉพาะตัวบางประการที่แตกต่างกัน เช่น การศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา และ ง) การศึกษาผู้ส่งสารกับแหล่งข้อมูลข่าวสาร เป็นการศึกษาผู้ส่งสารในโลกของสื่อ เช่น ผู้ผลิตรายการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ พิธีกรรายการสารคดีท่องเที่ยว เป็นต้น

2) การศึกษาเนื้อหาสารกับการท่องเที่ยว เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาสาระของงานสร้างสรรค์ที่ปรากฏในสื่อท่องเที่ยวประกอบด้วยประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ ก) ปริมาณพลเรื่องการท่องเที่ยว เป็นประเด็นเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในโลกความเป็นจริงกับเนื้อหาสาระที่สื่อเลือกนำเสนอ ข) ประเภทของเนื้อหา เป็นการมุ่งหาคำตอบว่ามีเนื้อหาอะไรบ้างที่สื่อนำเสนอ ค) ประเภทของรูปแบบ เป็นการศึกษาวิธีการจัดประเภทของรูปแบบการนำเสนอ เช่น ประเภทเรื่องจริงได้แก่รายการสารคดี ประเภทเรื่องแต่ง ได้แก่ ละคร การ์ตูน หรือเนื้อหาประเภทกึ่งเรื่องแต่งกึ่งเรื่องจริง เป็นต้น ง) วิชานำเสนอเนื้อหา เป็นการวิเคราะห์วิธีการนำเสนอเนื้อหา วิธีการเล่าเรื่อง เช่น การนำเสนอที่เต็มไปด้วยอารมณ์ความรู้สึก หรือการนำเสนอเชิงละคร “Drama/Dramatized” จ) การศึกษาระดับความหมายของเนื้อหาเป็นการวิเคราะห์ความหมายทั้งในระดับพื้นผิวและความหมายในระดับสัญลักษณ์ตามแนวทางของแนวทางการศึกษาเชิงสัญลักษณ์วิทยา ฉ) การวิเคราะห์เนื้อหาในสื่อ โดยมุ่งประเด็นรายละเอียดในมิติต่าง ๆ เช่น ประเภทรายการ พิธีกร เจ้าของพื้นที่ มิติเรื่องเวลา มิติเรื่องพื้นที่ กิจกรรมที่ทำ รสนิยม การวิเคราะห์ผู้ชม เป็นต้น

3) การศึกษาผู้รับสารกับการท่องเที่ยว เป็นการศึกษาผู้ชมรายการที่มีความแตกต่างไปตามแนวคิดที่อยู่เบื้องหลังการศึกษา ประกอบด้วย ก) การศึกษาเฉพาะผู้รับสาร เพื่อให้เข้าใจคุณลักษณะของผู้รับสาร แรงจูงใจในการเปิดรับข่าวสาร ข) ผู้รับสารกับกระบวนทัศน์ท่องเที่ยว จำแนกเป็นการท่องเที่ยวกระแสหลักกับกระบวนทัศน์การท่องเที่ยวแบบทางเลือก ค) ผู้รับสารกับองค์ประกอบอื่น ๆ มักศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารกับองค์ประกอบทางการสื่อสารอื่น ๆ

4) การศึกษาสื่อกับการท่องเที่ยว เน้นประเด็นเกี่ยวกับประเภทของสื่อที่ใช้เพื่อการสื่อสาร การท่องเที่ยวได้แก่ สื่อมวลชน สื่อชุมชน สื่อพื้นบ้าน สื่อใหม่ สื่อวัตถุ สื่อสถานที่ สื่อเฉพาะกิจ สื่อเฉพาะกาล สื่อเฉพาะกลุ่ม สื่อกิจกรรม สื่อบุคคล เครือข่ายการสื่อสาร เป็นต้น

ในการศึกษาเนื้อหาและวิธีการสร้างมโนทัศน์ของภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณนี้ เป็นการศึกษาเนื้อหาในฐานะตัวบท (text) ของการสื่อสาร เมื่อสารได้เผยแพร่สู่

สาธารณชนแล้ว การตีความของสาธารณชนย่อมมีความแตกต่างหลากหลายนำสู่การศึกษาผู้รับสาร ในฐานะที่เป็นผู้ใช้สื่อเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวบนแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ก่อให้เกิดพลวัตทางการสื่อสารในกลุ่มสังคมต่าง ๆ ที่มีความสนใจเนื้อหาในเรื่องแนวเดียวกัน

ในมิติของการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ มีความละม้ายกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศาสนาหรือการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม โดยมีรูปแบบเป็นการเฉพาะที่นักการสื่อสารจะต้องแยกแยะความแตกต่างเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้สื่อได้อย่างเหมาะสม ชนัญ วงษ์วิภาค (2560) ได้กล่าวถึง บทบาทหน้าที่ทั้งที่เด่นชัดและที่แฝงเร้นของการท่องเที่ยวทางจิตวิญญาณไว้ 4 ประการ ดังนี้

1) การได้เดินทางไปร่วมประกอบกิจพิธีในเทศกาลต่าง ๆ เป็นการแสดงออกถึงความสามัคคีของผู้คนในสังคมที่ร่วมแรงร่วมใจกันสร้างให้บังเกิดผลงานที่เป็นสาธารณประโยชน์ ในกรณีของการท่องเที่ยวที่เป็นหมู่คณะเพื่อไปร่วมเทศกาลงานบุญ สภาวะเช่นนี้ก็สะท้อนความเป็นอันหนึ่งเดียวกันของหมู่คณะที่จูนเจือกันอยู่เสมอทั้งในยามปกติและในช่วงวิกฤติ

2) การที่สังคมกำหนดให้มีเทศกาลงานบุญต่าง ๆ เกือบตลอดปี เท่ากับเปิดโอกาสให้สมาชิกในสังคมได้ผ่อนคลายความตึงเครียดอันเกิดจากการประกอบภารกิจงานประจำ ในคราวที่มีงานฉลอง ผู้คนจะได้สนุกสนานรื่นเริง ทั้งกายและใจ ในวาระเทศกาลจะได้กินอาหารดี ๆ จะได้นุ่งห่มด้วยเสื้อผ้าอาภรณ์ที่แตกต่างไปจากการนุ่งห่มในชีวิตประจำวัน

3) ในกรณีของเทศกาลที่เกี่ยวข้องในศาสนา ความเชื่อ ก็จะเห็นได้ว่าการประกอบพิธีด้วยการเช่นไหว้ ได้ช่วยผ่อนคลายความวิตกกังวลที่ผู้คนมีต่อภูติผีและวิญญาณ การนำข้าวปลาอาหารและเครื่องใช้ต่าง ๆ ไปเช่นไหว้เท่ากับได้แสดงถึงความหมดพ้นระซ้อผูกมัดในขวบปีที่ผ่านมา ขณะเดียวกันก็หวังความคุ้มครองป้องกันให้กับชีวิตและทรัพย์สิน อีกทั้งยังคาดหวังสิ่งศักดิ์สิทธิ์จะได้บันดาลให้ตนประสบความสำเร็จในการทำมาหากินสืบไป

4) การตอบสนองความเชื่อที่เข้าข่ายศาสนาและไสยศาสตร์ ทั้งนี้การกระทำที่เนื่องในศาสนาเป็นการกระทำที่หวังผลระยะยาวในเรื่องของโลกหน้า ซึ่งผู้คนมีความเชื่อเรื่องนรก สวรรค์ โดยเชื่อว่าผลของการกระทำในโลกนี้จะสะสมส่งผลให้เกิดผลในโลกหน้า เทศกาลงานบุญที่ประกอบ

ร่วมกันที่วัดส่วนใหญ่เข้าข่ายศาสนา ในขณะที่พิธีกรรมจำนวนหนึ่งที่มีในเทศกาลต่าง ๆ มีลักษณะเป็นไสยเวทย์ คือหวังว่าพิธีกรรมที่ประกอบไปแล้วจะบังเกิดผลในเร็ววัน

Poggendorf (2023) เสนอว่าการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยกระบวนการทัศนของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณสามารถจำแนกได้สองลักษณะคือ การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณแบบดั้งเดิม (Traditional spiritual tourism) และการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณกระบวนการทัศนใหม่ (New spiritual tourism paradigm) แต่ทั้งสองลักษณะดังกล่าวยังคงอยู่ภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งมีพื้นฐานบนหลักความสมดุลระหว่างสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจบนโลกทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังคำนึงถึงสมดุลระหว่างโลกภายนอกของแหล่งท่องเที่ยวกับจิตใจของผู้คน

Poggendorf (2023) ได้ประมวลความหมายของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ โดยชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจะต้องมีองค์ประกอบทางด้านจิตใจของนักท่องเที่ยวในแง่ของการรู้จักตัวเอง การมีสุขภาวะที่ดีทางด้านร่างกายและจิตใจ ร่วมกับการผสมผสานกลมกลืนกับการวิถีการท่องเที่ยวในทางกายภาพ รูปแบบดังกล่าวมีความครอบคลุมทั้งการท่องเที่ยวสถานที่ทางศาสนาและจิตวิญญาณ การแสวงบุญเพื่อตอบสนองต่อความศรัทธาทางศาสนาและความเชื่อ ซึ่งเป็นวิถีการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณแบบดั้งเดิม รวมถึงรูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเช่น สปาบำบัด การรักษาด้วยสมุนไพร กิจกรรมโยคะ การนวด การฝังเข็ม เป็นต้น ซึ่งเป็นกระบวนการทัศนของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณแบบใหม่ที่ถูกจัดขึ้นโดยสถานบริการท่องเที่ยวประเภทโรงแรม สถานบริการสุขภาพ เป็นต้น สถานที่เหล่านี้มักตั้งอยู่ในสถานที่ที่มีนัยของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ เช่น เป็นสถานภูมิทัศน์ที่งดงาม สถานที่มีพลังดึงดูดใจ (power-spots) ซึ่งมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในมิติเรื่องความสุข Poggendorf (2023) จำแนกไว้สองมิติคือ ความสุขภายนอก (external happiness) และความสุขภายใน (internal happiness) โดยความสุขภายนอกเป็นแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความสุขกับการทัศนศึกษาชม สถานที่ (sightseeing) มีความพึงพอใจกับลักษณะทางกายภาพของสถานที่ที่ไปเยี่ยมชม ในขณะที่ความสุขภายใน เป็นความสุขจากประสบการณ์ที่มีความหมายและควรค่าต่อความทรงจำ มีภาวะจิตใจที่สุขสงบ โดยแนวโน้มของการท่องเที่ยวเพื่อความสุขภายในปรากฏผ่านประสบการณ์เกี่ยวกับจิตบำบัดเช่น การทำสมาธิ โยคะ เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณทั้งรูปแบบกระบวนการทัศนแบบดั้งเดิมและแบบใหม่ ตั้งอยู่บนฐานแนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยมีรากฐานของการใช้ภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม การอนุรักษ์ที่กลมกลืนประสานสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิตชุมชน เพื่อความยั่งยืนในระยะยาว ในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณแบบใหม่เน้นความสงบของจิตใจสู่การเชื่อมโยงกับโลกภายนอกอย่างสมดุล จึงกล่าวได้ว่าเป็นความบรรสานสอดคล้องระหว่างโลกทางกายภาพ อารมณ์ และมิติด้านจิตวิญญาณของนักท่องเที่ยว โดยจำแนกตามลำดับได้ดังนี้คือ 1) ลำดับด้านเรือนร่าง ซึ่งเป็นหน้าที่ทางกายภาพของร่างกาย 2) ระดับจิตใจ ทั้งด้านอารมณ์และความคิด 3) ระดับจิตวิญญาณ การบูรณาการทั้งสามระดับจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ที่น่ากาย จิต ผสานกลมกลืนกับโลกทางกายภาพ นั่นคือการพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน

Poggendorf (2023) ได้เสนอแนะจากผลการศึกษาคุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณทั้งแบบดั้งเดิมและแบบใหม่ โดยเป็นผลมาจากการหาลักษณะร่วมของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณทั้งในญี่ปุ่นและในยุโรป ดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณแบบดั้งเดิม จะคุณลักษณะประกอบด้วย การเป็นจุดท่องเที่ยวทางศาสนา (religion spots) เป็นสถานที่ที่เป็นแหล่งมรดกทางการท่องเที่ยว (heritage tourism) ตัวอย่างแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวในออสเตรียที่ได้รับการประกาศเป็นแหล่งมรดกโลก เช่น “Benediktinerstift Gottweig” เป็นศาสนสถานที่ตั้งอยู่บนยอดเขาติดกับแม่น้ำดานูบ เป็นสถานที่ให้สาธุชนเข้าสักการะบูชา มีกิจกรรมสวดมนต์ในช่วงเที่ยงของแต่ละวัน นักท่องเที่ยวสามารถร่วมกิจกรรมการสวดมนต์ได้ รวมทั้งกิจกรรมการเข้าพักเพื่อร่วมประกอบศาสนกิจได้ สถานที่นี้จึงเป็นทั้งเส้นทางเดินเขาศึกษาธรรมชาติและเส้นทางแสวงบุญ

ตัวอย่างในประเทศญี่ปุ่นเช่น “Grand Shrine of Nachi” หรือ “Kumano Nachi Taisha” เป็นศาสนสถานในลัทธิชินโตและศาสนาพุทธ ที่ได้รับการประกาศเป็นมรดกโลก ตั้งอยู่ในเขตภูเขาที่เก่าแก่และเชื่อว่ามีพลังศักดิ์สิทธิ์ แวดล้อมด้วยภูมิทัศน์ธรรมชาติงดงามและแหล่งน้ำตก Nachi ซึ่งเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ เป็นสถานที่ที่มีพลังดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก นักท่องเที่ยวที่มาเยือนจำแนกได้เป็นสามกลุ่มได้แก่ กลุ่มเยี่ยมชมในฐานะที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวมรดกโลก กลุ่มผู้มีความศรัทธาและความเชื่อ เพื่อมาบูชาเทพเจ้าของ Kumano ทั้ง 12 พระองค์ และกลุ่มเพื่อเข้าร่วมในพิธีกรรมสักการะบูชา ณ น้ำตก Nachi ทั้งสามกลุ่มนี้มิได้มีความตายตัว กล่าวคือสามารถเปลี่ยนประเภทได้เมื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณแบบดั้งเดิมมีคุณลักษณะร่วมที่สำคัญคือมี “special aura” เป็นกลิ่นอายพิเศษที่มีพลังดึงดูดใจ (attraction) บนฐานความเชื่อและความเป็นต้นฉบับดั้งเดิมแบบแท้จริง (authenticity) การได้รับประกาศให้เป็นพื้นที่มรดกโลก (ระดับสากล) มีจารีตวิถีปฏิบัติทางวัฒนธรรมมาอย่างต่อเนื่องยาวนาน แต่ก็ยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน มีสถานที่สวยงาม มีเนื้อหาและหลักคำสอนทางศาสนาหรือลัทธิที่ชัดเจน มีนัยสำคัญทางประวัติศาสตร์ กฎหมายปกป้องคุ้มครอง องค์ประกอบทั้งหมดนี้ทำให้สถานที่มีความโดดเด่นและมีความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม

ในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณแบบใหม่ เป็นสถานที่ที่มีคุณลักษณะด้านความสวยงามและความสงบสุข (tranquility) ทั้งภายในและภายนอก องค์ประกอบหลักยังคงมีลักษณะเดียวกับสถานที่ท่องเที่ยวทางจิตวิญญาณแบบดั้งเดิม เพียงแต่ระดับความเข้มข้นลดทอนลงได้ อย่างไรก็ตามในประเด็นสถานที่ตั้ง ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญคือ เอื้อต่อการเดินทางและมีกิจกรรมที่เสริมสร้างสมดุลทางจิตใจ ตัวอย่างเช่น “Mediation House” ในเยอรมัน จัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณแบบใหม่ในรูปแบบของโรงแรมเพื่อการเสริมสร้างสุขภาวะทั้งทางกายและจิตใจ สถานที่มีความสงบเงียบ ให้ความรู้สึกละวางท่ามกลางสภาพแวดล้อมแบบชนบท ท่ามกลางทุ่งหญ้าและภูเขาสูง มีกิจกรรมฝึกสมาธิ โยคะ ชี่กง และเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ ให้ความสุขสงบจากภายในจิตใจ การออกแบบอาคารใช้แนวคิดसानกลมกลืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในแนวคิดกระบวนทัศน์แบบใหม่คือ โอกาสของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่ผู้คนหันมาใส่ใจในเรื่อง สมดุลของสุขภาพกายและจิตเพื่อจิตวิญญาณที่สงบสุข ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวตามกระบวนทัศน์ใหม่นี้ได้เริ่มขึ้นในประเทศไทยเช่น “The Soul Luxury Wellness and Mindfulness Resort” จังหวัดสระบุรี มีสถานที่ตั้ง ณ เขื่อนเขาหินปูนที่เชื่อมโยงกับความศักดิ์สิทธิ์ด้วยพลังแห่งรอยพระพุทธรบาท เน้นวิถีแห่งสติและการเคารพในวัฒนธรรมประเพณี มีกิจกรรมที่เสริมสร้างสุขภาวะเพื่อสมดุลทางร่างกาย จิตใจและจิตวิญญาณ

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2564) กล่าวว่า องค์การการท่องเที่ยวโลก แห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในฐานะเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ความรับผิดชอบต่อสังคม และความเท่าเทียม ภายใต้จรรยาบรรณด้านการท่องเที่ยวของโลก เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณสามารถสร้างให้เกิดความเข้าใจและยอมรับในความ

หลากหลายและความแตกต่างของวัฒนธรรม และสามารถกระตุ้นให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นในระดับบุคคลควบคู่กับการบรรลุเป้าหมาย

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและจิตวิญญาณ เป็นกิจกรรมที่จะมีบทบาทสำคัญหลังจากวิกฤติโควิด-19 ทั้งนี้รูปแบบของการปลีกวิเวกเพื่อสร้างเกราะคุ้มกันตามธรรมชาติ ถือเป็นแกนหลักของการท่องเที่ยวที่เป็นองค์รวมทั้งร่างกาย ใจ และจิตวิญญาณ นับเป็นโอกาสอันดีของธุรกิจการท่องเที่ยวเศรษฐกิจฐานรากในชนบท ที่ต้องพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ประสานระหว่างจิตวิญญาณ โดยมีองค์ประกอบทั้งในเรื่องของความเชื่อและความศรัทธา กิจกรรมฟื้นฟูสุขภาพทั้งกายและใจที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่น

อย่างไรก็ตาม การศึกษาของศูนย์ส่งเสริมการนำเข้า กระทรวงการต่างประเทศของประเทศเนเธอร์แลนด์พบว่า แนวโน้มของนักท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณของยุโรปที่เดินทางไปในประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ไม่มีความเชื่อ เดินทางไปสถานที่สำคัญทางศาสนาหรือที่เกี่ยวกับการเคารพบูชา เพราะเป็นสถานที่ที่มีความโดดเด่นทางวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์และความสวยงามทางสุนทรียศาสตร์

ในกลุ่มของนักท่องเที่ยวประชาคมอาเซียน การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่เกี่ยวข้องกับศาสนาและวัฒนธรรมนับได้ว่ามีความสำคัญกับนักท่องเที่ยวอาเซียนเนื่องจาก ประชาคมอาเซียนมีฐานความคิดความเชื่อ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะพุทธศาสนามีศาสนสถานโบราณสถาน ที่เป็นแหล่งดึงดูดใจให้ผู้คนไปสักการะเยี่ยมชม โดยเฉพาะแหล่งทางวัฒนธรรมที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมของ UNESCO ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของวิถีชีวิต ความเชื่อและวัฒนธรรมเป็นจำนวนมาก

ในอีกแง่มุมหนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ มีความสัมพันธ์กับการสร้างคุณภาพทางกาย ใจ และจิตวิญญาณ โดยมีร่างกายที่ดีเป็นฐานของอารมณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่โลกของการสื่อสารแพลตฟอร์มดิจิทัลได้ทำให้ผู้ใช้สื่อสามารถเป็นผู้สร้างเนื้อหาและร่วมแบ่งปันทัศนะและเรื่องราวได้ เนื่องจากวิธีการถ่ายภาพไม่ซับซ้อนเหมือนในอดีต Sammon (2019) เรียกแนวทางของการถ่ายภาพดังกล่าวนี้ว่า “Photo therapy” ซึ่งมีนัยของการเชื่อมโยงกับการบำบัดโรค (therapy) โดยมีความเกี่ยวข้องกับการแสดงออกทางด้านความรู้สึก อารมณ์ และการเยียวยารักษา ซึ่งต้องอาศัยพลังจากแรงบันดาลใจและแรงจูงใจในการที่จะทำให้บุคคลมีสุขภาพที่ดี

Sammon (2019) เสนอว่า กิจกรรมการถ่ายภาพเป็นวิธีการหนึ่งของการจิตบำบัดโดยเรียกกระบวนการนี้ว่า “photo psychology” โดยเริ่มต้นตั้งแต่กระบวนการคิด การลงมือบันทึกภาพและกระบวนการตกแต่งภาพ ทั้งนี้เพื่อมุ่งอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างจิตวิทยากับการถ่ายภาพ ทั้งนี้กระบวนการดังกล่าวมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ (Three Ps) ได้แก่ 1) ความหลงใหล (Passion) 2) ความยืดหยุ่นมุ่งมั่น (Persistence) 3) การลงมือปฏิบัติ (Practice) หลักการดังกล่าวนำไปสู่ประเด็นที่ผู้ใช้และสร้างสรรค์เนื้อหาบนแพลตฟอร์มดิจิทัลควรพิจารณาในประเด็นต่อไปนี้

1) การตั้งคำถามกับตัวเองว่า ภาพถ่ายของเรามีความหมายกับตัวเราอย่างไร เช่น บทบาทในชีวิตในแง่มุมต่างๆ เช่น สนองตอบต่อความต้องการสำรวจโลกรอบตัว การสื่อสารแนวคิด กิจกรรมทางสังคม ความสนุกเพลิดเพลิน ความรักความรู้สึกผูกพัน คุณค่าทางศิลปะ เป็นต้น

2) การพัฒนางานภาพถ่ายเพื่อการบำบัดโรค ต้องมุ่งมั่นพัฒนาจากการบันทึกภาพสู่การยกระดับให้เป็นงานศิลปะ

3) กิจกรรมการถ่ายภาพสามารถช่วยพัฒนาร่างกายและจิตใจสู่การเป็นผู้ที่มีสุขภาพดีและการเป็นผู้มีสำนึกเรื่องสุขภาวะ

4) การนำตนเองสัมผัสสู่ธรรมชาติเป็นรากฐานของสุขภาวะที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี

5) ประสบการณ์ใหม่ได้รับการนำเข้าสู่วงจรชีวิต เปลี่ยนวิธีการมองโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อได้มีโอกาสแบ่งปันเรื่องราวดีๆ ผ่านภาพถ่ายสู่ผู้อื่น

6) สร้างโลกในแบบของตัวเอง คิดเป็นภาพอย่างสร้างสรรค์ (Creative visualization) จินตนาการผลลัพธ์ของภาพถ่ายก่อนที่จะลงมือถ่ายภาพ เติมเต็มอารมณ์ความรู้สึกของเรื่องราวอย่างสร้างสรรค์

7) การแยกแยะระหว่างการมอง (Looking) ซึ่งเป็นระบบประสาทรับสัมผัสกับการเห็น (Seeing) ที่ผ่านกระบวนการตีความหมายทั้งในเชิงความหมายและองค์ประกอบเชิงสร้างสรรค์

8) พึงตระหนักว่า การเรียนรู้และพัฒนาทักษะทางการถ่ายภาพคือ การยกระดับคุณภาพของสุขภาพทั้งสุขภาพกายและจิต การถ่ายภาพเป็นกระบวนการของการสร้างความเพลิดเพลินให้กับชีวิต

9) การบำบัดรักษาด้วยภาพถ่าย (Photo therapy) เป็นกระบวนการที่เกิดจากการถ่ายทอดผลงานภาพถ่ายสู่สื่อสังคม แต่ต้องไม่เผยแพร่อย่างพร่ำเพรื่อจนทำให้เกิดความซ้ำงานภาพถ่ายสูญเสียคุณค่าทางการสื่อสาร

จากแนวคิดดังกล่าว อาจกล่าวได้ว่าการถ่ายภาพท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณกับกระบวนการสร้างสรรค์ภาพถ่าย เป็นกระบวนการเริ่มต้นสมดุลของชีวิต ความสงบสุขต้องเริ่มต้นจากตัวผู้บันทึกภาพเพื่อการแบ่งปันบนแพลตฟอร์มดิจิทัล จากนั้นจึงนำตัวเองออกเชื่อมโยงกับระบบนิเวศเชิงสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อมุ่งสู่การค้นพบความแตกต่างของวิถีโลกสู่วิถีธรรม วิถีแห่งศรัทธา และวิถีแห่งตัวตน เมื่อเราเข้าใจโลกรอบตัวยิ่งขึ้น เข้าใจเพื่อนมนุษย์มากขึ้น เราจะสามารถสื่อสารภาวะสันติสุขไปยังผู้อื่นได้

แนวคิดเรื่องการสื่อสารการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณนี้ ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการเข้าสู่ปัญหานำวิจัย การกำหนดขอบเขตประเภทเนื้อหาของภาพถ่ายที่ใช้ในการศึกษาและเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาภาพถ่ายการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณต่อไป

2.2 แนวคิดเรื่องปรัชญาชีวสมาสัย (Philosophy of symbiosis)

Kurokawa (1994) ได้เสนอแนวคิดเรื่องหลักปรัชญาชีวสมาสัยหรืออาจเรียกว่าเป็นหลักของปรัชญาว่าด้วยความสัมพันธ์ที่แยกจากกันไม่ได้ (Philosophy of Symbiosis) ปรัชญานี้เป็นหลักแนวคิดที่ได้รับอิทธิพลจากคำสอนทางพุทธศาสนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งคำอธิบายเรื่อง “เหตุปัจจัยสัมพันธ์” ซึ่งพิจารณาว่าสรรพสิ่งมีความเชื่อมโยงต่อกันเป็นองค์รวมของวิถีชีวิตจนถึงระดับจักรวาล หลักปรัชญาดังกล่าวเริ่มต้นจากการเสนอว่า ทุกวันนี้กระแสปรัชญาแนวคิดของผู้คนได้ให้ความสำคัญกับหลักแห่งชีวิต (Age of Life Principle) มากขึ้นกว่าในยุคศตวรรษที่ 20 ซึ่งเป็นยุคหลักแห่งจักรกล (Age of Machine) โดยได้เสนอว่าสังคมปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทัศน์ (paradigm) จากมุมมองแบบจักรกลสู่มุมมองที่ยึดหลักแห่งชีวิต Kurokawa (1994) เสนอว่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในมิติต่าง ๆ ในทุกวันนี้ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม

ปรัชญา ศิลปะและวัฒนธรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระดับแก่นโครงสร้าง และเชื่อว่าใน ยุคศตวรรษที่ 21 จะเกิดการเปลี่ยนกระบวนทัศน์ (paradigm shift) เกี่ยวกับการจัดระเบียบโลกใหม่ จากมิติต่าง ๆ 5 มิติดังนี้

1) การเปลี่ยนแปลงวิธีคิดจากลัทธิที่เน้นความคิดแบบตะวันตก (Eurocentrism) สู่อารมณ์ความรู้สึกแบบตะวันออก (Eurocentrism) การผสมผสานปรัชญาแนวคิดและกระบวนการทางวัฒนธรรมที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงกรอบแนวคิดจากที่เคยยึดเหตุผลนิยม (Logocentrism) และทวินิยม (Dualism) ซึ่งเป็นหลักตรรกะที่ต้องตัดสินเลือกหรือถูกผิดอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเด็ดขาดสู่ลัทธิพหุนิยม (Pluralism) ที่ยอมรับความหลากหลายของทัศนียภาพ (perspective) และนำสู่ความสัมพันธ์ที่แยกจากกันไม่ได้ (symbiotic relationship) ของค่านิยมที่หลากหลาย

แนวคิดเป็นตรรกะดั้งเดิมแบบตะวันตกที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นหลักแห่งจักรกลคือ ลัทธิทวินิยมที่มองลักษณะความสัมพันธ์แบบคู่เช่น บางส่วน-ทั้งหมด เนื้อหนัง-จิต วิทยาศาสตร์-ศิลปะ ความดี-ความชั่ว เป็นต้น โดยความสัมพันธ์แบบคู่นี้มีการปฏิเสธความกำกวมและความคลุมเครือ (Vague Zones and Multivalent Zones) ในทางตรงข้าม หลักปรัชญาความสัมพันธ์ที่แยกจากกันไม่ได้ ยอมรับการมีอยู่ทั้งสิ่งที่เป็นคู่ตรงกันข้ามและส่วนที่เป็นความคลุมเครือหรือส่วนที่เป็นการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่างรวมทั้งส่วนที่ไร้ระเบียบ (chaotic / irrational)

ความเปลี่ยนแปลงของวิธีคิดดังกล่าวสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของกิจกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเนื่องจากเป็นรูปแบบของการแสวงหาคุณลักษณะระหว่างองค์ประกอบที่ แตกต่างหลากหลายโดยไม่ใช้การเลือกอย่างใดอย่างหนึ่งของสิ่งที่เป็นคู่ตรงกันข้าม เป็นรูปแบบของ การแสวงหาคุณลักษณะของกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ ซึ่งเป็นเหตุปัจจัยสัมพันธ์ต่อกันทั้งในแง่ตัวตน ของบุคคลและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณโดยไม่ได้แบ่งแยกศาสนาหรือการกีด กันหลักคำสอนที่แตกต่าง หากแต่คือการประสานสัมพันธ์เป็นสายใยของชีวิตกับธรรมชาติที่มีอาจ แยกจากกันได้

2) การเปลี่ยนแปลงความคิดที่ยึดถือลัทธิมานุษยวิทยา (Anthropocentrism) ซึ่งเป็น แนวคิดที่ว่ามนุษย์เป็นศูนย์กลางของจักรวาลสู่แนวคิดเชิงนิเวศวิทยา ซึ่งเป็น ความสัมพันธ์ที่แยก จากกันไม่ได้ของความหลากหลายทางชีวภาพระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ทัศนียภาพนี้ สอดคล้องกับรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่นักท่องเที่ยวลดอัตตาตนแล้วโน้มมาทาง

และจิตใจสู่การสร้างสัมพันธ์ภาพกลมกลืนกับธรรมชาติบนฐานคิดของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อโลก เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดี

3) การเปลี่ยนแปลงจากสังคมอุตสาหกรรมสู่สังคมสารสนเทศ ซึ่งวิถีชีวิตของผู้คนผูกติดกับการบริโภคข้อมูลข่าวสาร ซึ่งสื่อสมัยใหม่เป็นกลไกหนึ่งของการขับเคลื่อนสู่ (และผ่าน) ยุคสังคมข่าวสาร ตลอดจนถึงยุคสังคมหลังสมัยใหม่ (Postmodern Society) ความเปลี่ยนแปลงของแนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับกระบวนทัศน์ใหม่ของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่มีการขยายขอบเขตของกิจกรรมการท่องเที่ยวและทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวจากศาสนสถานสู่ธุรกิจการท่องเที่ยวสมัยใหม่รูปแบบต่าง ๆ เช่น โรงแรมที่พักที่ตั้งอยู่ในแหล่งธรรมชาติที่มีกิจกรรมเพื่อการพัฒนาร่างกายและฟื้นฟูจิตใจสู่สภาวะที่มีคุณภาพ

4) การเปลี่ยนแปลงจากการยึดลัทธิสากลนิยม (Universalism) สู่ยุคของความสัมพันธ์ที่แยกจากกันไม่ได้ขององค์ประกอบที่หลากหลาย แนวคิดนี้เชื่อว่า เทคโนโลยีซึ่งเป็นหลักแห่งจักรกลไม่สามารถหล่อหลอมให้โลกเป็นหนึ่งเดียวกันได้อันเนื่องมาจากมิติทางวัฒนธรรมประเพณีที่ยังคงดำรงอยู่อย่างเหนียวแน่น ดังนั้น ผู้คนจะสร้างอัตลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวิถีการดำรงชีวิตดั้งเดิมของเขา ตัวอย่างเช่น ชุมชน China Town / Little India ที่มีอยู่ทั่วโลกล้วนสามารถรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนได้เป็นอย่างดี และสามารถปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมของชุมชนหลักที่พวกเขาอาศัยร่วมอยู่ได้ แนวคิดนี้สอดคล้องกับสภาพกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่ยอมรับวิถีปฏิบัติของผู้คนบนวัฒนธรรมที่แตกต่างแต่มีผลจุดหมายปลายทางร่วมกันคือคุณภาพสู่ความสงบสุข นักท่องเที่ยวพร้อมสำหรับการเรียนรู้และปรับตัวสู่วิถีวัฒนธรรมที่แตกต่างที่ตนเองเข้าไปสัมผัส โดยส่วนหนึ่งได้เปลี่ยนตนเองจากผู้สังเกตปรากฏการณ์ต่างวัฒนธรรมสู่ความศรัทธาและการร่วมปฏิบัติที่เป็นหนึ่งเดียวกันกับชุมชนรวมทั้งศาสนกิจที่แตกต่างหากว่ากิจกรรมนั้นไม่ขัดต่อหลักปฏิบัติตามบทบัญญัติของศาสนาของตน

5) การเปลี่ยนแปลงจากยุคของเครื่องจักรสู่ยุคของหลักแห่งชีวิต ซึ่งเป็นหลักที่เชื่อว่า ชีวิตเป็นผลของสารสนเทศทางพันธุกรรม (Genetic Information) ที่ได้รับการถ่ายทอดผ่าน DNA ซึ่งมีความหลากหลายและก่อให้เกิดอัตลักษณ์ของตนเอง ในทางการสื่อสารอาจเรียกตัวรหัสตัวกำกับนี้ว่า “genetic code” เป็นระบบการจัดการกับสัญญาณใด ๆ ที่เป็นสิ่งเร้าต่อประสาทสัมผัสเช่น ความไวในการรับรู้ของสมองจากการเห็นรูปวัตถุหรือสัญญาณที่ตั้งอยู่ระหว่างแสงสีหรือตัวสีที่เป็นคู่สีตรงข้าม ความสามารถในการจำแนกภาพวัตถุ (figure) ออกจากกลุ่มภาพพื้น (ground) เป็นต้น ทั้งนี้รหัสทางพันธุกรรมเป็นความสัมพันธ์ที่แยกจากกันไม่ได้กับรหัสทางสังคม (Social Code) ซึ่งเป็น

ผลมาจากกระบวนการสังคมประกิต (Socialization) ในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นคุณลักษณะของรหัสทางสังคมที่มุ่งสู่การดำรงอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข ในขณะที่เป้าหมายในการสร้างคุณภาพของกายและจิตใจเป็นกลไกรหัสทางพันธุกรรมภายในคนที่มนุษย์มีโดยพื้นฐาน หากแต่สภาพแวดล้อมที่วุ่นวายทางโลกอาจไม่เอื้ออำนวยต่อรหัสพันธุกรรมแห่งความสงบสุขจะควบคุมร่างกายและจิตใจได้เท่าที่ทนจนเมื่อถึงจังหวะเวลาของการฝึกตนจะทำให้หลักแห่งชีวิตที่ความเด่นชัดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

แนวคิดหลักความสัมพันธ์ที่แยกจากกันไม่ได้ในฐานะที่เป็นหลักปรัชญาชีวสมาสัย เป็นแนวคิดที่มีอิทธิพลอย่างมากในประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากมีความสอดคล้องกับหลักการดำเนินชีวิตที่ผสมกลมกลืนกับสภาพธรรมชาติ ประกอบกับประเทศญี่ปุ่นมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณอยู่ทั่วประเทศ แนวคิดปรัชญาชีวสมาสัยได้เป็นคำสำคัญที่พบในสาขาวิชาต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นตั้งแต่ในยุคอย่างเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 โดยมีรากฐานมาจากปรัชญาพุทธที่อธิบายถึงความสัมพันธ์ของสรรพสิ่งในฐานะที่เป็นเหตุปัจจัยสัมพันธ์ต่อกันของทุกเรื่องตั้งแต่การเกิด การดำรงอยู่ และการดับสูญ

แนวคิดของปรัชญาชีวสมาสัยที่มีพลังอธิบายการสื่อสารและการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่สำคัญประการหนึ่งคือ หลักปรัชญาที่อธิบายถึงการดำรงอยู่ร่วมกันอย่างสมานฉันท์กลมกลืน และเกี่ยวเนื่องซึ่งกันและกันของความสัมพันธ์ที่แยกจากกันไม่ได้ของสรรพสิ่งที่หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสัมพันธ์ของรูปแบบของกาล (space) และเวลา (time) ที่เชื่อมโยงกับแนวคิดเรื่องสุนทรียภาพของรหัสเชิงคู่ (Aesthetic of Double Code) ที่มองว่า “กาลและเวลา” เป็นสุนทรียภาพในแบบคลุมเครือระหว่าง “wabi” และ “sabi” ว่าเป็นความคลุมเครือ (ambiguous) และเป็น “symbiotic aesthetic” ซึ่งห่อหุ้มไว้ด้วยความยิ่งใหญ่สง่างาม (splendor) และความเรียบง่าย (simplicity) เป้าหมายของสุนทรียะแบบนี้คือ รหัสที่คลุมเครือ (Ambiguous Code) ที่ซึ่งสัญลักษณ์สองอย่างปรากฏอยู่ร่วมกัน พร้อม ๆ กัน โดยมีทั้งความขัดกันและความคาบเกี่ยวกัน เช่นเดียวกับลักษณะของความโหยหาอดีต (Nostalgia) ในขณะที่อยู่กับปัจจุบันขณะ ในโลกที่เคยเป็นจริงในอดีตและในความทรงจำ รวมถึงประสบการณ์ที่ได้ผ่านพ้นไปแล้ว

แนวคิด “wabi” และ “sabi” และสุนทรียภาพของรหัสเชิงคู่ เป็นแนวคิดสำคัญที่ใช้อธิบายสุนทรียภาพของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในแง่ของการออกแบบสถานที่ประกอบกิจกรรมทั้งในเชิงพิธีกรรมและการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานที่ที่มีคุณค่าทางด้านโบราณคดี การเป็นสถานที่ที่มีมาอย่างยาวนานทำให้เกิดร่องรอยที่สื่อสภาวะมนต์ขลังของแหล่งท่องเที่ยวได้ดี เช่น การออกแบบการจัดแสงสว่างแบบสลัว ๆ การคงไว้ซึ่งร่องรอยอันเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงการผ่านกาลเวลา

มาอย่างยาวนาน Tanizaki Jun (อ้างถึงใน Kurokawa, 1994) ได้กล่าวยกตัวอย่างเกี่ยวกับงานไม้ที่ประดับด้วยเงินและทอง ก่อเกิดความรู้สึกที่แวววาวเกินสมควรในยามเวลาปกติซึ่งแลดูไม่ค่อยงามนัก หากแต่ยามต้องแสงเทียนหรือแสงตะเกียงกลับได้ภาพในอีกมิติหนึ่ง กลายเป็นภาพที่แลดูสลับ ๆ งดงาม ภูมิฐาน เก๋ไก๋ นั่นคือผู้สร้างสรรค์เข้าใจถึงวิธีการที่วัตถุส่องประกายแสง ประเด็นนี้ Tanizaki Jun ชี้ให้เห็นว่า “aesthetic of a double code” อันเป็นความงามที่สมบูรณ์ของสุนทรียะสองระบบ นั่นคือสุนทรียะแห่งการบรรสานระหว่างการประดับทองของงานไม้กับแสงเงายามราตรี ซึ่งปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันและกันก่อเกิดองค์ประกอบที่ดีและการส่งเสริมซึ่งกันและกันเกิดเป็นความงามจับใจ ลักษณะองค์ประกอบดังตัวอย่างนี้มีคุณค่าเชิงจิตวิญญาณที่เป็นเครื่องนำพาผู้อยู่ในเหตุการณ์สู่สภาวะจิตใจที่สงบอันเป็นจุดเริ่มต้นของคุณภาพของกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ

ลักษณะความงามดังข้างต้นอาจเรียกได้ว่าเป็น “the art of ambiguity” เป็นตัวแทนของสุนทรียะของความรู้สึกสองอย่างที่ขัดแย้งกัน ทำให้ตัดสินใจไม่ได้หรือการมีความหมายมากกว่าหนึ่งความหมาย ไม่สามารถที่จะชี้ชัดได้ถึงจุดเริ่มต้นที่แน่ชัด แต่นำมาใช้เพื่อเป็นสัญลักษณ์แสดงถึงความหมายที่หลากหลายหรือความกำกวมในลักษณะที่เปิดประเด็นหรือพื้นที่ไว้ (open spaces)

Kurokawa (1994) ได้กล่าวสรุปประเด็นสุนทรียศาสตร์ของปรัชญาชีวิตสามสัจจะไว้ว่า ความงามอยู่ที่ “sense of balance” ไม่ใช่ “form of a system” โดยเห็นว่า อารมณ์ ความรู้สึกและบรรยากาศ สามารถอธิบายได้ในฐานะที่เป็นระเบียบของสัญลักษณ์ที่ปราศจากโครงสร้างแสดงออกได้โดยกระบวนการพลวัตที่หลากหลาย ซึ่งต้องให้ความสนใจกับความสัมพันธ์และการวางเคียงกัน (Juxtaposition) ขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีอยู่ในพื้นที่สื่อสาร (Intermediary space) ซึ่งมีความสัมพันธ์แบบส่วนย่อยร่วมกับส่วนรวม (parts to the whole) ที่ซึ่งอารมณ์ ความรู้สึกและบรรยากาศก่อกำเนิดขึ้น

ปรัชญาชีวิตสามสัจจะยอมรับแนวคิดหลักแห่งชีวิต (Age of Life Principle) โดยเสนอว่าเป็นหลักสำคัญของยุคศตวรรษที่ 21 หลักแห่งชีวิตมีค่าที่เกี่ยวข้อง 2 คำคือ Metabolism อันเป็นกระบวนการเผาผลาญเพื่อให้ได้พลังงานในการดำรงชีวิต และคำว่า Metamorphosis อันหมายถึงการเปลี่ยนแปลงรูปร่างโครงสร้าง ซึ่งเป็นหลักของการเปลี่ยนแปลงและเป็นหลักของควมมีชีวิต เราจะไม่พบหลักเช่นนี้ในเครื่องจักรกล ในยุคหลักแห่งชีวิตนี้ถือว่าชีวิตคือผลผลิตของการสร้างความหมาย

Kurokawa (1994) เสนอว่า องค์ประกอบของความสัมพันธ์ระหว่างเหตุปัจจัยต่าง ๆ บนฐานคิดปรัชญาชีวสมาสัย ไม่ใช่เรื่องของความเป็นคู่ตรงข้าม (Binary Opposition) ที่ต้องเลือกอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่เป็นลักษณะสภาวะความสัมพันธ์ของสิ่งสองสิ่งที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจมีลักษณะเชิงนามธรรมหรือรูปธรรมก็ได้โดยจะต้องตั้งอยู่บนรากฐานขององค์ประกอบ 5 ประการต่อไปนี้

1) การยอมรับขอบเขตที่ล่วงละเมิดมิได้ (Sacred zone) ในการดำรงอยู่ร่วมกันของผู้คนที่มีความแตกต่างทางเชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ ลัทธิความเชื่อ ศาสนา ย่อมมีความแตกต่างของหลักปฏิบัติในการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันจนเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในแต่ละสังคม ดังนั้นการดำรงอยู่ร่วมกันจึงต้องยอมรับขอบเขตที่ล่วงละเมิดมิได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนประกอบระหว่างชั่วตรงข้าม ตัวอย่างในเรื่อง Sacred zone ในระดับสากลเช่น วัฒนธรรมในการบริโภคอาหารที่แตกต่างกัน อาทิ การห้ามรับประทานหมูในศาสนาอิสลาม ห้ามรับประทานเนื้อวัวในศาสนาฮินดู วัฒนธรรมเกี่ยวกับการเว้นระยะห่างทางการสื่อสารระหว่างบุคคล 4 ระยะตามแนวคิดของ Hall ได้แก่ ระยะบุคคลผู้ใกล้ชิด (ไม่เกิน 18 นิ้ว) ระยะความเป็นส่วนบุคคล (18-48 นิ้ว) ระยะทางสังคม (4-12 ฟุต) ระยะสาธารณะ (12 ฟุตขึ้นไป) เป็นต้น ในกรณีดังกล่าวหากมีการล่วงละเมิดขอบเขตที่ต้องห้ามไว้ จะทำให้ความสัมพันธ์แบบชีวสมาสัยไม่สามารถดำรงอยู่ได้

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมักเป็นสถานที่เกี่ยวข้องกับศาสนสถานที่มีขอบเขตที่ล่วงละเมิดมิได้เช่น ในเขตพุทธศาสนสถานบางอย่างมีข้อกำหนดห้ามมิให้สตรีเข้าไปในพื้นที่ที่กำหนดขอบเขตไว้ ศาสนสถานบางแห่งห้ามคนนอกศาสนาเข้าไปในเขตต้องห้าม บางแห่งกำหนดขอบเขตเฉพาะผู้ร่วมประกอบพิธีกรรมเท่านั้น ดังนั้นองค์ประกอบเรื่องขอบเขตที่ล่วงละเมิดมิได้จึงเป็นจุดเริ่มต้นที่นักท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณต้องให้การยอมรับ มิฉะนั้นคุณภาพทางจิตใจย่อมอาจเกิดขึ้นได้กับผู้คนในพื้นที่นั้น ๆ

2) การยอมรับกฎพื้นฐานร่วมกัน (Common ground / common rule) เป็นกฎเกณฑ์หรือหลักการพื้นฐานที่เป็นแนวทางปฏิบัติของสิ่งที่มีองค์ประกอบแตกต่างกันเพื่อให้สามารถดำรงอยู่ร่วมกันได้ กฎเกณฑ์พื้นฐานนี้เป็นรหัสทางสังคม (Social Code) ที่ใช้เป็นแนวทางการดำเนินชีวิต การกำหนดรูปแบบวิธีการสื่อสาร การใช้วัจภาษา ตลอดจนแบบแผนทางสังคมอื่น ๆ หากไม่ยอมรับกฎพื้นฐานดังกล่าวจะทำให้สภาวะคุณภาพทางจิตใจเกิดขึ้นไม่ได้

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบางแห่งจะมีกฎเกณฑ์พื้นฐานที่นักท่องเที่ยวต้องยอมรับร่วมกันเช่น บางแห่งห้ามใช้รูปสักการะแต่ละเปลี่ยนเป็นวิจิตรูชาโดยใช้น้ำเช่น วัด Tsz Shan

Monastery ที่เขตปกครองพิเศษฮ่องกง ซึ่งมีกฎในการจองวันเข้าสักการะล่วงหน้าเนื่องจากต้องการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละวัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสซึมซับบรรยากาศอันสงบสุขในสถานที่ บางแห่งมีข้อกำหนดเรื่องสีของเครื่องแต่งกายว่าห้ามใช้สีแดง เช่น ที่พระเจดีย์ศรีสองรัก จังหวัดเลย บางแห่งต้องแต่งกายโดยการสวมโสร่ง เช่น วัดในศาสนาฮินดูที่เกาะบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย เป็นต้น

3) การมีพื้นที่ทางการสื่อสาร (Intermediary space / Intermediary zone) ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบที่แตกต่างจำเป็นต้องมีพื้นที่สื่อกลาง พื้นที่นี้อาจเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนหรืออาจเป็นพื้นที่ที่คลุมเครือ ในทางสถาปัตยกรรมถือว่าพื้นที่ทางการสื่อสารได้แก่ ถนนหนทาง ห้างสรรพสินค้า สวนสาธารณะ กำแพงเมือง ประตูเมือง แม่น้ำ หรืออะไรก็ตามที่เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการดำรงอยู่ของสรรพชีวิตหรือสรรพสิ่งที่แตกต่าง จึงเป็นสิ่งที่นิยามชัดเจนไม่ได้ เป็นเรื่องของความไม่แน่นอน มีลักษณะเป็นพลวัต เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดการมารวมกันของสิ่งที่เป็นคู่ตรงข้าม เป็นโซนที่ตั้งขึ้นระหว่างสิ่งตรงข้ามสองสิ่ง เป็นโซนที่สามซึ่งไม่มีใครเป็นเจ้าของ ซึ่งอาจเป็นโซนที่ถูกมองข้ามไป ถูกละเลยจนอาจไม่รับรู้ว่ามิโซนนี้อยู่ เป็นความคลุมเครือ

การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่ของการท่องเที่ยว การปฏิบัติในเชิงพิธีกรรมจนถึงระดับนามธรรมเช่น การเปิดใจ หรือ ทำจิตว่าง เพื่อนำสู่ความสงบสุขจนสู่ดุลยภาพของกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ นอกจากนี้ยังมีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดเรื่องพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ในมิติทางศาสนาที่เชื่อมโยงกับระบบนิเวศและการสื่อสารอีกด้วย

ในมุมมองทางการสื่อสาร พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ดำรงอยู่ในฐานะที่เป็นพื้นที่สื่อกลางที่ทำให้เกิดพฤติกรรมสื่อสาร เป็นพื้นที่ที่ได้รับการออกแบบมาเป็นการเฉพาะที่ทำให้ผู้คนมารวมอยู่ด้วยกันเพื่อกิจกรรมหรือพิธีกรรมตามความเชื่อ จึงกล่าวได้ว่าพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์เป็นสิ่งที่มีความเชื่อมโยงกับระบบนิเวศและพิธีกรรมทางศาสนา ซึ่งเป็นมิติด้านจิตวิญญาณของมนุษย์ที่ต้องดำรงอยู่ร่วมกับธรรมชาติอย่างประสานกลมกลืน

แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับทัศนะของศรีศักร วัลลิโภดม (2542) ว่าเกือบทุกแห่งในโลก การให้ความสำคัญกับภูเขาลักษณะที่สัมพันธ์กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของจักรวาล นับได้ว่ามีความเป็นสากลเพราะเรื่องของภูเขากับการเป็นที่อยู่ของเทพเจ้าจะมีตำนานหรือปรัมปราทางศาสนาและระบบความเชื่อในทำนองเดียวกัน โดยภูมิภาคที่มีภูเขามักจะได้รับการเลือกสรรภูมิประเทศ ณ จุดใดจุดหนึ่งที่มีรูปร่างแปลกผิดปกติหรืออาจเป็นจุดที่สูงที่สุดหรือที่มีปรากฏการณ์ทางธรรมชาติไม่ว่า

จะเป็นที่น้ำพุ ปล่องภูเขาไฟ หรือบริเวณที่มีเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรมเกิดขึ้น ทำการสถาปนาขึ้นเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์

เดวิด คินส์ลีย์ (2551) ตอกย้ำแนวคิดข้างต้นว่า แนวคิดพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ปรากฏหลักฐานที่ชัดเจนเกี่ยวกับวิถีในศาสนาฮินดูที่เห็นความศักดิ์สิทธิ์ของภูมิประเทศ กล่าวคือแผ่นดินมีความศักดิ์สิทธิ์ในตัวเอง ดินแดนที่พวกเขาอาศัยอยู่เคลื่อนไหวด้วยพลังอำนาจอันศักดิ์สิทธิ์ การเชื่อมโยงกับแผ่นดินจำเป็นต้องมีพิธีกรรมที่แสดงความยำเกรง ความกตัญญู และความเคารพ มนุษย์จึงต้องสร้างความสัมพันธ์ทางศาสนาอย่างลึกซึ้งกับภูมิประเทศในท้องถิ่นหรือในหมู่บ้าน ทั้งนี้พิธีกรรมมีจุดมุ่งหมายที่การสร้างความสะดวกใหม่ การให้เกียรติ และการสร้างพลังชีวิตให้กับเทพ โดยบ่งบอกความสัมพันธ์ต่างตอบแทนกันกับแผ่นดินที่มีเทพเทพีเป็นตัวแทน

แนวคิดเรื่องพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ดังกล่าวนี้ เดวิด คินส์ลีย์ เรียกว่า “จิตวิญญาณเชิงนิเวศ” (Ecological spirituality) ซึ่งมีความหมายถึง วิถีทางจริยธรรม ศิลธรรม และศาสนธรรมที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านนิเวศ ในกรณีของสถานการณ์สมัยใหม่ จิตวิญญาณเชิงนิเวศนี้ค่อนข้างจะเป็นแบบ “ตระหนักรู้ด้วยตนเอง” (Self-conscious) ในกรณีศาสนาพราหมณ์ฮินดูมีความเชื่อในทุกอณูของจักรวาล ดิน น้ำ ลม ไฟ ล้วนมีเทพและเทพีสถิตอยู่ ดังนั้นมนุษย์จึงต้องให้ความเคารพและยำเกรงต่อธรรมชาติ นั่นคือ จิตวิญญาณเชิงนิเวศ ที่สะท้อนความเชื่อมโยงสัมพันธ์ระหว่างสรรพสิ่งทั้งมวล

หลักแนวคิดดังที่ได้กล่าวนี้ พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์จึงเป็นพื้นที่ทางการสื่อสาร เป็นสถานที่กำเนิดกิจกรรมอันเป็นเรื่องราวของการถ่ายภาพท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ เป็นพื้นที่สื่อกลางที่ได้รับการออกแบบมาเป็นการเฉพาะ อีกทั้งยังมีรหัสทางการสื่อสารกำกับทั้งต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมและแนวปฏิบัติที่เหมาะสมของผู้บันทึกภาพ สิ่งที่น่าสนใจประการหนึ่งคือ พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ดังกล่าวมีความถึงพร้อมในเชิงสุนทรียภาพทางการสื่อสาร เอื้อต่อการอุบัติขึ้นของความงามที่มีอยู่ในงานภาพถ่าย

4) การเปลี่ยนรูปลักษณ์ (Metamorphosis) เมื่อการดำรงอยู่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามพัฒนาการทางสรีระ สิ่งที่ตามมาคือการเปลี่ยนรูปลักษณ์หรือจนถึงระดับ โครงสร้าง ในบางครั้งพื้นที่สื่อกลางได้ทำหน้าที่ในฐานะที่เป็น “สิ่งเร้า” ให้เกิดกระบวนการเปลี่ยนรูปลักษณ์หรือระดับโครงสร้าง แนวคิดองค์ประกอบนี้เป็นคุณลักษณะพิเศษของกระบวนการชีวิต ดังอย่างเช่น หนอนเปลี่ยนโครงสร้างทางสรีระเป็นผีเสื้อ สัตว์ที่ออกลูกเป็นไข่ได้ฟักตัวออกมากลายเป็นตัวอ่อนและพัฒนาต่อไปจนเป็นตัวเต็มวัย เป็นต้น ทั้งนี้หลักปรัชญาชีวสมาสัยเชื่อว่า ไม่มีหลักการของชีวิตใด ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน

หลักแนวคิดดังกล่าวเมื่อนำมาประยุกต์สู่การอธิบายการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ อาจพิจารณาได้ว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดผลต่อการพัฒนาสู่คุณภาพของร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ ได้ทำให้นักท่องเที่ยวในฐานะผู้สังเกตปรากฏการณ์เข้าสู่อารมณ์ร่วมกิจกรรมจนถึงระดับพิธีกรรม เปลี่ยนจากนักท่องเที่ยวเป็นผู้ศรัทธา และอาจร่วมเป็นผู้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเช่น รูปแบบของการบริจาค การร่วมกิจกรรมพัฒนา การเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารทางสื่อสังคม เป็นต้น

5) หลักของการพัฒนาสู่การเจริญเติบโต (Metabolism) หลักของชีวิตทุกชีวิตมีคุณลักษณะสำคัญร่วมกันคือ การเจริญเติบโตซึ่งเป็นผลมาจากกระบวนการของการสันดาปในระบบการเผาผลาญอาหาร เมื่อชีวิตมีการเสปบริโภคมานำมาสู่กระบวนการเผาผลาญเพื่อเปลี่ยนแปลงสิ่งที่บริโภคนั้นเป็นพลังงานและการสร้างหรือผลัดเปลี่ยนเซลล์ตามกลไกทางชีววิทยา ในระยะเริ่มต้นของชีวิตจะเป็นการพัฒนาร่างกายและจิตใจตามพัฒนาการจนกระทั่งถึงสภาวะสูงวัยที่ความเสื่อมของสังขารเกิดขึ้น มิฉะนั้นจะเกี่ยวข้องกับการชะลอวัยจนถึงความเข้าใจในสังขารเพื่อการตายอย่างมีคุณภาพ

ในบริบทของการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารตามแนวคิดกระบวนการทัศน์ใหม่ที่ได้อธิบายบริบทของการท่องเที่ยวศาสนสถานต่าง ๆ มาสู่แหล่งท่องเที่ยวประเภทโรงแรม รีสอร์ท ฟาร์มเกษตรกรรม ที่มีการจัดกิจกรรมเพื่อการพัฒนาเสริมคุณภาพทางจิตวิญญาณเช่น กิจกรรมฝึกสมาธิ โยคะ เป็นต้น ย่อมทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีพัฒนาการทางร่างกายและจิตใจสู่สมดุลทางจิตวิญญาณ เป็นคุณภาพชีวิตที่สมวัยในสิ่งแวดล้อมที่ดี หลักของการพัฒนาสู่การเจริญเติบโตนี้จึงมีความหมายครอบคลุมถึงการสร้างสภาวะร่างกายที่มีสุขภาพดี ชะลอวัย ซึ่งเป็นฐานของการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืน

จากองค์ประกอบทั้ง 5 ประการข้างต้นจะเห็นได้ว่า หลักปรัชญาชีวิตมาสัยตั้งอยู่บนฐานคติที่ว่า ระหว่างคู่ตรงข้ามของทุกสรรพสิ่งจะมีองค์ประกอบร่วมกัน (Common elements) มีกฎเกณฑ์ร่วมกัน (Common rules) และมีค่านิยมร่วม (Universal values) มีความสอดคล้องกับสภาพการณ์ของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณทั้งกระบวนการทัศน์แบบดั้งเดิมและกระบวนการทัศน์ใหม่ ศาสนสถานในเขตเมืองเก่าหรือสถานที่ที่มีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนานล้วนมีคุณสมบัติในการเป็นสถานที่หรือพื้นที่สื่อกลางของเมืองหรือชนบทที่มีความกลมเครือระหว่างความเป็นพื้นที่ส่วนศาสนสถานเพื่อหน้าที่เชิงคุณค่าทางพิธีกรรม (Ritual Value) กับพื้นที่สาธารณะเพื่อหน้าที่เชิงคุณค่าด้าน

นิทรรศการ (Exhibition Value) ทั้งนี้ปัจจุบันพบว่าศาสนสถานหลายแห่งมีการกำหนดพื้นที่ส่วนหนึ่งให้เป็นพื้นที่สำหรับนิทรรศการหรือพิพิธภัณฑ์เพื่อสื่อสารเรื่องราวของสถานที่นั้น ๆ

นอกจากนี้หลักปรัชญาชีวิตสมัยยังกล่าวถึงหลักการสื่อสารสุนทรียภาพว่า เป็นการสมานฉันท์ระหว่างองค์ประกอบที่แตกต่างเช่น ความเป็นนามธรรมกับความจริงแบบรูปธรรม (Abstraction and Realism) เช่น บอนไซญี่ปุ่นในสถานที่ตั้งทางศาสนสถานหรือในสถานที่ใด ๆ ไม่ใช่สิ่งที่เป็นความเป็นจริงตามธรรมชาติ หากแต่เป็นการสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่เป็นสัญลักษณ์ของธรรมชาติ (a sign of nature) เมื่อเราเพ่งพิจารณาบอนไซ เราอาจจะเห็นถึงความเก่าแก่เนื่องจากรูปลักษณ์ที่ปรากฏผ่านกาลเวลาอย่างยาวนาน เป็นรากฐานของปรัชญาสุนทรียภาพแบบ “วะบิซาบิ” ที่เน้นคุณค่าของความเก่าแก่อย่างมีมนต์ลึกลับบนพื้นฐานของความเรียบง่าย ซึ่งคือรากฐานของดุลยภาพของจิตใจและจิตวิญญาณของมนุษย์

ทั้งนี้การสื่อสารเชิงสุนทรียภาพตามหลักปรัชญาชีวิตสมัยสามารถประยุกต์หลักสุนทรียศาสตร์ของรหัสเชิงคู่ (Aesthetics of double codes) รวมทั้งชุดของรหัสที่หลากหลายมาอธิบายได้ โดยมุ่งผลจากความบรรสานสอดคล้องระหว่างองค์ประกอบด้านสาระ ความงามและการสื่อสารอารมณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการนำเสนอภาพถ่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวที่ภาพถ่ายสื่อเนื้อหาสาระ (Information content) และเนื้อหาเชิงอารมณ์ (Emotional content) ได้อย่างกลมกลืน ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของความสำเร็จในการเล่าเรื่องผ่านสื่อสังคมออนไลน์

แนวคิดหลักปรัชญาชีวิตสมัยนี้ ผู้วิจัยจะได้นำมาเป็นแนวทางในการเข้าสู่ปัญหาคำวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นวิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย รวมทั้งประสบการณ์การแบ่งปัน (Share) ของผู้ใช้สื่อสังคมที่มีส่วนร่วมทางการสื่อสารด้วยการนำเสนอภาพ ทักษะ และคำวิจารณ์เกี่ยวกับงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งประเด็นนี้มีความเกี่ยวข้องกับหลักกฎเกณฑ์ทางสังคมเข้ามาเป็นบริบทสำคัญของวิธีการนำเสนอการแบ่งปันสารของผู้ใช้สื่อบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

2.3 แนวคิดแบบจำลองการสื่อสารของ Jakobson

Jakobson (1987: 66-71) เป็นนักภาษาศาสตร์ชาวรัสเซีย ได้เสนอแบบจำลองการสื่อสารที่เรียกว่า Jakobson's Communication Model โดยมีรากฐานที่มาจากแนวคิดเป็นการสื่อสารของงานวรรณกรรม โดยจุดเด่นของแบบจำลองนี้ให้ความสำคัญกับการออกแบบงานการสื่อสารที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการสื่อสารข้อมูลสารสนเทศควบคู่กับสุนทรียภาพหรือความสวยงามของงานการสื่อสาร ซึ่งอาจเห็นภาพชัดเจนจากงานวรรณกรรมที่มีความประณีตทั้งการบอกเล่าเรื่องราวและการสื่อสารสุนทรียภาพทางภาษาควบคู่กันไปด้วย แบบจำลองนี้มีพลังในการอธิบายองค์ประกอบและหน้าที่ทางการสื่อสารของงานสื่อสารด้วยภาพได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยจึงได้เลือกใช้แบบจำลองนี้มาเป็นแนวทางการตั้งประเด็นการวิเคราะห์งานสื่อสารผ่านภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ เนื่องจากภาพทุกภาพมีคุณค่าทางด้านสุนทรียภาพทางการสื่อสารอันเกิดจากการเข้ารหัสเพื่อจัดระบบสัญลักษณ์เพื่อสื่อถึงมโนทัศน์ของภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

Jakobson จำแนกองค์ประกอบการสื่อสารไว้ 6 องค์ประกอบ โดยที่แต่ละองค์ประกอบต่างมีหน้าที่ทางการสื่อสารแตกต่างกัน ในส่วนขององค์ประกอบการสื่อสารแสดงตามแบบจำลองได้ดังนี้ (แบบจำลองนี้ผู้วิจัยคงไว้ซึ่งรูปแบบการพิมพ์ตามเอกสารต้นฉบับที่ไม่ได้มีการรอบและการเชื่อมโยงลูกศร)

แผนภาพที่ 2.1 องค์ประกอบทางการสื่อสารของ Jakobson



ที่มา Jakobson (1987)

หมายเหตุ แบบจำลองนี้ ผู้เขียนในเอกสารต้นฉบับไม่ได้มีการตีกรอบภาพแต่ละองค์ประกอบ ผู้วิจัยจึงยึดรูปแบบตามต้นฉบับที่ไม่มีการตีกรอบภาพแบบจำลอง

จากแผนภาพดังกล่าว จะเห็นได้ว่าแบบจำลองการสื่อสารของ Jakobson ไม่ได้มีการกำหนดจุดเริ่มต้นหรือทิศทางหรือความเชื่อมโยงขององค์ประกอบต่าง ๆ และไม่มีกรอบกำหนดขอบเขตใด ๆ นั้นหมายความว่าความสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบไม่มีทิศทางชัดเจน ดังนั้นใน

การวิเคราะห์องค์ประกอบทางการสื่อสารของงานสื่อสารด้วยภาพถ่ายท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ โดยใช้แบบจำลองนี้ ย่อมสามารถที่จะเริ่มต้นจากจุดใดก็ได้

การวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารในทัศนะของ Jakobson มี 6 องค์ประกอบดังนี้

1. ผู้ชี้แนะหรือผู้ส่งสาร (Addresser)

ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณนั้น บุคคลเริ่มต้นคือองค์กรที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวซึ่งในงานวิจัยนี้คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในส่วนของการเผยแพร่บนแพลตฟอร์มดิจิทัลคือ สารที่ผู้ใช้สื่อได้สร้างสรรค์และแบ่งปันบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ทั้งนี้ผู้นำทั้งสองประเภทนี้มีความแตกต่างกันในเรื่องบทบาท หน้าที่ทางการสื่อสาร ในฐานะของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นไปตามนโยบาย พันธกิจและวิสัยทัศน์ขององค์กร ในขณะที่ผู้ใช้สื่อที่ร่วมแบ่งปันเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจะมีค่านิยมส่วนบุคคลเป็นแรงผลักดันให้เกิดการสื่อสารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

2. สาร (Message)

สารหรือเนื้อหา มีระดับความหมายอย่างน้อยสองระดับคือ ความหมายโดยตรงและความหมายโดยนัย ซึ่งอาจมีทั้งมายาคติ (Myth) และระบบอุดมการณ์บางอย่างแฝงอยู่ในภาพนั้น ๆ โดยอาจสะท้อนผ่านมุมมองหรือความเชื่อส่วนตัวของนักถ่ายภาพและบรรณาธิการผู้คัดเลือกภาพ ในกรณีของหนังสือที่สร้างสรรค์โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ดังนั้นในการวิเคราะห์สารต้องทำการวิเคราะห์ทั้งเนื้อหาในเชิงสารสนเทศ เนื้อหาในระบบวัฒนธรรมที่สื่อสารผ่านระบบสัญลักษณ์ภาพ เนื้อหาที่เกิดจากความหมายแฝงของภาษาภาพการเชื่อมโยงการวิเคราะห์ดังผ่านจะสะท้อนคุณค่าของงานภาพที่ปรากฏเป็นมโนทัศน์ของภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

3. ผู้รับการชี้แนะ/ผู้รับสาร (Addressee)

ผู้รับสารของหนังสือ E-Book มีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ในขณะที่ช่องทางสื่อสารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลที่สร้างสรรค์เนื้อหาโดยผู้ใช้สื่อจะมีกลุ่มผู้รับสารที่เป็นระดับ

ปัจเจกบุคคล โดยกลุ่มเป้าหมายย่อมมีค่านิยมและความสนใจร่วมกันในการรับสารที่เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

4. บริบท (Context)

บริบทหรือปัจจัยแวดล้อม เป็นเงื่อนไขเกี่ยวกับกาลเทศะทางสังคม เป็นองค์ประกอบที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร การนำเสนอภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมักมีประเด็นเกี่ยวกับมายาคติ ความเชื่อที่อิงกับหลักคำสอนทางศาสนาหรือลัทธิคำสอนที่ผู้รับสารยึดถือเป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินชีวิต ดังนั้นบริบทที่สำคัญของการสื่อสารคือ ศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งมีมิติเวลาที่ผูกพันกับการจัดพิธีกรรม ในส่วนบริบททางด้านสถานที่ตั้งในสถานที่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณประเภทรีสอร์ต ฟาร์ม มักมีบริบทในสภาพแวดล้อมที่สวยงาม มีความสงบ ปราศจากมลพิษ ซึ่งเอื้อต่อกิจกรรมที่จัดให้กับนักท่องเที่ยว

5. การสัมผัสถึง/ช่องทางการสื่อสาร (Contact)

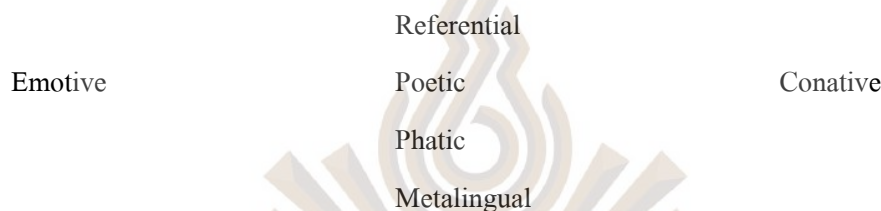
สื่อหรือช่องทางการสื่อสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการสื่อสาร ในงานวิจัยนี้ได้ศึกษาหนังสือ E-Book การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณและสื่อแพลตฟอร์มดิจิทัล ในการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านช่องทางการสื่อสารนั้น ต้องคำนึงถึงประเด็นด้านนโยบาย พันธกิจ วิสัยทัศน์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอันเป็นบริบทของการจัดทำหนังสือ ในส่วนของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ใช้สื่อได้สร้างเนื้อหาเพื่อแบ่งปันนั้นเป็นช่องทางที่ปราศจากทิศทางหรือข้อกำหนดในเชิงนโยบายใด ๆ จากองค์กรที่ทำหน้าที่โดยตรงเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

6. รหัส (Code)

รหัส คือ เครื่องมือที่ใช้จัดระบบของรูปสัญลักษณ์ Fiske (1990: 35) เห็นว่า รหัส ว่าเป็นระบบรวมของความหมายที่ก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารหรือนัยหนึ่งอาจเรียกว่าผู้เข้ารหัสและผู้ถอดรหัส ในงานภาพถ่ายเพื่อการสร้างมนต์เสน่ห์ให้กับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจะมีระบบของรหัสภาพ ซึ่งถูกควบคุมโดยหลักการจัดองค์ประกอบของภาพซึ่งมีพื้นฐานมาจากหลักองค์ประกอบศิลป์ของงานภาพ และระบบความหมายแฝงของภาษาภาพ เช่น องค์ประกอบเรื่องเส้น แสง สี ทิศทาง

จากองค์ประกอบทางการสื่อสารทั้งหกประการนี้ Jakobson เสนอว่า แต่ละองค์ประกอบดังกล่าวล้วนมีหน้าที่ทางการสื่อสารแตกต่างกัน และหน้าที่ดังกล่าวนี้อาจมีน้ำหนักของการทำหน้าที่มากน้อยแตกต่างกันในงานสื่อสารแต่ละกรณี โดยหน้าที่ทางการสื่อสารของแต่ละองค์ประกอบแสดงได้ดังแผนภาพที่ 2.2 หน้าที่ทางการสื่อสารของ Jakobson ดังนี้

แผนภาพที่ 2.2 หน้าที่ทางการสื่อสารของ Jakobson จำแนกตามองค์ประกอบทางการสื่อสาร



ที่มา Jakobson (1987)

หมายเหตุ แบบจำลองนี้ ผู้เขียนในเอกสารต้นฉบับไม่ได้มีการตีกรอบภาพแต่ละองค์ประกอบ ผู้วิจัยจึงยึดรูปแบบตามต้นฉบับที่ไม่มีการตีกรอบภาพแบบจำลอง

หน้าที่ทางการสื่อสารขององค์ประกอบทางการสื่อสารในแผนภาพที่ 2.1 ปรากฏเป็นคู่ความสัมพันธ์กันดังแผนภาพที่ 2.2 ทั้งนี้หน้าที่ทางการสื่อสารของแต่ละองค์ประกอบทางการสื่อสารมีรายละเอียดดังนี้

1. หน้าที่การแสดงออกเชิงอารมณ์ (Emotive function)

เป็นการเน้นการทำหน้าที่ของผู้ส่งสารในมิติที่เกี่ยวกับการแสดงออกถึงอารมณ์ความรู้สึกของผู้ส่งสาร เมื่อประยุกต์กับการวิเคราะห์การสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณคือเรื่องของอารมณ์ภาพ ที่สร้างความน่าหลงใหล มีความลึกซึ้งและมีความดึงดูดใจผู้รับสารให้ไปท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณนั้น ๆ

2. หน้าที่เชิงสุนทรียภาพ (Poetic function)

เป็นหน้าที่ของตัวสาร โดยเน้นหน้าที่เกี่ยวกับความงดงามในการสื่อความหมายด้วยภาพ กล่าวคือเป็นความสัมพันธ์ภายในองค์ประกอบภาพที่มีสัมพันธ์ภาพกลมกลืนและสามารถสื่อความหมายที่ต้องการสื่อสารได้ เป็นสิ่งที่ผู้วิจัยต้องพิจารณาโดยรวม อาจพิจารณาถึงรูปสัญลักษณ์ที่ใช้ประกอบสร้างความหมาย ดังนั้นในการวิเคราะห์หน้าที่ดังกล่าวนี้ จำเป็นต้องใช้ความรู้ในเชิงสหวิทยาการเช่น ศิลปะการสื่อสารด้วยภาพ สัญลักษณ์ศาสตร์ สุนทรียศาสตร์ ประวัติศาสตร์ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามมิติการวิเคราะห์หน้าที่เชิงสุนทรียภาพในงานนี้มีความเชื่อมโยงกับสุนทรียภาพตามปรัชญาชีวิตสมัยใหม่ที่เกี่ยวกับแนวคิดสุนทรียภาพที่ประกอบขึ้นจากการใช้รหัสเชิงคู่ (Double codes) มากกว่าหนึ่งชุด รวมทั้งสุนทรียภาพแบบอะบิซาบีที่อิงหลักการผสมผสานระหว่างความเรียบง่ายและความเก่าแก่ที่ทำให้บังเกิดเป็นมนต์ลึงของงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

3. หน้าที่เชิงกฎเกณฑ์ (Conative function)

เป็นการวิเคราะห์หน้าที่ของผู้รับสารซึ่งก็คือการตีความหมาย ซึ่งผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะใช้ประสบการณ์ในอดีตมาร่วมตีความหมายของงานการสื่อสาร ดังนั้นผู้ส่งสารจึงต้องใช้รหัสที่เป็นกฎเกณฑ์ในการจัดระบบสัญลักษณ์ที่สอดคล้องกับบริบทของเนื้อหาเพื่อใช้เป็นตัวกำกับการตีความหมายของผู้รับสารให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางการสื่อสารที่ผู้ส่งสารตั้งไว้ ในการตีความหมายภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ผู้รับสารมีกฎเกณฑ์ในการตีความจากกรอบประสบการณ์ร่วมที่เป็นบริบททางด้านคำสอนทางศาสนาและวิถีปฏิบัติในเชิงพิธีกรรมที่เคยมีมาก่อน ดังนั้นแนวโน้มของพฤติกรรมในการแบ่งปันเรื่องราวของสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจึงเป็นแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับประสบการณ์ที่เคยมีมาก่อน

4. หน้าที่การอ้างอิง (Referential function)

การอ้างอิงเป็นหน้าที่ของบริบททางการสื่อสาร ทั้งนี้หลักการที่สำคัญประการหนึ่งของการสื่อสารด้วยภาพคือ ความหมายของภาษาภาพมีความหลากหลายและขึ้นต่อบริบทแวดล้อมของงานภาพ นั้น ๆ ดังนั้นหน้าที่ของบริบททางการสื่อสารคือ การใช้เป็นกรอบอ้างอิงถึงความเป็นจริงในเชิงรูปธรรมของข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศในภาพนั้น ๆ หน้าที่ประการนี้เป็นหน้าที่

ของการสื่อความหมายโดยตรงและมุ่งสู่ความรู้ความเข้าใจต่อเหตุการณ์ของเนื้อหาภาพ อย่างไรก็ตาม ความหมายเกี่ยวกับมนต์เสน่ห์ของภาพถ่ายท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณยังมียอดประกอบของความหมายเชิงสัญลักษณ์เฉพาะตัวของสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่น ๆ เช่น สัญลักษณ์รูปสัตว์ที่เป็นภาพตัวแทนของเทพเจ้าตามลักษณะทางประติมานวิทยาของศาสนานั้น ๆ ดังนั้นบริบทเกี่ยวกับหลักคำสอนหรือสัญลักษณ์ทางศาสนาหรือลัทธิคำสอนย่อมมีผลต่อการอ้างอิงเพื่อเป็นการกำกับการตีความหมายของผู้รับสารด้วย

5. หน้าที่เชิงความคงเส้นคงวา (The phatic function)

เป็นหน้าที่ของช่องทางการสื่อสารที่ต้องรักษาไว้ซึ่งความอยู่รอดของตัวเอง เป็นการสร้างไว้ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งและผู้รับสาร เป็นตัวช่วยให้สื่อซึ่งเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลมีความยั่งยืนอยู่ได้ หน้าที่ประการนี้จึงเกี่ยวข้องกับศักยภาพของเนื้อหาภาพในการเป็นสื่อเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ กรณีของหนังสือ E-Book เป็นสื่อที่ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาเนื้อหา แต่เป็นสื่อที่สร้างไว้ซึ่งหน้าที่ในการสื่อสารการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งมีพันธกิจในการเผยแพร่เนื้อหาเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ หลากหลายรูปแบบ ในขณะที่แพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นสื่อที่ผู้เข้าร่วมแบ่งปันเนื้อหาทำให้สื่อดำรงอยู่ได้อย่างต่อเนื่อง

6. หน้าที่เชิงรหัสเพื่อการจัดระบบของรูปสัญลักษณ์ (The metalingual function)

หน้าที่เชิงรหัสของการสื่อสารใด ๆ คือ การจัดระบบของรูปสัญลักษณ์ ในกรณีของภาษา เครื่องมือที่จัดระบบของภาษาคือ รหัสทางไวยากรณ์ กระบวนการเรียนรู้ทางภาษาทุกประเภทเป็นการเรียนรู้ไวยากรณ์ซึ่งเป็นรหัสของภาษานั้น ๆ ในส่วนของการสื่อสารด้วยภาพ รหัสของภาพมีความหลากหลายซึ่งอิงกับบริบท ความเข้าใจในประเด็นดังกล่าวนี้จะนำสู่การอธิบายวิธีการประกอบสร้างมนต์เสน่ห์ของภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

แนวคิดแบบจำลองการสื่อสารของ Jakobson นี้ ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการเข้าสู่ประเด็นการวิจัยในประเด็นการวิเคราะห์เนื้อหาภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทยซึ่งเป็นองค์ประกอบและหน้าที่เชิงสุนทรียภาพของตัวสารรวมทั้งประเด็นวิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

2.4 แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์ภาพ

ในการพิจารณาแนวทางการวิเคราะห์ภาพเพื่อการศึกษาวิจัยงานการสื่อสารด้วยภาพมีประเด็นที่จะต้องพิจารณาในมิติต่าง ๆ โดยมีแนวทางและกระบวนการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้ (Gillian, 2022)

1. มิติด้านเนื้อหา (Content)

การวิเคราะห์ภาพในมิติด้านเนื้อหา สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ

ก. เนื้อหานามธรรม

เป็นเนื้อหาที่มีลักษณะจิตวิสัย โดยเนื้อหาประเภทนี้จะสื่อสารเชิงอารมณ์และสุนทรียภาพตามแนวเรื่องของภาพเช่น เนื้อหาเกี่ยวกับความรัก ความสนุกสนาน ความตื่นเต้นเร้าใจ เป็นต้น ในกรณีของภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหานามธรรมอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างมนต์เสน่ห์ของภาพถ่ายท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นมิติเนื้อหาที่เชื่อมโยงกับความเชื่อและความศรัทธาทางศาสนาซึ่งมีความหมายของเนื้อหานามธรรม

ข. เนื้อหารูปธรรม

เป็นเนื้อหาที่มีผลสืบเนื่องมาจากเนื้อหานามธรรมที่ถูกแปลงความหมายของภาพหรือแนวเรื่องให้ออกมาในลักษณะของรูปทรงหรือวัตถุที่สามารถรับรู้ได้ด้วยผัสสะทางการมองเห็น ดังนั้นการวิเคราะห์เกี่ยวกับเนื้อหารูปธรรมจึงเกี่ยวกับรูปสิ่งของหรือวัตถุที่ปรากฏในภาพ ในกรณีของภาพถ่ายท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเนื้อหารูปธรรมมีความเชื่อมโยงกับเนื้อหานามธรรมอย่างแยกไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อหาเชิงสัญลักษณ์ทางประติมานวิทยาจากรูปธรรมที่ปรากฏในสถานที่นั้น ๆ

2. มิติด้านสี (Color)

สีเป็นส่วนประกอบที่มีความสำคัญ เพราะสีมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของมนุษย์มาก ซึ่งการมองเห็นสีของมนุษย์เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างสิ่งแวดล้อมภายนอกกับอวัยวะภายใน

ร่างกายของมนุษย์ โดยมีสมองเป็นตัวรับรู้และสร้างภาพจนปรากฏเป็นการเห็นขึ้น ทั้งนี้มิติของสีที่ใช้สำหรับภาพเป็น 3 มิติคือ

ก. สีฐาน (Hue)

สีฐานคือ ความเป็นสีแท้ที่คุณสมบัติของสีๆ หนึ่งจะถูกกำหนดโดยความยาวคลื่นแสงที่สะท้อนจากวัตถุเข้าสู่สายตาของมนุษย์จนมองเห็นเป็นสีต่างๆ เช่น สีแดง สีเหลือง สีนํ้าเงิน ฯลฯ หรืออาจกล่าวได้ว่า สีฐานหรือสีแท้จะเป็นสีที่มีได้ผสมด้วยขาว เทา ดำ และไม่ได้คำนึงถึงน้ำหนักอ่อนแก่และความเข้มของสี ซึ่งสามารถแยกได้เป็น 2 ประเภทคือ 1) Chromatic colors หรือสีที่สามารถจำแนกได้อย่างชัดเจน เช่น สีเขียว สีเหลือง สีแดง เป็นต้น และประเภทที่ 2) คือ Achromatic colors หรือสีที่มีค่าในระดับเดียวกับสีขาวและสีดำ กล่าวคือสีดำจะไม่มีสีที่ดำกว่าหรือสีขาวก็จะไม่มีที่ขาวกว่า

ข. ความอิ่มตัวสี (Saturation)

ความอิ่มตัวสีคือ คุณสมบัติของสีเกี่ยวกับความสดเช่นสีแดงเป็นสีที่สดที่สุดหรือความหม่นที่เกิดขึ้นเพราะมีการผสมสีตรงข้าม ทำให้ความสดลดลงน้อยลง เช่นสีม่วงเจือจางในสีเหลือง เป็นต้น ซึ่งความเข้มของสีจะอ้างถึงความบริสุทธิ์ของสีที่ปรากฏในแถบความกว้างของสีเป็นหลัก

ค. ค่าสี (Value)

ค่าสีหรือสีที่มีคุณสมบัติที่ขึ้นอยู่กับน้ำหนักอ่อนแก่ที่จะเปลี่ยนสภาพไปตามความเข้มหรืออ่อนของแสง เช่นดอกกุหลาบสีแดงท่ามกลางแดดจ้าในตอนกลางวัน จะเป็นสีแดงที่สุกสว่างสูงสุดเท่าที่ตาของมนุษย์จะเห็นได้ แต่ถ้าเป็นตอนเย็น สีจะคล้ำลงกลายเป็นสีแดงคล้ำ เป็นต้น

สำหรับการวิเคราะห์ภาพที่มีการใช้มิติทางด้านสีเป็นส่วนประกอบหลักในการจัดองค์ประกอบภาพ สามารถทำการวิเคราะห์โดยใช้ความหมายของสีที่มีผลต่อมนุษย์ในทางจิตวิทยา ซึ่งการรับรู้ของมนุษย์ที่มีต่อสีต่าง ๆ นั้น จะได้มาจากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันโดยตรง และอีกส่วนจะได้มาจากการอบรมบ่มเพาะทางวัฒนธรรม ซึ่งนักจิตวิทยาได้ทำการทดลองเกี่ยวกับการรับรู้เรื่องสีของมนุษย์พบว่า สีจะมีอารมณ์ปลุกเร้าต่อการตอบสนองของมนุษย์ (Emotional response) และสีแต่ละสีจะให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไป

สมชาย พรหมสุวรรณ (2548 : 56-64) ได้กล่าวถึงตัวอย่างความหมายของสีต่างๆ ที่มีผลทางจิตวิทยาต่อมนุษย์ ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.3 ความหมายทางจิตวิทยาของสี

สี	ความหมายทางจิตวิทยา
สีแดง (Red)	ความรุนแรง ความร้อนแรง ความมีอำนาจ
สีเหลือง (Yellow)	ความสดใส ร่าเริง มีชีวิตชีวา กระฉับกระเฉง
สีน้ำเงิน (Blue)	ความแว้งว้าง ว้างเปล่า กว้างขวาง สงบนิ่ง
สีชมพู (Pink)	ความประณีต สง่างาม สดใส มีชีวิตชีวา
สีเขียว (Green)	ความอุดมสมบูรณ์ ความหวัง การผ่อนคลาย
สีม่วง (Violet)	ความมีเสน่ห์ ความหรูหรา โอ่อ่า
สีส้ม (Orange)	ความร่าเริง ความมีพลัง ความสว่างไสว
สีฟ้า (Cobalt Blue)	ความอาลัย ความฉลาด ความสิ้นหวัง ความกล้าหาญ
สีขาว (White)	ความบริสุทธิ์ ความไร้เดียงสา ความดีงาม ความจงรักภักดี
สีเทา (Grey)	ความอ่อนโยน ความเยียบขี้น ความซรภาพ ความสลดใจ
สีดำ (Black)	ความน่ากลัว อันตราย ความกักขะ ความหนักแน่น
สีน้ำตาล (Brown)	ความหนักแน่นมั่นคง ความแห้งแล้ง ไม่สดชื่น

3. มิติด้านการจัดองค์ประกอบเชิงพื้นที่ (Spatial organization)

ภาพทุกภาพจะได้รับการจัดองค์ประกอบบางอย่างกับพื้นที่ภายในภาพ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับ ความกว้าง ความยาว ความลึก และช่วงระยะห่างของสิ่งต่าง ๆ ในภาพ เช่นในงานศิลปะตะวันตกที่นิยมแบ่งประเภทของภาพออกเป็น 1) ภาพสองมิติ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่กำหนดด้วยความกว้างและความยาวเท่านั้น และ 2) ภาพสามมิติ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีทั้งความกว้าง ความยาว ความลึก และเป็นบริเวณพื้นที่ที่มีปริมาตร (Volume) ที่สามารถสัมผัสได้ด้วยความเป็นจริงทางกายภาพหรือสามารถสัมผัสได้ทั้งทางกายและทางการมองเห็น พร้อม ๆ กัน นอกจากนั้น การศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบเชิงพื้นที่ภายในภาพยังจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับหลักทัศนียวิทยา (Linear perspective) ของภาพ

ในมิติด้านองค์ประกอบเชิงพื้นที่ซึ่งมีส่วนสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงอีกประการหนึ่งก็คือ การพิจารณาเกี่ยวกับการใช้พื้นที่เพื่อจุดเด่นของภาพหรือการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้มีความโดดเด่นมากกว่าส่วนอื่นๆ เพื่อเราประสาทสัมผัสให้มีการรับรู้เร็วขึ้น เนื่องจากในทางจิตวิทยาเชื่อกันว่า ประสาทสัมผัสของมนุษย์ไม่สามารถรับรู้สิ่งที่สัมผัสได้ทั้งหมด แต่จะรับรู้เฉพาะสิ่งเร้าที่มีคุณภาพหรือเป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับตัวเองเท่านั้น ซึ่งการสร้างลักษณะเด่นของภาพสามารถทำได้โดยการบังคับให้มองเห็น (Forcing Attention) ซึ่งเป็นวิธีการที่ผู้สร้างสรรค์ผลงานใช้บังคับสายตาของผู้ดูภาพให้ติดตามไปสู่จุดที่ต้องการให้เห็น และเป็นวิธีการที่ทำให้ผู้ชมรู้สึกอย่างเป็นธรรมชาติโดยจะเรียกวิธีการดังกล่าวว่า การเน้นย้ำ (Emphasis) และจะเรียกบริเวณพื้นที่ที่โดดเด่นนั้นว่า จุดเด่น (Dominance)

สมชาย พรหมสุวรรณ (2548 : 220 – 227) ได้ประยุกต์ใช้หลักการสร้างจุดสนใจของภาพในงานทัศนศิลป์มาปรับใช้ในการสร้างจุดเด่นในภาพเพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยจะแบ่งเป็นหลักปฏิบัติที่ได้รับความนิยม 12 ข้อดังจะกล่าวต่อไปนี้

1. การทำให้ขัดแย้งกัน (Contrast) หรือทำให้ตัดกัน โดยนำองค์ประกอบต่างๆ มาจัดวางให้อยู่ในตำแหน่งที่ตัดกันหรือทำให้เกิดความรู้สึกขัดแย้งกันเพื่อสร้างจุดเด่นของภาพ ยกตัวอย่างเช่น การใช้ความขัดแย้งในเรื่องของสี น้ำหนัก ช่องว่างหรือระยะห่างของวัตถุ มาทำให้วัตถุที่ต้องการเน้นมีลักษณะที่แตกต่างไปจากวัตถุอื่นๆ ภายในภาพ

2. การเน้นโดยใช้รูปคน เพราะรูปคนเป็นสิ่งมีชีวิตที่เราคุ้นเคยหรือเกี่ยวข้องมากกว่าสิ่งอื่น เมื่อรูปคนปรากฏในภาพโดยมีพื้นหลังเป็นรูปของวัตถุหรือสิ่งมีชีวิตประเภทอื่นเช่นต้นไม้ ฝูงนก พืช ฯลฯ ก็จะทำให้รูปคนกลายเป็นจุดเด่นได้ เนื่องจากภาพที่คุ้นเคยย่อมถูกรับรู้ก่อนสิ่งอื่นนั่นเอง

3. การตกแต่งบริเวณที่ต้องการเน้นเป็นพิเศษ ซึ่งอาจใช้การเพิ่มเติมลวดลายหรือรายละเอียดในบริเวณที่ต้องการให้เป็นจุดเด่นมากเป็นพิเศษแล้วปล่อยให้ส่วนๆ มีรายละเอียดที่น้อยกว่า

4. การสร้างส่วนเด่นและส่วนรองมาใช้เป็นเทคนิคในการเน้นจุดเด่น เนื่องจากในทางจิตวิทยาของการรับรู้ วัตถุที่มีขนาดใหญ่กว่าโตกว่าจะรับรู้ได้ง่ายกว่าวัตถุที่เล็กกว่าโดยอาศัยการเปรียบเทียบระหว่างกันและกัน

5. การใช้ท่าทางการเคลื่อนไหว เพื่อเน้นให้สิ่งนั้นได้รับความสนใจก่อน เพราะเมื่อวัตถุนั้นเคลื่อนไหวจะถูกรับรู้ได้ง่ายกว่า เช่น ภาพคนกำลังวิ่ง ภาพแมลงกำลังกระพือปีก ฯลฯ

6. การจัดให้รวมกลุ่ม เนื่องจากการจัดกระจายจะทำให้ขาดเอกภาพ (Unity) และพลังในการเร้าที่ดี ยกตัวอย่างเช่น เปิดที่ออกกันขึ้นจากสระน้ำ จะมีความน่าสนใจกว่าเปิดที่ว่ายกันคนละทิศคนละทางภายในสระ

7. การทำซ้ำๆ กัน (Repetition) เพราะการทำซ้ำกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะเพิ่มความน่าสนใจให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะภาพโฆษณาที่นิยมใช้วิธีการผลิตซ้ำๆ หลายๆ ครั้งจะเรียกกร้องความสนใจจากผู้ชมได้ดีกว่า

8. การจัดวางในตำแหน่งสำคัญของภาพ นั่นคือตำแหน่งซ้าย-บนของกรอบสี่เหลี่ยมที่ถือได้ว่าเป็นตำแหน่งที่สายตาให้ความสำคัญมากที่สุดและมีแนวโน้มจะทำให้เห็นก่อนตำแหน่งอื่นๆ

9. การหลีกเลี่ยงการแยกตัวจากกลุ่มหรือการทำให้เกิดการซ้ำกันจนทำให้เกิดบริเวณนั้นเกิดความหนาแน่นเกินบริเวณภาพมากเกินไปจะสร้างความคลุมเครือในการรับรู้ เพราะหากมีบริเวณอื่นมีความชัดเจนเข้าใจง่ายกว่า บริเวณนั้นจะกลายเป็นจุดเด่นแทน

10. การใช้เส้นนำสายตาเป็นตัวกำหนดทิศทางไปสู่จุดที่ต้องการให้เป็นจุดสนใจหรือจุดเด่นได้

11. การทำให้วัตถุหลักมีความชัดเจนท่ามกลางวัตถุอื่นที่เคลื่อนไหว โดยเทคนิคนี้จะได้รับความนิยมอย่างมากกับภาพที่กำหนดให้วัตถุที่ต้องการเน้นมีรูปร่างที่ชัดเจน แต่ในขณะเดียวกันก็ทำให้วัตถุอื่นๆ เห็นเพียงเลือนรางเท่านั้น

12. การใช้วัตถุที่คุ้นเคยท่ามกลางวัตถุที่แปลกตาซึ่งยากต่อการสื่อความหมาย เพราะโดยปกติแล้วสายตาของมนุษย์จะให้ความสนใจกับวัตถุแปลกๆ ทุกรูปแบบที่ปรากฏอยู่แล้ว แต่เมื่อไม่สามารถแปลความหมายได้ก็จะหยุดความสนใจอยู่ที่วัตถุที่สามารถแปลความได้

นอกจากนี้ การจัดองค์ประกอบภาพนั้น สายเส้นต่าง ๆ ยังมีความหมายแฝงร่วมอยู่ด้วย ชลูด นิ่มเสมอ (2542 : 35) ได้กล่าวถึงความรู้สึกทางจิตวิทยาที่เกิดจากลักษณะของเส้นดังนี้

1. เส้นตรง ให้ความรู้สึกแข็งแรง แน่นอน ตรง เข้ม ไม่ประนีประนอม หยาบและเอาชนะ
2. เส้นโค้งน้อย ๆ หรือเส้นเป็นคลื่นน้อย ๆ ให้ความรู้สึกสบาย เปลี่ยนแปลงได้ เลื่อนไหล ต่อเนื่อง มีความกลมกลืนในการเปลี่ยนทิศทาง ความเคลื่อนไหวช้า ๆ สุภาพ เป็นผู้หญิง นุ่มและอ้อมเอิบ ถ้าใช้เส้นแบบนี้มากเกินไปจะให้ความรู้สึกกังวล เรือยเฉื่อย ขาดจุดหมาย
3. เส้นโค้งวงแคบ เปลี่ยนทิศทางรวดเร็ว มีพลังเคลื่อนไหวรุนแรง
4. เส้นโค้งของวงกลม การเปลี่ยนทิศทางที่ตายตัว ไม่มีการเปลี่ยนแปลง ให้ความรู้สึกเป็นเรื่องซ้ำ ๆ เป็นเส้นโค้งที่มีระเบียบมากที่สุด แต่จืดชืดที่สุด ไม่น่าสนใจที่สุดเพราะขาดความเปลี่ยนแปลง
5. เส้นโค้งกันหอย ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว คลื่นคลาย และเติบโตเมื่อมองจากภายในออกมา ถ้ามองจากภายนอกเข้าไปจะให้ความรู้สึกที่ไม่สิ้นสุดของพลังเคลื่อนไหว
6. เส้นฟันปลาหรือเส้นคดที่หักเหโดยกะทันหัน เปลี่ยนทิศทางรวดเร็วมาก ทำให้ประสาทกระทบ ให้จังหวะกระแทก เกร็ง ทำให้นึกถึงพลังไฟฟ้า กิจกรรมที่ขัดแย้ง ความรุนแรงและสงคราม

4. มิติด้านแสง (Light)

แสงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้การรับรู้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เพราะแสงที่ส่องผ่านพื้นผิวของวัตถุแล้วสะท้อนเข้าสู่เลนส์ตา ทำให้บรรยากาศที่รายล้อมอยู่บริเวณรอบๆ ของวัตถุลิ่งของขึ้นนั้นๆ แสดงให้เห็นพื้นผิวและรูปทรงที่ต่างกันของวัตถุแต่ละชนิด และทำให้เกิดความสัมพันธ์ของเส้นต่างๆ ในภาพให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังทำให้คุณภาพของแสงและอุณหภูมิของสีที่ปรากฏในวัตถุนั้นๆ มีลักษณะแตกต่างกันออกไป เพราะแสงจะทำให้เกิดน้ำหนักอ่อนและแก่ของภาพ อีกทั้งยังทำให้เกิดระยะและความลึกของภาพที่ส่งผลต่อความสามารถในการแยกแยะรูปทรงออกจากพื้นผิวได้อีกด้วย ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าแสงมีความสัมพันธ์กับสีและพื้นที่ของภาพอย่างชัดเจน กล่าวคือแต่ละชนิดของแสง ไม่ว่าจะเป็นแสงเทียน แสงแดด หรือแสงจากหลอดไฟ จะมีผลกระทบต่อความอิ่มตัวสี (Saturation) และสีค่า (Value) ที่ต่างกัน รวมถึงพื้นที่ของภาพที่ต่างกันด้วย

5. มิติด้านการแสดงออกของอารมณ์ภาพ (Expressive content)

คำว่า “expressive content” ที่กล่าวถึงในมิตินี้ ก็คือการบรรยายความรู้สึกของภาพให้ออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร การแสดงออกทางความรู้สึกหรืออารมณ์มักจะเป็นแบบนามธรรมที่ต้องอาศัยการตีความ ซึ่งจะเป็นการอธิบายถึงการกำหนดความหมายหรือเจตนาของผู้สร้างสรรค์ผลงานที่ต้องการแสดงออกทางอารมณ์โดยการสื่อสารผ่านทางองค์ประกอบต่างๆ ไปสู่ผู้รับสาร ดังนั้นในหลักเกณฑ์นี้จึงจำเป็นต้องนำความรู้จากองค์ประกอบทั้งหมดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการตีความและการวิเคราะห์ภาพแต่ละภาพเพื่อความชัดเจนมากยิ่งขึ้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือในมิตินี้เป็นการนำเอาองค์ประกอบทั้งในมิติด้านเนื้อหา แสง สี และการจัดองค์ประกอบเชิงพื้นที่มาสรุปรวม จากนั้นจึงอธิบายออกมาเป็นอารมณ์ของภาพในท้ายที่สุด

สังคมทุกสังคมจะต้องมีการกำหนดระบบสัญลักษณ์ทางการสื่อสารที่ใช้เป็นตัวแทนความหมายของสิ่งหนึ่งๆ ซึ่งทุกสังคมต้องการระบบแบบแผนของสัญลักษณ์ที่เป็นที่เข้าใจร่วมกัน หากสังคมใดไม่มีสิ่งที่ใช้แทนสัญลักษณ์ถึงบางสิ่งบางอย่าง แสดงว่าสมาชิกในสังคมไม่รู้จักรังนั้น ทั้งนี้การเรียนรู้ระบบสัญลักษณ์เป็นผลมาจากความสามารถของมนุษย์ในการเก็บความทรงจำและการระลึกถึงความทรงจำที่สามารถนำมาเชื่อมโยงได้กับปัจจุบัน ปัจจุบันดังกล่าวเป็นเงื่อนไขเบื้องต้นในการเรียนรู้สัญลักษณ์ทางภาษาและสัญลักษณ์อื่นใดรวมทั้งการสื่อสารด้วยภาพ ซึ่งส่วนเป็นระบบการสื่อสารที่เรียนรู้ได้ โดยมีลักษณะสำคัญ 3 ประการคือ 1) เข้าใจได้จากการเรียนรู้ของบุคคล 2) มีความหลากหลายในแต่ละสังคม 3) สามารถเปลี่ยนแปลงได้ภายในบุคคลหรือสังคมเดียวกันขึ้นอยู่กับบริบทแวดล้อมทางการสื่อสาร

แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการวิเคราะห์ภาพดังที่ได้กล่าวมานี้ ผู้วิจัยจะได้นำมาใช้เป็นแนวทางการวิเคราะห์วิธีการสร้างมโนทัศน์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทยต่อไป

2.5 แนวคิดเรื่อง เนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์ (User-Generated Content) และสื่อใหม่

คณะกรรมการจัดทำพจนานุกรมศัพท์นิเทศศาสตร์ร่วมสมัย (2566) ได้อธิบายความหมายของเนื้อหาที่ผู้มีส่วนร่วมสร้างสรรค์ว่าเป็นเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ซึ่งผู้ใช้สามารถสร้างสรรค์หรือ

มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนให้ข้อมูล ความเห็น หรือเล่าเรื่องที่จะทำให้น่าไปสู่แง่มุมใหม่ จนอาจทำให้แก่นของเรื่องเปลี่ยนไปจากเดิมก็ได้

เนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์มีได้สร้างขึ้นโดยสำนักข่าว องค์กรสื่อหรือองค์กรใด ๆ แต่เป็นเนื้อหาที่สร้างขึ้นโดยปัจเจกบุคคลและนำไปเผยแพร่บนฐานช่องทางดิจิทัลหรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่างไรก็ตามเนื้อหาเหล่านี้อาจระบุถึงหรือเกี่ยวข้องกับชื่อองค์กร ตราสินค้าหรือแบรนด์ใด ๆ หรือแม้แต่บุคคล สถานที่ หรือเหตุการณ์ที่กำลังอยู่ในกระแสความสนใจของสังคมก็ได้

รูปแบบข่าวสารของเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์มีหลากหลายเช่น ข้อความ รูปภาพ กราฟิก วิดิทัศน์ เสียง รวมถึงการนำเสนอภาพและเสียงสดโดยในเนื้อหาหนึ่งอาจใช้รูปแบบผสมผสานกันเพื่อดึงดูดความสนใจ

คณะกรรมการจัดทำพจนานุกรมศัพท์นิเทศศาสตร์ร่วมสมัย (2566) ได้ขยายความต่อว่าเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่งในการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ซึ่งพัฒนาบนฐานของเทคโนโลยีตั้งแต่ยุคเว็บสองจุดศูนย์ (Web2.0) เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานทุกคนสามารถสร้างสรรค์และแก้ไขเนื้อหาได้ด้วยตนเอง ดังเช่นที่ปรากฏในรูปแบบหน้าเว็บ ซึ่งใช้โค้ดภาษาเอชทีเอ็มแอลหรือเอ็กซ์เอ็มแอล เว็บล็อกหรือบล็อก วิกิส เช่น วิกีพีเดีย ไซต์เครือข่ายสังคมเช่น เฟซบุ๊ก เป็นต้น

คณะกรรมการจัดทำพจนานุกรมศัพท์นิเทศศาสตร์ร่วมสมัย (2566) อธิบายว่าองค์ประกอบที่สำคัญยิ่งของเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ ทักษะ และการแสดงออกของผู้รับข่าวสารคือ คุณภาพของข้อมูลที่น่ามาเสนอ โดยขึ้นอยู่กับแต่ละบริบทสังคมกับการสื่อสาร ทั้งนี้ลักษณะเฉพาะที่ปรากฏอยู่ในโดเมนของเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์จะแตกต่างจากที่ปรากฏในโดเมนสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อออฟไลน์ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ด้วยเหตุที่พลเมืองโดยทั่วไปก็สามารถสร้างเนื้อหาเหล่านี้ได้ด้วยตนเอง คุณภาพของข้อมูลจึงมีความสำคัญยิ่ง โดยส่วนหนึ่งจะถูกตั้งคำถามด้วยความระแวดระวัง เนื่องจากเหล่าผู้สร้างเนื้อหาอาจมิใช่ผู้เชี่ยวชาญที่แท้จริงในเรื่องนั้น ๆ ทำให้เป็นจุดเปราะบางของคุณภาพข้อมูลที่ด้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับเนื้อหาในโดเมนสื่ออื่น ๆ

คณะกรรมการจัดทำพจนานุกรมศัพท์นิเทศศาสตร์ร่วมสมัย (2566) อธิบายถึงลักษณะเฉพาะที่บ่งชี้คุณภาพข้อมูลของเนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนสร้างสรรค์ว่า มักคำนึงถึงองค์ประกอบด้านความถูกต้องของเนื้อหา ทั้งในแง่การสร้างประโยคและในแง่ความหมาย ความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูล ความน่าเชื่อถือของผู้นำเสนอสาร ภาววิสัยของข้อมูลข่าวสาร ปริมาณความคล้อยคลึงของเนื้อหาเรื่องเดียวกันเมื่อเทียบกับแหล่งอื่น ๆ ความเป็นปัจจุบัน การนำไปใช้งาน การสืบสวนแหล่งที่มาของข้อมูลได้ ความสามารถให้ทำความเข้าใจได้ ซึ่งระดับคุณภาพของข้อมูลตามองค์ประกอบเหล่านี้สะท้อนถึงคุณค่าของเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อได้สร้างสรรค์ขึ้น และจะมีผลเกี่ยวเนื่องถึงการยอมรับ นำไปเผยแพร่ต่อในเครือข่ายออนไลน์ จนในที่สุดอาจส่งผลต่อค่านิยมและพฤติกรรมของผู้คนในสังคมวงกว้างได้

การสร้างมนต์เสน่ห์ของเนื้อหาการท่องเที่ยวยังจิตวิญญาณมีความเชื่อมโยงกับเนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อหาในการแสดงทัศนะหรือการให้ข้อวิจารณ์ต่อเรื่องราวที่เกี่ยวกับสถานที่หรือพิธีกรรมที่เกี่ยวกับการเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณผ่านการเล่าตำนานที่สร้างพลัง (Myth teller) ผ่านสื่อใหม่ได้ ทั้งนี้เนื่องจากมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนให้ข้อมูล ความเห็น หรือเล่าเรื่องในลักษณะของการแบ่งปันประสบการณ์ของผู้ใช้สื่ออาจเป็นการเปิดประเด็นทัศนะคู่แข่งมุมใหม่จนอาจทำให้แก่นของเรื่องเปลี่ยนไปจากเดิมหรือเป็นการแต่งเติมเรื่องราวอย่างมีสีสันด้วยการผนวกแต่งเติมองค์ประกอบผ่านเนื้อหาที่มีการเร้าอารมณ์ (emotional content) ร่วมกับเนื้อหาข้อเท็จจริง (informational content) ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการเล่าเรื่องและการถ่ายทอดเนื้อหาผ่านสื่อใหม่

ธีรยุทธ ชุณหบดี (2565) ได้กล่าวถึงภาพรวมอุตสาหกรรมสื่อยุคดิจิทัลโดยชี้ว่า ปัจจุบันสื่อใหม่ สื่อสังคม มีลักษณะเป็นแพลตฟอร์มที่ทุกคนอยู่บนแพลตฟอร์ม เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งแตกต่างจากอดีตเป็นอย่างมากที่ประชาชนส่วนใหญ่เป็นผู้รับข่าวสาร มีสถาบัน หน่วยงานหรือองค์กรเป็นผู้สื่อข่าว ข่าวแล้วมานำเสนอ เมื่อสื่อใหม่เป็นแพลตฟอร์มการนำเสนอข่าวสารข้อมูลของผู้คนบนโลกออนไลน์ จึงมีแนวโน้มเอียงที่นำเสนอในสิ่งที่ตนเองชื่นชอบ หรือแนวคิด ทัศนคติของตนเองมากกว่า บางแพลตฟอร์มใช้ AI ในการวิเคราะห์ความชอบและนำเสนอข่าวสารป้อนไว้ในหน้าจอ (Feed) ของผู้บริโภค สื่อใหม่ สื่อสังคม จะให้ความสำคัญในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ สื่อใหม่จึงมีบทบาทสำคัญในยุคชีวิตวิถีใหม่

การทำงานของสื่อใหม่ตามความต้องการของผู้บริโภคนั้น ดิจิทัลแพลตฟอร์มจึงตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ที่ต้องการเสพสื่อที่กระชับ รวดเร็ว มีเนื้อหาและวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ ไม่

ซ้ำซากจำเจ เป็น “Data Journalism” ที่สามารถหยิบยกข้อมูลที่น่าสนใจและน่าเชื่อถือมานำเสนอ ผสมผสานกับลูกเล่นใหม่ ๆ เช่น infographic visualization ทำให้เรื่องราวที่ยุ่งยากซับซ้อน สื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจและเข้าถึงง่าย สื่อมืออาชีพยุคใหม่จึงต้องเป็นนักสร้างสรรค์เนื้อหาในแพลตฟอร์มสื่อที่หลากหลาย โดยเฉพาะแพลตฟอร์มดิจิทัล

ต่อประเด็นแพลตฟอร์มสื่อดิจิทัลที่มีอยู่อย่างมากมายทำให้เกิดสื่อบุคคลที่เป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencer) มากขึ้น ซึ่งทำการสร้างสรรค์เนื้อหาที่สามารถทำงานคนเดียวได้ และนำเสนอเนื้อหาได้อย่างรวดเร็ว แต่ปัญหาที่ตามมาคือความฉาบฉวยและขาดการกลั่นกรอง ทำให้โอกาสความผิดพลาดในการนำเสนอเนื้อหาก็มีมากขึ้นด้วย

เนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนในการสร้างสรรค์ในเรื่องเกี่ยวกับเนื้อหาแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ อาจพิจารณาได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารข้ามสื่อ แต่เป็นรูปแบบที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติของกระบวนการสื่อสารของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเนื้อหาการท่องเที่ยวร่วมสร้างสรรค์ขึ้นจากประสบการณ์การท่องเที่ยวของตน ทั้งนี้สื่อใหม่บนโลกของสื่อสังคมเป็นปัจจัยเอื้อให้เกิดปรากฏการณ์การสื่อสารในลักษณะดังกล่าว การการแบ่งปัน (Share) ประสบการณ์ของผู้ใช้สื่อสังคมที่มีส่วนร่วมทางการสื่อสารอาจได้รับการนำเสนอผ่านภาพ ทักษะ คำวิจารณ์เกี่ยวกับงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

อย่างไรก็ตามการร่วมสร้างสรรค์ในเรื่องเกี่ยวกับเนื้อหาแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณนั้น ทักษะในการสร้างสรรค์ทั้งของผู้ส่งสารและผู้รับสื่ออาจมีคุณลักษณะทางทักษะร่วมกันตามคุณลักษณะของสื่อใหม่ หากแต่ระดับความเข้มข้นของทักษะการสร้างสรรค์อาจมีความแตกต่างกัน มัทนา แซ่เตียว (2565) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างคำว่า ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และสื่อใหม่ (Creative, skill, new media) ว่าประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการที่สรุปเป็นคำสำคัญได้คือ สด ง่าย เกี่ยว ทั้ง ต่อได้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

“สด” เปรียบเทียบกับการทำอาหาร วัตถุดิบต้องสดใหม่ อาหารจึงจะอร่อยมีรสชาติ ไอเดียต้องประกอบด้วยความคิดใหม่ ไอเดียที่เคยมีการใช้แล้ว ไอเดียที่ถูกนำมาใช้ซ้ำบ่อย ๆ ย่อมไม่น่าสนใจ ตัวอย่างการทำให้เกิดไอเดียใหม่เช่น การเอาของสองอย่างที่ไม่น่าจะอยู่ด้วยกันให้มาอยู่ด้วยกันได้ หรือเอาสิ่งที่ต่างกันมาอยู่ด้วยกันเพื่อให้เกิดความสด

“ง่าย” คือความสามารถในการเข้าใจได้ทันที ไม่ต้องไปหาความหมายหรือตีความหมายต่อไปอีก

“เกี่ยว” คือ ความเกี่ยวข้องกับมิติอื่น ๆ เช่น กระแสความสนใจในขณะนี้เกี่ยวข้องกับอะไรเกี่ยวกับศัพท์ใหม่ ๆ อะไรบ้าง หรือเกี่ยวข้องกับเนื้อหาใหม่ ๆ ซึ่งมีความหลากหลายในการนำไปสู่การพัฒนาแนวความคิดในงานสื่อใหม่

“ทิ้ง” คือ ผลทางความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการดูงานของผู้รับสาร เป็นความรู้สึกที่ผู้สร้างสรรค์สอดแทรกไว้ในงานการสื่อสาร อาจอยู่ในวิธีการเล่าเรื่องที่มีความแปลกใหม่ สีสันที่แตกต่าง เพลงที่เข้ามาอยู่ในเนื้อหาที่ให้ความรู้สึกแบบคาดไม่ถึง เป็นต้น

“ต่อได้” คือ แนวความคิดที่ใหญ่เพียงพอที่จะพัฒนาต่อไปได้ ตัวอย่างเช่น ในที่ “Just do it” เป็นแนวคิดที่พัฒนาต่อไปได้ไม่จบสิ้น เป็น Big Idea ที่มีความแข็งแรง เพราะนำไปต่อได้ในหลาย ๆ รูปแบบ แนวคิดในยุคสื่อใหม่ควรพัฒนาไปต่อได้ เช่น อาจไม่ได้อยู่ในยูทูปแต่สามารถพัฒนาเป็นเนื้อหาในเฟซบุ๊กหรือแพลตฟอร์มอื่น ๆ ได้อย่างหลากหลาย

จากเนื้อหาที่ผู้มีส่วนในการสร้างสรรค์จนถึงแนวคิดการสร้างสรรค์ในงานสื่อใหม่ดังที่ได้กล่าวมานี้ ผู้วิจัยเห็นว่าการเกิดขึ้นของเนื้อหาสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณโดยมีผู้นำเสนอเนื้อหาหลักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์คือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในขณะที่สถานที่ท่องเที่ยวและภาพกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในสถานที่ต่าง ๆ มีการสร้างสรรค์ขึ้นโดยผู้ใช้สื่อออนไลน์ในแพลตฟอร์มที่มีความแตกต่างหลากหลาย แต่ด้วยรูปแบบของการใช้แฮชแท็กเพื่อเชื่อมโยงการสืบค้นของผู้ใช้สื่อคนอื่น ๆ ทำให้เนื้อหาของสื่อต่าง ๆ มีความเชื่อมโยงกัน ดังนั้นแนวคิดเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์จึงมีพลังอธิบายปรากฏการณ์การแบ่งปันเนื้อหาต่าง ๆ ของผู้ใช้สื่อซึ่งจะเป็นแรงกระเพื่อมสู่การขยายขอบเขตการสร้างสรรค์และการรับรู้เนื้อหาและประสบการณ์ของผู้คนในยุคสื่อใหม่ แนวคิดนี้ผู้วิจัยใช้เป็นแนวทางในการนำเข้าสู่ปัญหานำวิจัยในประเด็นประสบการณ์การแบ่งปันของผู้ใช้สื่อที่มีส่วนร่วมทางการสื่อสารต่อไป

2.6 แนวคิดเรื่องสัมพันธ์ (Intertextuality)

เนื้อหาภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบางเรื่องมีความเชื่อมโยงกับเนื้อหาทางวรรณกรรมและ/หรือภาพยนตร์ที่เคยนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิง

จิตวิญญาณ ดังนั้นแนวคิดสัมพันธบททางการสื่อสารจึงมีส่วนสำคัญในการนำมาเพื่อพัฒนาประเด็นปัญหามาวิจัยและเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

การสื่อสารในยุคสื่อใหม่ เป็นยุคสมัยที่เนื้อหาของสื่อต่าง ๆ มีการเผยแพร่ไปอย่างกว้างขวางพอ ๆ กับจำนวนเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อร่วมสร้างสรรค์ โดยที่เทคโนโลยีสื่อใหม่เป็นตัวเร่งให้การเข้าถึงสารต่าง ๆ เป็นไปโดยง่ายและไม่มีพรมแดน การสร้างสรรค์งานของสื่อใหม่ จึงมีปรากฏการณ์การนำเนื้อหาที่มีอยู่แต่เดิมที่เคยปรากฏในสื่ออื่น ๆ ที่แตกต่างหลากหลายมาจัดเรียบเรียงใหม่ ประยุกต์ ผสมผสาน ทั้งในส่วนของเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ โดยที่ผู้สร้างสรรค์และผู้ใช้สื่อต่างเชื่อในระดับหนึ่งว่าพวกเขาจะเชื่อมโยงความหมายผ่านรูปสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่เขาสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ได้ กระบวนการสร้างสรรค์และเล่าเรื่องเช่นนี้ เป็นกระบวนการที่เรียกว่า การสร้างสัมพันธบท

แนวคิดเรื่องสัมพันธบทมีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดเริ่มต้นคือ ดัวบท (Text) Schwandt (1997) จำแนกความหมายของคำว่า “Text” หรือ “ดัวบท” ออกเป็น 3 ลักษณะดังต่อไปนี้

1. ดัวบท คือ สิ่งใด ๆ ก็ตามที่กระบวนการแสวงหาความรู้ทางสังคมให้การศึกษา เช่น เกม การแสดง ประโยคในเอกสาร หรืออื่น ๆ ที่แสดงถึงชีวิตทางสังคม
2. ดัวบท เป็นศูนย์กลางของการสื่อความหมาย พิจารณาดัวบทในกระบวนการทัศน์ปรัชญาของการแปลความ (Philosophy of Hermeneutics) สนใจศึกษาดัวบท ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการตีความภาษา และความหมาย พิจารณาดัวบท ในฐานะที่เป็นศูนย์กลางของการสื่อความหมาย แนวคิดนี้เชื่อว่า การตีความดัวบท ไม่สามารถที่จะแยกประสบการณ์ของผู้ตีความออกไปได้ ดัวบทในที่นี้มีความหมายรวมถึงสิ่งใด ๆ ที่เป็นสิ่งสะท้อนได้ถึงเรื่องราวทางสังคมรวมทั้งการกระทำทางสังคม ซึ่งเชื่อว่าสามารถ “อ่าน” ได้เหมือนกับดัวบทที่เป็นลายลักษณ์อักษร
3. ดัวบท คือทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้น ถือว่าทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้นเป็นดัวบททั้งหมด เช่น ประสบการณ์ของบุคคล เหตุการณ์ในชีวิตประจำวัน ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งใด ๆ กิจกรรมต่าง ๆ แบบแผนวิธีปฏิบัติ ประดิษฐกรรมทางวัฒนธรรม เป็นต้น ทักษะนี้อธิบายคุณลักษณะของดัวบท ไว้ 3 ประการดังนี้

- ก. ทุกคนสามารถอ่านตัวบทได้ แต่ผู้อ่านที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายหลักอาจอ่านตัวบทได้แตกต่างกันไปหรืออาจเลือกอ่านสารบางอย่างที่มีความเฉพาะเจาะจง
- ข. ตัวบทของงานการสื่อสารมีลักษณะปลายเปิด (open ended) สามารถที่จะตีความได้ไม่รู้จบ
- ค. ตัวบททุกประเภทมีความสัมพันธ์กับตัวบทอื่น ๆ เรียกว่า สัมพันธบท (Intertextuality)

ต่อประเด็นความหมายของสัมพันธบทนั้น นักวิชาการด้านการสื่อสารในสาขาต่าง ๆ ได้ให้ความหมายที่คล้ายคลึงกันดังจะประมวลได้ดังนี้

International Encyclopedia of Communications ซึ่งมี Gerbner, George (1989) นักวิชาการรุ่นบุกเบิกของวงการนิเทศศาสตร์ศึกษา ได้ให้ความหมายของสัมพันธบทว่า ความสัมพันธ์ของตัวบทตัวใดตัวหนึ่งที่ถูกแต่งขึ้นกับตัวบทอื่น ๆ

McQuail (2000) ได้ให้ความหมายของคำว่าสัมพันธบทว่า ความโน้มเอียงที่เนื้อหาของสื่อที่มีความแตกต่างกันมีการอ้างอิงถึงกันและกันในระดับที่แตกต่างกันอีกทั้งมีการข้ามประเภทงาน (Genres) ทางการสื่อสาร ทั้งนี้กระบวนการนี้จะเกิดขึ้นได้โดยมีผู้รับสารเป็นผู้สร้างความหมายให้เกิดปฏิสัมพันธ์ทางด้านเนื้อหาผ่านสื่อ ปฏิสัมพันธ์นี้มีขอบเขตที่ขยายจากเนื้อหาของสื่อหนึ่งไปยังวัตถุหรือตรรกะอื่นใดเพื่อการบริโภคในเชิงการค้า การโฆษณาสินค้ามีเจตนาแรงกล้าในการทำให้ผู้รับสารเกิดปฏิสัมพันธ์ความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาต่างๆ ไปยังสินค้าได้ การสนทนากันระหว่างผู้รับสารเป็นการขยายขอบเขตและอิทธิพลของเนื้อหาสารแรกเริ่มไปสู่ชีวิตประจำวันและการใช้ภาษา

Hayward (2006) อธิบายความหมายของสัมพันธบทในงานภาพยนตร์ว่าหมายถึง การอ้างอิงถึงตัวบทอื่น ๆ หรือตัวบทในอดีต การสัมพันธบทจึงเป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทสองตัวบทหรือมากกว่า ภาพยนตร์ส่วนใหญ่ต้องเชื่อมโยงกับตัวบทอื่น ๆ เสมอ ภาพยนตร์เรื่องหนึ่งหากไม่เชื่อมโยงกับตัวบทต้นฉบับ ก็จะเชื่อมโยงกับ นิยาย หรือบทละคร การถ่ายภาพในภาพยนตร์อาจเชื่อมโยงกับภาพวาด เชื่อมไปถึงภาพยนตร์ในอดีต เพลงในภาพยนตร์ก็เป็นการเชื่อมโยงตัวบทด้วย

Goddard (1998) กล่าวถึงความหมายของคำว่าสัมพันธบทในงานวงการโฆษณาว่า เป็นวิธีการที่ตัวบทหนึ่ง ๆ สามารถชี้โยงไปถึงตัวบทอื่น ๆ ทั้งนี้โดยที่ตัวบทเริ่มต้น (original text) หรือตัวบทต้นทางที่ถูกอ้างอิงถึงนั้นจะมีการทิ้ง “ร่องรอย” (trace) บางอย่างไว้ใน ตัวบทปลายทางหรือ

ตัวบทชั้นรอง (secondary text) ให้สามารถเชื่อมโยงความหมายได้ ดังนั้น ผู้รับสารที่จดจำ “เรื่องรอย” หรือรูปสัญลักษณ์ได้จะเชื่อมโยงความหมายได้ทันที ซึ่งการจดจำตัวบทต้นทางอาจนำไปสู่การตีความหมายแฝงหรืออุดมการณ์ที่แฝงอยู่ ผู้รับสารอาจสร้างความรู้สึกถึงอดีต (sense of nostalgia) และอาจก่อให้เกิดความรู้สึก “พิเศษ” ที่เขาสามารถ “ถอดรหัส” ทางการสื่อสารได้

กาญจนา แก้วเทพ (2553) ได้ประมวลแนวคิดเกี่ยวกับความหมาย ที่มาของแนวคิดเรื่องสัมพันธ์ที่ว้าวย่างรอบด้านโดยกล่าวว่าคำว่า “Intertextuality” เป็นคำศัพท์ทางวิชาการคำหนึ่ง เกิดขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 1960 ผู้ที่เริ่มใช้คำนี้คือ J. Kristeva นักวิชาการชาวบัลแกเรีย และมีการนำเอาคำ ๆ นี้มาใช้ในวงวิชาการภาษาไทยอย่างหลากหลาย เช่น การเชื่อมโยงเนื้อหา การถ่ายทอดเนื้อหา การถ่ายทอดโยงข้าม สัมพันธ์บท สหบท ฯลฯ โดยคำแปลชุดหนึ่งที่ถูกใช้กันมากกว่าคำแปลอื่น ๆ คือ คำแปลว่า “การถ่ายทอดเนื้อหา” หรือ “การเชื่อมโยงเนื้อหา” ในคำแปลชุดนี้ แปลคำว่า “text” เท่ากับ “เนื้อหา” หากพิจารณาด้วยกรอบของแบบจำลองการสื่อสาร S-M-C-R แล้ว คำว่า “เนื้อหา” จะมีค่าเท่ากับตัว M – Message แต่คำว่า “text” (ในภาษาไทยมักแปลว่า “ตัวบท”) นั้น เป็นคำศัพท์เฉพาะที่สำนักคิดวัฒนธรรมเชิงวิพากษ์ (Critical Cultural Studies) นำเอา “คำเก่า” แต่มาใช้ใน “ความหมายใหม่”

กาญจนา แก้วเทพ (2553) ได้ประมวลนิยามและแนวคิดของนักวิชาการท่านต่าง ๆ ที่กล่าวถึงเรื่อง สัมพันธ์บท โดยจะขอยกมาเป็นบางท่านเพื่อให้เห็นภาพรวมของแนวคิดนี้ได้ชัดเจนขึ้น ดังนี้

Berger (1992,อ้างในกาญจนา แก้วเทพ, 2553) ให้คำนิยามว่า สัมพันธ์บทเป็นการใช้หรือการสร้างตัวบทใหม่ด้วยบทหนึ่ง (อาจจะโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้) จากวัตถุดิบอื่น ๆ ซึ่งเป็นตัวบทเดิมที่มีอยู่แล้ว ตัวอย่างที่เด่นชัดที่สุดของสัมพันธ์บทก็คือ “ละครตลกประเภทล้อเลียน” (parody) ซึ่งจำเป็นต้องมี “ตัวละครต้นฉบับ/ต้นทาง” ก่อน ละครตลกล้อเลียนซึ่งเป็น “ตัวบทปลายทาง” จึงจะนำเอามาแสดงต่อได้ เช่น ละครเวทีเรื่อง “อลหม่านบ้านทรายทอง” ซึ่งจำเป็นต้องมีนวนิยาย/ละครโทรทัศน์/ภาพยนตร์เรื่อง “บ้านทรายทอง” เป็นวัตถุดิบ/ต้นฉบับ ละครตลกประเภทล้อเลียนนี้เรียกร่องผู้ชมซึ่งจะต้องรู้จัก “ตัวบทต้นฉบับต้นทาง” ด้วย มิฉะนั้นก็จะไม่เข้าใจตัวบทในละครตลกนั้น

Schirato & Yell. (2000) นิยามว่า สัมพันธ์บทเป็นกระบวนการสร้างความหมายในตัวบทหนึ่งที่เกิดมาจากการอ้างอิงจากตัวบทอื่น ๆ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการหมุนเวียนและ

แลกเปลี่ยนความหมายซึ่งแต่ละความหมายนั้นมิได้ขึ้นอยู่กับอย่างใดเดี๋ยวนั้น แต่ทว่ามักเป็น “กลุ่มก้อน” (package of meaning) ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็น “ผู้สร้าง/ผู้ผลิตตัวบท” หรือเป็น “ผู้อ่าน/ผู้เล่น/ผู้ดู/ผู้ชม/ผู้ฟัง” ตัวบทก็ตามจะต้องใช้ “ความหมาย” ที่เก็บสะสมไว้จากตัวบทก่อน ๆ มาใช้ร่วมอยู่ด้วยเสมอ

Fiske (1987) กล่าวถึงทฤษฎีสัมพันธภาพว่า ทั้งกระบวนการผลิตและโดยเฉพาะอย่างยิ่งกระบวนการบริโภค/การอ่าน (reading) ตัวบทใดตัวบทหนึ่งนั้นจำเป็นต้อง “เกี่ยวข้องกับ/ใช้/มีความสัมพันธ์กับตัวบทอื่น ๆ อยู่เสมอ” และผู้อ่านจะต้องนำเอา “ฐานของความรู้ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับตัวบทนั้นมาใช้” ความสัมพันธ์ที่กล่าวถึงนี้ไม่จำเป็นต้องแสดงออกมาในรูปของ “การอ้างอิงให้เห็นอย่างชัดเจน” (เช่น ต้องบอกว่าภาพยนตร์เรื่องนี้สร้างมาจากนวนิยายเรื่องใด) รวมทั้งคนอ่านก็ไม่จำเป็นต้องล่วงรู้/รู้ตัวด้วยว่าตัวบทใหม่นั้นมีความสัมพันธ์กับตัวบทเก่าอะไร Fiske กล่าวว่า เรื่องของ “สัมพันธภาพ” เป็นเรื่องของ “ที่ว่าง” ที่อยู่ “ระหว่าง” ตัวบทต่าง ๆ มากกว่าจะเป็นเรื่อง “ในตัวบท” เอง

“สัมพันธภาพ” จึงหมายถึงความเชื่อมโยง/เกี่ยวเนื่องของความหมายใน 2 ระดับ ระดับแรกคือ ความเชื่อมโยงของความหมายที่ข้ามไปมาระหว่างผลงานสื่อประเภทต่าง ๆ ระดับที่สองคือการเชื่อมโยงของความหมายที่ข้ามไปมาระหว่างผลงานของสื่อกับประสบการณ์ทางวัฒนธรรมของผู้คน ดังนั้นความหมายของ Madonna นักร้องเพลงป๊อปที่มีชื่อเสียง ที่ถูกอ่านจากกลุ่มเด็กสาวกับชายสูงอายุที่อ่านนิตยสาร Playboy จึงแตกต่างกัน เพราะ “ประสบการณ์ทางวัฒนธรรม” ที่แตกต่างกันระหว่างผู้อ่านทั้ง 2 กลุ่ม

จากนิยามต่าง ๆ ของสัมพันธภาพนี้ กาญจนา แก้วเทพ (2553) เสนอว่ามีเนื้อหาบางประการที่เป็นข้อตกลงร่วมกันและอาจมีบางแง่มุมที่แตกต่างกันพอเป็นประเด็นได้ ดังนี้

ประเด็นที่ 1 มีบางนิยามที่พิจารณาเรื่องสัมพันธภาพในองค์ประกอบของระดับ “พื้นผิว” เช่น การถ่ายโอนตัวละคร เรื่องราว สไตล์ บทสนทนา ฯลฯ แต่บางนิยามจะเจาะลึกลงไปที่ “การถ่ายโยง/เชื่อมโยงระดับความหมาย” ไม่ว่าจะเป็นกระทำผ่านองค์ประกอบพื้นผิวใดก็ตาม

ประเด็นที่ 2 ประเด็นเรื่องความรู้ตัว/ไม่รู้ตัวในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างตัวบท ดูเหมือนว่าทุกนิยามจะเห็นพ้องต้องกันว่า การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นผ่านโครงเรื่อง เนื้อเรื่อง แก่นเรื่อง ตัวละคร ฉาก บทสนทนา ฯลฯ ทั้งในระดับผู้ผลิตและผู้รับสารนั้น ไม่จำเป็นว่า

จะต้องรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้ เพราะฉะนั้น สำหรับบทประพันธ์/ภาพยนตร์/บทเพลงของผู้แต่งบางท่านที่ระบุว่าเป็น “งานสร้างสรรค์” นั้น จึงไม่จำเป็นต้องเป็น “งานสร้างใหม่ทั้งหมด” แต่อาจจะเป็นการหยิบยืมมาจาก “ตัวบทเก่าอันใดอันหนึ่ง” หากทว่า ผู้หยิบยืมมานั้นไม่รู้ตัวทั้งนี้เพราะแนวคิดสัมพันธบทมีความเชื่อพื้นฐานดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ไม่มีตัวบทใดที่เกิดมาอย่างโดดเดี่ยวไม่เกี่ยวข้องกับตัวบทอื่น ๆ ทุกตัวบทย่อมมีความเกี่ยวข้องกับตัวบทอื่น ๆ ในระดับใดระดับหนึ่งเสมอ

ประเด็นที่ 3 ความเหมือนหรือความต่างระหว่าง “การอ้างอิง” (Allusion) กับ “สัมพันธบท” มีนักวิชาการบางท่านพยายามแยกความแตกต่างระหว่าง “การอ้างอิง” (Allusion) กับ “สัมพันธบท” ต่อประเด็นดังกล่าว อาจสรุปได้ว่าการอ้างอิงก็ถือว่าเป็น สัมพันธบททั้งสิ้น และยังได้ขยายแนวคิดว่าการอ้างอิงนั้นไม่จำเป็นต้องอยู่ในรูปแบบที่เราคุ้นเคย เช่น ในบทความวิชาการที่มีการอ้างอิงข้อความบุคคล/ผลงานแล้วทำเชิงอรรถเอาไว้เท่านั้น เพราะรูปแบบของการอ้างอิงในสื่อประเภทอื่น ๆ อาจจะแตกต่างและหลากหลายออกไป ตัวอย่างเช่น ในภาพยนตร์ ผู้กำกับภาพยนตร์บางคนอาจจะนำเอาฉากเหตุการณ์ที่ภาพยนตร์เรื่องอื่นๆ เคยใช้มาแล้ว มาใช้ใหม่ในฉากของตน

อย่างไรก็ตาม ผลที่เกิดขึ้นจากสัมพันธบทคือ การยุบรวมของความหมาย (Implosion of meaning) ซึ่งเป็นผลมาจากการบูรณาการความหมายของตัวบทต้นทาง เพื่อบังเกิดเป็นความหมายใหม่ หรือกล่าวสั้นๆ หนึ่ง ผลที่เกิดขึ้นจากสัมพันธบทคือ การยุบรวมความหมายนั่นเอง ด้วยเหตุประการนี้ส่งผลให้เกิดการ “เร่ง” ทางการสื่อความหมายได้รวดเร็วขึ้น โดยมีเงื่อนไขความสำเร็จอยู่ที่ความจดจำตัวบทที่มีมาก่อนของผู้รับสาร

กระบวนการสร้างสัมพันธบท จึงเกี่ยวข้องกับตัวบทที่มีมาก่อน (pre-text) หรือความทรงจำของผู้รับสารที่มีต่อตัวบทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง แนวคิดนี้เชื่อว่างานสร้างสรรค์ใด ๆ เป็นสิ่งที่ได้รับอิทธิพลจากตัวบทอื่น ๆ รวมทั้งอุดมการณ์ที่เกี่ยวข้อง ถ้าหากความหมายของตัวบทมีเพียงเฉพาะการตีความภายในตัวบท (Intratext) ก็จะไม่มีการเชื่อมโยงกับตัวบทภายนอก จะทำให้งานนั้น ๆ ขาดการเชื่อมโยงระหว่างตัวงานกับความเป็นจริง

ต่อประเด็นดังกล่าว นพพร ประชากุล (2543, อ้างถึงในจันทน์ เจริญศรี, 2544) ได้เสนอว่า มโนทัศน์ “สัมพันธบท” เป็นแนวคิดที่แทนความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลในรูปแบบสุดขั้ว หมายความว่า แต่ละตัวบทไม่ได้เป็นอิสระจากกันแต่มีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน ฉะนั้นจึงเป็นไปได้ที่จะกล่าวว่าอะไรเป็นสาเหตุของอะไรหรืออีกนัยหนึ่งหมายถึง ทุก ๆ ตัวบทหยิบยืมมาจากอีกตัวบท

หนึ่ง ไม่มีตัวบทใดสมบูรณ์ในตัวเอง ฉะนั้นเราจะไม่สามารถเข้าใจตัวบทใด ๆ ได้โดยไม่อ้างอิงจากตัวบทอื่น นอกจากนี้มีโน้ตสันต์ดังกล่าวยังมีนัยยะถึงการปฏิเสธความริเริ่ม (originality) ของประพันธ์อีกด้วย เพราะถือว่าทุกตัวบทหยิบยืมมาจากตัวบทอื่นทั้งสิ้น

รูปแบบของสัมพันธบทที่ปรากฏในงานการสื่อสารต่าง ๆ นั้น นับวันจะมีมากมายหลากหลายกลยุทธ อย่างไรก็ตามรูปแบบพื้นฐานที่พบได้บ่อยและได้รับการอ้างอิงถึงใน International Encyclopedia of Communications มีดังนี้ (Gerbner, 1989)

- การกล่าวพาดพิงถึง text อื่น (allusion)
- การล้อเลียนบทประพันธ์ บุคคล เรื่องราว ที่มีมาก่อน (parody)
- การเล่นตลกเชิงล้อเลียน เสียดสี (burlesque)
- การลอกเลียนแบบ (travesty)
- ผลงานการเลียนแบบในทางศิลปะ คนตรี วรรณคดี ในลักษณะการผสมผสาน (pastiche)
- การทำสำเนาขึ้นจากต้นฉบับ (imitation)
- การอ้างอิง พาดพิงถึง (quotation)
- รูปแบบอื่นใดที่ทำให้เกิดการสะท้อนไปถึง text อื่น ๆ (textual echoing)

ตัวอย่างรูปแบบที่หลากหลายของการสร้างสัมพันธบทในสื่อต่าง ๆ อาทิ วงการเพลงอาจนำเพลงบางท่อน บางส่วนของศิลปินคนอื่นมาใส่ไว้ในเพลงของตนเอง ซึ่งเรียกว่า sampler โดยเพลงที่นำมาใส่นั้น อาจเป็นเพลงคนละแนวทางการก็ได้ เช่น เพลงลูกทุ่ง หมอลำ ในปัจจุบัน นิยมนำเพลง rap หรือ เพลง hip-hop มาแทรกไว้ วงการโฆษณาอาจนำเนื้อหา เรื่องราว จากภาพยนตร์ จากนิทาน จากวรรณคดี มาสร้างสรรค์เป็นผลงานโฆษณา ขณะเดียวกันวงการภาพยนตร์ก็อาจนำละครโทรทัศน์มาสร้างเป็นภาพยนตร์ หรือนำนิยายมาดัดแปลงหรือนำเรื่องจริงมาดัดแปลงเป็นภาพยนตร์ด้วย

การสร้างสัมพันธบทในยุคหลังสมัยใหม่ที่มีการใช้สื่อใหม่ที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์เนื้อหา นั้นได้กลายมาเป็นวิธีการสำคัญอย่างหนึ่งของกระบวนการผลิตวัฒนธรรมของสังคมจนอาจกล่าวได้ว่าการสร้างสัมพันธบทเป็นคุณลักษณะหนึ่งของยุคหลังสมัยใหม่ได้ เนื่องจากปัจจัยหลัก 2 ข้อแรกคือ ความเจริญเติบโตของเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทำให้กระบวนการผลิตซ้ำเป็นไปอย่างง่ายดายจากความทันสมัยที่ใช้ได้ง่ายของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ และปัจจัยที่สองอาจ

เป็นเพราะคำกล่าวของนักคิดยุคหลังสมัยใหม่ที่ว่าในยุคสมัยนี้ในแง่องค์ประกอบ (element) แล้วไม่น่าจะมีอะไรแปลกใหม่ สิ่งที่น่าจะทำให้แปลกใหม่ขึ้น น่าจะอยู่ที่ “การผสมผสาน การจัดระบบ การจัดวางความสัมพันธ์” (hybridize, organize, relation) เท่านั้น

เนื่องจากรูปแบบของสัมพันธ์ที่มีความแตกต่างหลากหลายอย่างมาก ในส่วนของภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจอย่างมีสัมพันธ์ชัดเจนกับสื่อภาพยนตร์เช่น วัดมหาบุศย์ กรุงเทพมหานคร มีสัมพันธ์กับภาพยนตร์เรื่อง แม่พระโขง หรือนางนาค หรือ พี่มากพระโขนง เป็นต้น หรือสถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนาหรือศาสนสถานในศาสนาต่าง ๆ มักมีการอ้างอิงถึงวรรณกรรมเนื่องในศานนนั้น ๆ ดังนั้นการวิเคราะห์วิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ของภาพถ่ายท่องเที่ยวดังกล่าวจึงสามารถใช้แนวคิดการสร้างสัมพันธ์มาเป็นแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลได้

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Poggendorf (2023) ศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนทัศน์ใหม่ของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณสู่การยกระดับของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายความแตกต่างของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณแบบดั้งเดิมกับกระบวนทัศน์การท่องเที่ยวแบบใหม่ ผลของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่มีต่อนักท่องเที่ยว การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการพรรณนาวิเคราะห์กรณีศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สถานที่ศึกษาเป็นศาสนสถานที่ได้รับการประกาศเป็นมรดกโลกในประเทศญี่ปุ่น และโรงแรมที่บริหารจัดการด้วยกระบวนทัศน์แบบใหม่ในประเทศอังกฤษและเยอรมัน

ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยกระบวนทัศน์ของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณสามารถจำแนกได้สองลักษณะคือ การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณแบบดั้งเดิม (Traditional spiritual tourism) และการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณกระบวนทัศน์ใหม่ (New spiritual tourism paradigm) โดยมีลักษณะร่วมกันคือ ยังคงอยู่ภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เน้นหลักความสมดุลระหว่างสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจบนโลกทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงสมดุลระหว่างโลกภายนอกของแหล่งท่องเที่ยวกับจิตใจของผู้คน ความแตกต่างของการท่องเที่ยวทั้งสองลักษณะคือ ระดับความเข้มข้นของนัยความสำคัญทางประวัติศาสตร์ สถานที่ตั้งที่มีนัยของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการประกาศให้เป็นมรดกโลก ความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งทรัพยากรและสภาพภูมิศาสตร์

การท่องเที่ยว ระดับความเข้มงวดของการคุ้มครองระบบการบริหารจัดการตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในกระบวนทัศน์แบบดั้งเดิมมีความเข้มแข็งมากกว่าการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณกระบวนทัศน์ใหม่ที่มาในรูปแบบโรงแรม ที่พัก ฟาร์มสเตย์ ไม่ใช่ศาสนสถานดังเช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณแบบดั้งเดิม

Chompunuch and Ruchi (2023) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณทางจิตวิญญาณ ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ถ้ำนาคาในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสบการณ์ของนักเดินทางท่องเที่ยวที่เดินทางไปถ้ำนาคาเพื่อวัตถุประสงค์ทางด้านจิตวิญญาณและการอธิษฐานเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งอันพึงประสงค์ รวมทั้งประสบการณ์การเตรียมกายและจิตใจที่เชื่อมโยงกับความเชื่อในขั้นตอนก่อนการเดินทางแสวงบุญ ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธี Netnography ซึ่งเป็นการสังเกตและวิเคราะห์เนื้อหาเรื่องราวการแบ่งปันเนื้อหาและปฏิสัมพันธ์ในสื่อเฟซบุ๊กโดยเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับความศักดิ์สิทธิ์ของปู่อือลือและถ้ำนาคา

ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งทำการชำระล้างจิตใจให้บริสุทธิ์ก่อนการเดินทางไปถ้ำนาคาด้วยการฝึกสมาธิ การสวดมนต์ การบำเพ็ญศีลห้า และการรับประทานอาหารมังสวิรัต การเตรียมความพร้อมด้านร่างกายเพื่อการเดินทางขึ้นภูเขาที่มีระดับความสูง 1,400 เมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 4-5 ชั่วโมง ทั้งนี้สถานที่แห่งนี้มีองค์ประกอบทางด้านแหล่งความเชื่อทางคติชนเกี่ยวกับพญานาค โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณพื้นที่ถ้ำนาคา ผู้วิจัยเสนอแนะว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนผ่านการใช้สื่อมวลชนและสื่อใหม่ที่ใช้สื่อปัจเจกบุคคลเป็นผู้สร้างเนื้อหาตลอดจนส่งเสริมการสร้างสร้งงานสถาปัตยกรรมและประติมากรรมที่มีนัยทางการสื่อความหมายที่เกี่ยวข้องกับพญานาค

Subhadeep, Soumend, Seema (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงศาสนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ: ยุคของการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในประเทศอินเดีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายสภาพการณ์ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในประเทศอินเดีย ผลการวิจัยพบว่าการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นปรากฏการณ์ที่มีความซับซ้อนมากในยุคปัจจุบัน เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในอินเดียยังไม่ได้ได้รับการยอมรับเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิงศาสนา อย่างไรก็ตามพบว่าการฝึกปฏิบัติทางจิตวิญญาณหลายรูปแบบของอินเดียได้รับความนิยมในบริบทของสังคมตะวันตก ส่งผลกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวจากส่วนต่าง ๆ ของโลกเดินทางมายังประเทศอินเดียเพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้ในตนเอง นักท่องเที่ยวจำนวนมากข้ามพรมแดนระหว่างประเทศเพื่อการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่เคยเดินทางไปในที่

ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมาก่อน และนักท่องเที่ยวไม่เคยมีปฏิสัมพันธ์กับการแสดงออกทางจิตวิญญาณที่หลากหลาย การเข้ามาของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดความสัมพันธ์จากการพบปะกับผู้คนในพื้นที่ ส่งผลต่อการกระตุ้นศักยภาพในการสร้างประสบการณ์ทางจิตวิญญาณที่ลึกซึ้งและการเติบโตทางจิตวิญญาณที่เปลี่ยนแปลงชีวิตของนักท่องเที่ยวได้

นอกจากนี้ยังพบว่า ในประเทศอินเดียการท่องเที่ยวมีความสนใจในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแสวงบุญหรือการท่องเที่ยวเชิงศาสนาหลายทศวรรษ แต่ในสถานการณ์ปัจจุบันได้เกิดปรากฏการณ์ย้ายถิ่นของนักท่องเที่ยวจากประเทศตะวันตกมายังประเทศอินเดียในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมากขึ้นทำให้เห็นถึงศักยภาพการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ผู้วิจัยได้เสนอว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดทำกลยุทธ์การส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในด้านการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในอินเดียให้เป็นรูปธรรมมากขึ้นเพื่อรองรับการเติบโตของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

Nadech Kugimiya and Grit Thonglert (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การวิจัยและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยววิถีชุมชน หมู่บ้านร่องกล้า อำเภอนครไทย จังหวัดพิษณุโลก งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์ เนื้อหาและองค์ประกอบภาพ ในสื่อวีดิทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีชุมชน จำนวน 3 เรื่อง ได้แก่ 1) การท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดสระแก้ว โดยเฟซบุ๊กแฟนเพจ พ่อบ้านพาเที่ยว 2) เที่ยวตลาดสวนมะม่วง จังหวัดจันทบุรี กับ Local Alive โดย นิตยสาร อะเดย์ (a day) และ 3) เข้าถิ่นพาเที่ยวชุมชนโคกวัด จังหวัดปราจีนบุรี โดย สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดปราจีนบุรี โดยนำผลการวิจัยมาสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ป็นสื่อเพื่อเผยแพร่แนวคิดการท่องเที่ยววิถีชุมชน ของหมู่บ้านร่องกล้า อำเภอนครไทย จังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่า 1) มิติด้านเนื้อหาเชิงรูปธรรม ได้แก่ การมีแผนที่ตั้งของชุมชนชัดเจน มีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสัมผัสได้ และมีผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ด้านเนื้อหาเชิงนามธรรม ได้แก่ วิถีชีวิตแบบเรียบง่าย และการใช้ชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง 2) มิติด้านสี มีการใช้สีที่มีอยู่ตามธรรมชาติ (Earth Tone) ให้ความรู้สึกอุดมสมบูรณ์ มีความเชื่อมโยงกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 3) มิติด้านการจัดองค์ประกอบภาพ มีการใช้มุมภาพที่หลากหลายเพื่อสร้างความน่าสนใจให้ผู้ชมติดตามตลอดทั้งคลิปวีดิทัศน์ 4) มิติด้านแสง มีการใช้แสงธรรมชาติ และ 5) มิติด้านการแสดงออกของอารมณ์ภาพ การแสดงท่าทีความเป็นมิตรของผู้ดำเนินเรื่อง ทำให้ผู้ชมรู้สึกอยากมีส่วนร่วมในการเดินทางท่องเที่ยววิถีชุมชน

ประภาพร แสงยากุล (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อความหมายจิตวิญญาณท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวผ่านนิเวศพิพิธภัณฑสถานของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการประกอบสร้างจิตวิญญาณท้องถิ่นผ่านนิเวศพิพิธภัณฑสถานของประเทศไทย วิธีการสื่อความหมายจิตวิญญาณท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวผ่านนิเวศพิพิธภัณฑสถานของประเทศไทยและเสนอรูปแบบการสื่อความหมายผ่านนิเวศพิพิธภัณฑสถานของประเทศไทย โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานภาครัฐและผู้มีส่วนได้เสียภายนอก ภัณฑารักษ์ชุมชนหรือคนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยว รวม 45 คน โดยเป็นผู้เกี่ยวข้องกับนิเวศพิพิธภัณฑสถานแห่งในจังหวัดตราดได้แก่ นิเวศพิพิธภัณฑสถานบ้านยายม่อม นิเวศพิพิธภัณฑสถานท่าแร่และ และนิเวศพิพิธภัณฑสถานช้างทุน และใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวในนิเวศพิพิธภัณฑสถานทั้งสามแห่ง

ผลการศึกษาพบว่า การประกอบสร้างจิตวิญญาณท้องถิ่นชุมชนเกิดจากองค์ประกอบที่สำคัญคือ 1) ทรัพยากรทางวัฒนธรรม 2) ภูมิทัศน์ 3) การสั่งสมและการสืบทอด ในส่วนของวิธีการสื่อความหมายจิตวิญญาณท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวผ่านนิเวศพิพิธภัณฑสถานของประเทศไทยใช้วิธีการสื่อความหมายผ่านบุคคล กิจกรรม สื่อออนไลน์และสื่อออนไลน์ รูปแบบการสื่อความหมายจิตวิญญาณท้องถิ่นที่ส่งผลต่อประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับประกอบด้วย ในระดับขั้นแรกคือความเข้าใจ ในระดับที่สองคือ ความซาบซึ้งใจ และระดับสูงสุดคือ การพัฒนาจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ผลการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการสื่อสารความหมายทางการท่องเที่ยวในชุมชนหรือรูปแบบการท่องเที่ยวอื่น ๆ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะนำไปสู่การสร้างอรรถรสและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

วสันต์ จันทร์ประสิทธิ์ (2561: 1-17) ได้เสนอว่าเนื้อหาในสื่อสังคมที่ใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวควรเน้นในเชิงอารมณ์ความรู้สึกมีเป้าหมายเพื่อ 1) สร้างภาพลักษณ์ให้แหล่งท่องเที่ยว มีความโรแมนติก 2) ทำให้นักท่องเที่ยวหลงรักแหล่งท่องเที่ยว 3) ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการไปเยือนแหล่งท่องเที่ยว 4) เพิ่มจำนวนการจองห้องพักหรือสถานบริการในแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้อารมณ์ความรู้สึกที่นำไปสู่การเชื่อมโยงควรมีลักษณะเป็น ก) เรื่องราว ข) การนำเสนอลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมเป็นพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวบางกลุ่มหรือการท่องเที่ยวในบางโอกาส ค) ความโรแมนติกของแหล่งท่องเที่ยว ง) การสร้างบุคลิกภาพให้แหล่งท่องเที่ยว จ) การสร้างภาพลักษณ์ให้แหล่งท่องเที่ยวด้วยการนำแหล่งท่องเที่ยวไปเชื่อมโยงกับบางสิ่งบางอย่างที่มีความหมายในด้านบวก ฉ) การส่งเสริมให้มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ช) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบในวงกว้าง

Hana และ Joseph (2017) ศึกษาวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงโยคะ: การทำให้เป็นสินค้าและการยอมรับจากตะวันตกของการปฏิบัติทางจิตวิญญาณตะวันออก โดยทำการศึกษาการเติบโตของปรากฏการณ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับโยคะและการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ซึ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวทั้งสองอย่างนี้เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (wellness tourism) ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงกับเรื่องจิตวิญญาณมานานแล้วดังเช่น การเดินทางแสวงบุญ ซึ่งถือว่าเป็นการเปิดทางให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวบุคคล การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณกับการท่องเที่ยวโยคะเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากมีแรงจูงใจร่วมกันในเรื่องของการรวมร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ

งานวิจัยนี้ทำการสำรวจข้อมูลจากการนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกที่เดินทางเข้ามายังรัฐมหาราษฏร์ (Maharashtra) ประเทศอินเดีย ในปีค.ศ. 2014 และ 2015 รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตการณ์ทางคุณภาพ ซึ่งนำมาวิเคราะห์ถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในเรื่องโยคะ โดยพบว่าการท่องเที่ยวโยคะเป็นหนึ่งในปรากฏการณ์ที่แสดงให้เห็นถึงการแบ่งขอบเขตที่ไม่ชัดเจนระหว่างการฝึกโยคะแบบดั้งเดิมของวิถีแบบอินเดียและวิถีโยคะในรูปแบบที่เป็นเชิงพาณิชย์ในโลกของวิถีปฏิบัติของชาวตะวันตก ทั้งนี้พบว่าการเรียกร้องให้มีการปฏิรูประบบของโยคะแบบตะวันตกเนื่องจากเป็นวิธีปฏิบัติที่ทำให้โยคะมีสภาพเป็นสินค้าและการพาณิชย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการเบี่ยงเบนจากหลักปฏิบัติทางจิตวิญญาณและการเปลี่ยนแปลงวิถีโยคะแบบดั้งเดิมตามแบบอินเดีย

พรชัย ฉันทวิเศษลักษณ์ (2559) ได้วิจัยเรื่อง การนำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนในรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อทราบการนำเสนอเนื้อหาวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนในรายการประเภทสารคดีทางโทรทัศน์ไทยทั้งในด้านจำนวน ปริมาณและประเภทเนื้อหา 2) เพื่อทราบทิศทางการนำเสนอเนื้อหาวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนในรายการประเภทสารคดี ทางโทรทัศน์ที่สถานีโทรทัศน์แต่ละประเภทนำเสนอ 3) เพื่อทราบถึงกระบวนการคัดเลือกเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนของผู้ผลิตรายการประเภทโทรทัศน์ของไทยแต่ละประเภทที่ทำการศึกษางานวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการสารคดีที่เป็น กลุ่มตัวอย่าง 4 รายการ จากสถานีโทรทัศน์ 3 ประเภท คือ สถานีโทรทัศน์ของรัฐ สถานีโทรทัศน์บริการสาธารณะ และสถานีโทรทัศน์ธุรกิจรวมถึงการวิเคราะห์ ข้อมูลจากเอกสารและเทปรายการสารคดีที่ออกอากาศ

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการนำเสนอประเด็นและเนื้อหาวัฒนธรรมของประเทศอาเซียน ในรายการสารคดีทางโทรทัศน์คือการมุ่งนำเสนอข้อมูลที่เป็นจริงของชีวิตคน สัตว์ เหตุการณ์ สิ่งของ ในช่วงเวลาหนึ่งด้วยความจริงจังเพื่อให้ความรู้ทั่วไประหว่างผู้ชมในเรื่องหนึ่ง ๆ โดยพบว่า รูปแบบที่นำเสนอของรายการสารคดีที่นำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน มีการใช้พิธีกรประจำรายการพูดโปรยประเด็นของเรื่องที่จะนำเสนอในแต่ละตอนให้ผู้ชมได้ทราบ แล้วจึงนำเข้าสู่เนื้อหาของสารคดีที่นำเสนอเรื่องราวผ่านภาพเหตุการณ์และเสียงบรรยายหรือบางรายการเลือกใช้พิธีกรลงไปดำเนินเรื่องในเนื้อสารคดีด้วย และปิดท้ายด้วยการสรุปสาระสำคัญของพิธีกรที่มีต่อประเด็นของเรื่องที่จะนำเสนอในตอนนั้น ๆ

การนำเสนอประเด็นและเนื้อหาของรายการสารคดีทางโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน เป็นไปตามแนวคิดและภูมิหลังประสบการณ์ที่แตกต่างกันของผู้ผลิตรายการแต่ละรายการ ส่งผลให้การนำเสนอรายการสารคดีออกมาเป็น 3 ลักษณะ คือ ก) ผู้ผลิตที่มีพื้นความรู้ เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เลื่อนนำเสนอประเด็นและเนื้อหา รายการที่เจาะลึกเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของแต่ละสังคม หรือ ข) เลื่อนนำเสนอประเด็นและ เนื้อหารายการเชื่อมโยงมิติวัฒนธรรมไปเกี่ยวข้องกับมิติการเมืองและเศรษฐกิจ และ ค) ผู้ผลิตที่มี พื้นความรู้ด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ จึงเลือกนำเสนอประเด็นและเนื้อหาในกรอบเสาหลัก ที่สามของประชาคมอาเซียน คือประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียนที่มีเนื้อหากว้างขวางกว่าแค่ เรื่องวัฒนธรรม ครอบคลุมประเด็นเรื่องสังคมด้วย ได้แก่ การพัฒนามนุษย์ การคุ้มครองและ สวัสดิการสังคม สิทธิและความยุติธรรมทางสังคม ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม การสร้างอัตลักษณ์ อาเซียนและการช่องว่างทางการพัฒนา

ทั้งนี้ลักษณะการนำเสนอรายการสารคดีจำแนกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ ลักษณะที่หนึ่ง การ นำเสนอประเด็นและเนื้อหาของรายการสารคดีโทรทัศน์ด้านวัฒนธรรมที่เลือกนำเสนอเฉพาะมิติ วัฒนธรรม เพื่อทำความเข้าใจเพื่อนบ้านในอาเซียน ผ่านวัฒนธรรมในเชิงวิถีชีวิต ประเพณี ให้เห็น ประชาชนที่เป็นตัวแทนของพลเมืองในประเทศนั้น ๆ ลักษณะที่สอง การนำเสนอประเด็นและ เนื้อหาของรายการสารคดีโทรทัศน์ด้านวัฒนธรรมที่นำเสนอมิติวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เชื่อมโยง สู่มิติการเมืองและเศรษฐกิจ เพื่ออธิบายเหตุการณ์ครอบคลุมได้หมดทั้งเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม ลักษณะที่สาม การนำเสนอประเด็นและเนื้อหาเชื่อมโยงมิติสังคมวัฒนธรรมกับมิติ การเมืองและเศรษฐกิจ ให้ผู้ชมได้เข้าใจสถานการณ์แห่งการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นจากการรวมตัว กันของประชาคมอาเซียน และส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนที่อยู่ในประเทศ สมาชิกประชาคมอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ องค์ประกอบแก่นเรื่องของรายการสารคดีโทรทัศน์ทั้ง 4

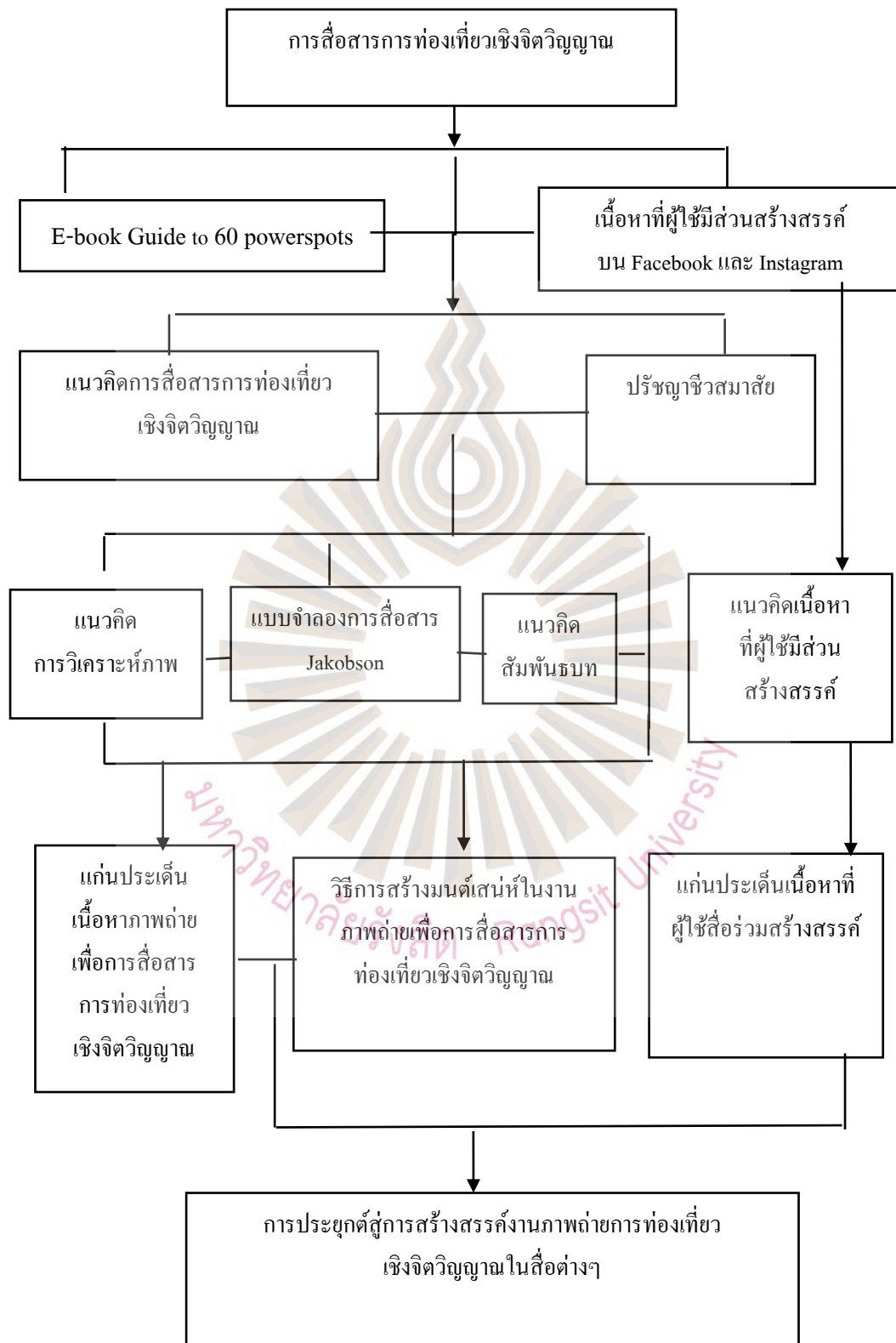
รายการ มีการนำเสนอ 3 แนวทาง คือ 1) แก่นเรื่องที่บอกเล่าเอกลักษณ์ของวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ของแต่ละประเทศในอาเซียน 2) แก่นเรื่องที่ชี้ให้เห็นข้อมูล ข้อเท็จจริงของแต่ละประเทศ แล้วเชื่อมโยงสู่ประเทศไทย 3) แก่นเรื่องที่คาดทำนายอนาคตที่จะเกิดขึ้นของประชาคมอาเซียน

2.8 ผังมโนทัศน์การวิจัย

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ประมวลผังมโนทัศน์การวิจัยที่มีความเชื่อมโยงระหว่างแหล่งข้อมูลที่นำมาศึกษา แนวคิดและทฤษฎีที่เชื่อมโยงกับแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล จำแนกตามประเด็นปัญหามาวิจัยทั้งสามข้อ ดังปรากฏเป็นแผนภาพที่ 2.1 ผังมโนทัศน์การวิจัยดังนี้



แผนภาพที่ 2.4 ผังมโนทัศน์การวิจัย



จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังที่ได้กล่าวมานี้ ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการเข้าสู่ปัญหาคำถามวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลตามรายประเด็นที่ปรากฏตามผังมโนทัศน์การวิจัย



บทที่ 3

วิธีวิทยาการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เอกสาร (Document analysis) การวิเคราะห์ตัวบท (Textual analysis) โดยมุ่งการศึกษาวิจัย 3 ประเด็นประกอบด้วย 1) แก่นประเด็นเนื้อหาภาพถ่ายและเรื่องประกอบภาพเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย เป็นการศึกษาด้วยการวิเคราะห์เอกสาร 2) วิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย เป็นการศึกษาด้วยการวิเคราะห์ตัวบท 3) วิเคราะห์แก่นประเด็นเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อสังคมสร้างสรรค์ขึ้น โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสารที่เป็นเนื้อหาการแบ่งปันของผู้คนในชุมชนออนไลน์ โดยเป็นการศึกษาตามสภาพธรรมชาติ (Naturalistic inquiry) ผู้วิจัยไม่รบกวน (non-intrusive) ผู้สื่อสารที่เป็นผู้สร้างเนื้อหาบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ทั้งนี้โดยมีขั้นตอนของวิธีวิทยาการวิจัยดังต่อไปนี้

3.1 แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลจำแนกได้ 2 จำแนกได้สองประเภทดังนี้

3.1.1 หนังสือE-book เรื่อง “Connecting to Spiritual Thailand A Guide to 60 Powerspots”

หนังสือ E-book เรื่องนี้เข้าถึงได้จากการสืบค้นคำว่า “CONNECTING TO SPIRITUAL THAILAND” (Palotai Design, 2023) หนังสือเล่มนี้เผยแพร่สู่สาธารณะด้วยการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยมีบริษัท Palotai Design เป็นผู้สร้างสรรค์และมีลิขสิทธิ์ในงานตั้งแต่ปี พ.ศ.2566 ใช้ภาษาอังกฤษตลอดทั้งเล่มเพื่อเผยแพร่สู่ผู้อ่านทั่วโลก ผู้อ่านสามารถเข้าถึงได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย โดยมีเนื้อหาและภาพเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในประเทศไทย หนังสือเล่มนี้ได้เผยแพร่สู่สาธารณชนครั้งแรกในปี พ.ศ. 2567 ทั้งยังได้รับการเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์

ที่เสนอเนื้อหาบริการเกี่ยวกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในระดับโลกคือ Agoda รวมทั้งสื่อต่าง ๆ ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย

เนื้อหาของหนังสือนำเสนอเรื่องราวและภาพถ่ายของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในประเทศไทยจำนวน 60 แห่ง จำแนกพื้นที่เป็น 6 เขตพื้นที่ตามลำดับในหนังสือดังนี้ (ผู้วิจัยใช้คำเรียกสถานที่ตามต้นฉบับภาษาอังกฤษ ไม่ได้ใช้ชื่อเต็มที่เป็นทางการเนื่องจากเป็นชื่อเรียกสถานที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าใจได้ทันที)

พื้นที่เขต 1 เขตกรุงเทพมหานคร นำเสนอเรื่องและภาพของสถานที่ลำดับที่ 1 ถึง 6 ดังนี้

- ลำดับ 1 ศาลหลักเมืองกรุงเทพฯ
- ลำดับ 2 ศาลพระโพธิสัตว์กวนอิม มูลนิธิเทียนฟ้า เขตสัมพันธวงศ์
- ลำดับ 3 วัดศรีมหาโพธิ์อัมมณ (วัดแขก สีลม)
- ลำดับ 4 ศาลพระพรหม โรงแรมเอราวัณ
- ลำดับ 5 ศาลเทพเจ้าอินทราเศรษฐี ประสงค์
- ลำดับ 6 ศาลแม่เฒ่า วัดมหาบุศย์ เขตสวนหลวง

พื้นที่เขต 2 เขตภาคกลาง นำเสนอเรื่องและภาพของสถานที่ลำดับที่ 7 ถึง 17 ดังนี้

- ลำดับ 7 วัดเจ็ดยอด ปทุมธานี
- ลำดับ 8 พระพุทธรูป สวรรค์บุรี
- ลำดับ 9 วัดนิเวศธรรมประวัติ พระนครศรีอยุธยา
- ลำดับ 10 ศาลพระกาฬ ลพบุรี
- ลำดับ 11 เทวาลัยพระพรหม สิงห์บุรี
- ลำดับ 12 ศาลพุ่มพวง ดวงจันทร์ สุพรรณบุรี
- ลำดับ 13 วัดจุฬามณี สมุทรสงคราม
- ลำดับ 14 วัดป่าพุทธาราม ราชบุรี
- ลำดับ 15 วัดบ้านถ้ำ กาญจนบุรี
- ลำดับ 16 วัดทัพศิลา กาญจนบุรี
- ลำดับ 17 ถ้ำพระยานคร ประจวบคีรีขันธ์

พื้นที่เขต 3 เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นำเสนอเรื่องและภาพของสถานที่ลำดับที่ 18 ถึง 22 ดังนี้

ลำดับที่ 18 พระคนศสามแห่ง ฉะเชิงเทรา

ลำดับที่ 19 ศาลเจ้าหน้าจาช่าไห้จื้อ ชลบุรี

ลำดับที่ 20 ศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่ ชลบุรี

ลำดับที่ 21 ปราสาทสังขธรรม ชลบุรี

ลำดับที่ 22 เขาคิชฌกูฏ จันทบุรี

พื้นที่เขต 4 เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นำเสนอเรื่องและภาพของสถานที่ลำดับที่ 23 ถึง 34 ดังนี้

ลำดับที่ 23 ไทรงาม นครราชสีมา

ลำดับที่ 24 ปราสาทหินเขาพนมรุ้ง บุรีรัมย์

ลำดับที่ 25 วัดถ้ำเหวสินไชย อุบลราชธานี

ลำดับที่ 26 วัดทุ่งเศรษฐี ขอนแก่น

ลำดับที่ 27 คำชะโนด อุดรธานี

ลำดับที่ 28 วัดถ้ำเอนาวัน หนองบัวลำภู

ลำดับที่ 29 วัดไทยโพธิ์พิสัย หนองคาย

ลำดับที่ 30 สะดือแม่น้ำโขง บึงกาฬ

ลำดับที่ 31 วัดภูทอก บึงกาฬ

ลำดับที่ 32 พิพิธภัณฑ์พระอาจารย์มั่น สกลนคร

ลำดับที่ 33 วัดพระธาตุพนม นครพนม

ลำดับที่ 34 พญานันตนคราช นครพนม

พื้นที่เขต 5 เขตภาคเหนือ นำเสนอเรื่องและภาพของสถานที่ลำดับที่ 35 ถึง 49 ดังนี้

ลำดับที่ 35 อุทยานสวรรค์ นครสวรรค์

ลำดับที่ 36 ศาลเจ้าแม่ทับทิม พิจิตร

ลำดับที่ 37 วัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว เพชรบูรณ์

ลำดับที่ 38 วัดราชคีรีหิรัญาราม พิษณุโลก

ลำดับที่ 39 ศาลสมเด็จพระนเรศวร พิษณุโลก

- ลำดับที่ 40 ศาลพระแม่ย่า สุโขทัย
- ลำดับที่ 41 วัดบ้านปาง ลำพูน
- ลำดับที่ 42 พระมหาธาตุพนมเมทนีดลและพระมหาธาตุพนมภูมิสิริ เชียงใหม่
- ลำดับที่ 43 อนุสาวรีย์สามกษัตริย์ เชียงใหม่
- ลำดับที่ 44 วัดคอกคำ เชียงใหม่
- ลำดับที่ 45 วัดพระธาตุคอกสุเทพ เชียงใหม่
- ลำดับที่ 46 วัดป่าแดด เชียงใหม่
- ลำดับที่ 47 วัดน้ำฮู แม่ฮ่องสอน
- ลำดับที่ 48 วัดติโลอาราม พะเยา
- ลำดับที่ 49 ศาลหลักเมืองขิงราย เชียงราย

พื้นที่เขต 6 ภาคได้ นำเสนอเรื่องและภาพของสถานที่ลำดับที่ 50 ถึง 60 ดังนี้

- ลำดับที่ 50 ศาลกรมหลวงชุมพร ชุมพร
- ลำดับที่ 51 สุสานเจ้าเมืองระนอง ระนอง
- ลำดับที่ 52 สวนธรรมเขานาในหลวง สุราษฎร์ธานี
- ลำดับที่ 53 วัดถ้ำเสือ กระบี่
- ลำดับที่ 54 พระใหญ่ ภูเก็ต
- ลำดับที่ 55 วัดเจดีย์ไฉ่น้ำ นครศรีธรรมราช
- ลำดับที่ 56 หลวงปู่ทวดเกาะนุ้ยนอก นครศรีธรรมราช
- ลำดับที่ 57 วัดพระมหาธาตุ นครศรีธรรมราช
- ลำดับที่ 58 หอพระอิศวรและหอพระนารายณ์ นครศรีธรรมราช
- ลำดับที่ 59 วัดเขาอ้อ พัทลุง
- ลำดับที่ 60 ศาลหลักเมืองสงขลา สงขลา

นอกจากเนื้อหาของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณทั้ง 60 แห่งแล้ว ยังครอบคลุมถึงภาพประกอบสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณอื่น ๆ ที่มีการนำมาใช้ประกอบบทความที่มีเนื้อหาสืบเนื่องกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

3.1.2 ข้อมูลเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์

ข้อมูลเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์เป็นข้อมูลที่แสดงถึงการแบ่งปัน (Share) ประสบการณ์ของผู้ใช้สื่อสังคมที่มีส่วนร่วมทางการสื่อสารด้วยการนำเสนอภาพและ/หรือข้อความที่สื่อเนื้อหาเกี่ยวกับทัศนคติเชิงสารสนเทศ อารมณ์ คำวิจารณ์เกี่ยวกับเนื้อหาหรืองานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ รวมทั้งสัญลักษณ์ที่แสดงเนื้อหาหรืออารมณ์ต่าง ๆ ที่ผู้ใช้สื่อสังคมสร้างขึ้นเพื่อแบ่งปันบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กและอินสตาแกรมในช่วงมีการโพสต์ระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม 2568 ถึง 31 ตุลาคม 2568 ซึ่งช่วงระยะเวลาดังกล่าวมีกิจกรรมทางศาสนาที่สำคัญได้แก่ วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา วันออกพรรษา งานทอดกฐิน งานนพวราตรี และเทศกาลถือศีลกินผัก

เหตุผลในการเลือกแพลตฟอร์มดังกล่าวเนื่องจากการสำรวจของ InsightERA (2024) พบว่าคนไทยใช้แพลตฟอร์มเฟซบุ๊กสูงที่สุดคิดเป็นร้อยละ 91.5 ในส่วนของอินสตาแกรมร้อยละ 64.5 จัดเป็นอันดับที่ 5 ในขณะที่แพลตฟอร์มลำดับสองคือ Line ร้อยละ 90.5 ลำดับสามคือ TikTok ร้อยละ 83.30 ลำดับสี่ Facebook Messenger ร้อยละ 81.50 ผู้วิจัยพบว่าเนื้อหาในแพลตฟอร์มทั้งสองถึงสี่เป็นรูปแบบของการนำเสนอข้อความและ/หรือคลิปวิดีโอทัศนเป็นหลัก ในขณะที่แพลตฟอร์มเฟซบุ๊กและอินสตาแกรมมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องและภาพถ่ายตามประเด็นขอบเขตของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกแหล่งข้อมูลประเภทเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์เป็นแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กและอินสตาแกรมในช่วงมีการโพสต์ระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม 2568 ถึง 31 ตุลาคม 2568 ซึ่งช่วงระยะเวลาดังกล่าวมีกิจกรรมทางศาสนาที่สำคัญได้แก่ วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา วันออกพรรษา งานทอดกฐิน งานนพวราตรี และเทศกาลถือศีลกินผัก

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 ข้อมูลประเภทหนังสือE-book เรื่อง “Connecting to Spiritual Thailand A Guide to 60 Powerspots”

หนังสือ E-book ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการสืบค้นคำว่า “CONNECTING TO SPIRITUAL THAILAND” ผู้วิจัยบันทึกข้อมูลหนังสือไว้ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้พบว่ามีภาพประกอบเนื้อหาที่เป็นภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจากสถานที่ท่องเที่ยว 60 แห่งและภาพประกอบอื่น ๆ รวม 184 ภาพ ผู้วิจัยใช้เนื้อเรื่องและภาพทั้งหมดนำมาเป็นข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์เนื้อหาภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย และ

วิเคราะห์วิธีการสร้างมโนทัศน์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณดังกล่าว โดยมีหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of analysis) เป็นแก่นประเด็น (Theme) ตามประเด็นปัญหาวิจัย

3.2.2 ข้อมูลเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์

ผู้วิจัยสืบค้นเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์ ทำการเก็บข้อมูลทั้งภาพและ/หรือข้อความที่เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับทักษะทั้งเชิงสารสนเทศ อารมณ์ คำวิจารณ์เกี่ยวกับเนื้อหาหรืองานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ รวมทั้งสัญลักษณ์ที่แสดงเนื้อหาหรืออารมณ์ต่าง ๆ ที่ผู้ใช้สื่อสารกันสร้างขึ้นเพื่อแบ่งปันบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กและอินสตาแกรมในปี 2568 ทั้งนี้โดยสืบค้นจาก #Hashtag เพื่อเข้าถึงข้อมูลเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์ โดยใช้ hashtag ที่ตั้งขึ้นตามชื่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณทั้ง 60 แห่ง

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.1 การวิเคราะห์แก่นประเด็นเนื้อหาภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย

การวิเคราะห์แก่นประเด็นเนื้อหาภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย เป็นการวิเคราะห์เอกสาร (Document analysis) โดยเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Inductive analysis) โดยใช้ข้อมูลจากเรื่องและภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณแต่ละแห่งเป็นฐานเริ่มต้น พิจารณาประเด็นเรื่องที่มีความคล้ายคลึงกันเพื่อพัฒนาเป็นแก่นประเด็นคำตอบ โดยใช้แนวคิดเรื่องการสื่อสารการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ แนวคิดเรื่องปรัชญาชีวิตสมัย เป็นแนวทางในการสร้างแก่นประเด็นเนื้อหา ผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัยทำการบันทึกลงแผ่นบันทึกข้อมูล (Coding sheet) ที่จำแนกตามแก่นประเด็นเนื้อหา โดยมีหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of analysis) คือ แก่นประเด็น (Theme)

3.3.2 การวิเคราะห์วิธีการสร้างมโนทัศน์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

การวิเคราะห์วิธีการสร้างมโนทัศน์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย เป็นการวิเคราะห์ตัวบท (Textual analysis) โดยเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย ใช้ข้อมูลจากเรื่องและภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณแต่ละ

แห่งเป็นฐานเริ่มต้น พิจารณาประเด็นวิธีการสร้างมโนทัศน์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการ
ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่มีความคล้ายคลึงกันเพื่อพัฒนาเป็นแก่นประเด็นคำตอบ โดยใช้แนวคิด
เรื่องปรัชญาชีวิตมาสัย แบบจำลองการสื่อสารของ Jakobson แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์ภาพ แนวคิด
เรื่องสัมพันธบท เป็นแนวทางในการสร้างแก่นประเด็นคำตอบ ผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัยทำการบันทึก
แผ่นบันทึกข้อมูล (Coding sheet) ที่จำแนกตามแก่นประเด็นคำตอบ โดยมีหน่วยการวิเคราะห์ คือ
แก่นประเด็น (Theme)

3.3.3 การวิเคราะห์แก่นประเด็นเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อสร้างสรรค์

เป็นการวิเคราะห์เอกสารที่ผู้ใช้สื่อสร้างสรรค์ในรูปแบบการนำเสนอภาพ ทักษะ และคำ
วิจารณ์เกี่ยวกับงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ โดยเป็นการศึกษาตาม
สภาพธรรมชาติ (Naturalistic inquiry) ผู้วิจัยไม่รบกวน (non-intrusive) ผู้สื่อสารที่เป็นผู้สร้าง
เนื้อหาบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การวิเคราะห์แบบอุปนัย โดยใช้ข้อมูลจากเนื้อหาที่สืบค้นผ่าน
hashtag สถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณทั้ง 60 แห่ง วิเคราะห์แก่นประเด็นที่มีความคล้ายคลึงกัน
เพื่อพัฒนาเป็นแก่นประเด็นคำตอบ โดยใช้แนวคิดเรื่องการสื่อสารการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยว
เชิงจิตวิญญาณ แนวคิดเรื่องเนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนสร้างสรรค์ เป็นแนวทางในการสร้างแก่นประเด็น
คำตอบ ผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัยทำการบันทึกแผ่นบันทึกข้อมูล (Coding sheet) ที่จำแนกตามแก่น
ประเด็นคำตอบ โดยมีหน่วยการวิเคราะห์คือ แก่นประเด็น (Theme)

3.4 การยืนยันความน่าเชื่อถือ (Verification)

ผู้วิจัยใช้วิธีการยืนยันความน่าเชื่อถือโดยการทวนสอบโดยนักวิจัยในสาขาเดียวกัน (Peer
review) ทั้งนี้การสร้างแก่นประเด็นคำตอบในแต่ละข้อ ผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัยใช้วิธีการลงรหัสข้อมูล
อย่างเป็นอิสระต่อกัน (Independent Coding) เรื่องและภาพที่อยู่ในแก่นประเด็นคำตอบแต่ละ
รายการนั้นจะต้องมีการลงรหัสที่สอดคล้องตรงกันจึงจะถือว่าน่าเชื่อถือ

จากนั้น แก่นประเด็นคำตอบตามที่ระบุในรายการผลการวิจัยได้รับการตรวจสอบความ
น่าเชื่อถืออีกครั้งโดยใช้ Peer review ที่เป็นนักวิชาการในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์จำนวน 3 คน ผู้วิจัย
นำผลการตรวจสอบปรับปรุงแก้ไขเพื่อความถูกต้องและน่าเชื่อถือของรายงานการวิจัย

3.5 จริยธรรมการวิจัยในคน

ผู้วิจัยได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในคนจากสำนักงานจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยรังสิต ทั้งนี้ การนำข้อมูลประเภทเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์มาใช้วิเคราะห์และรายงานผลการศึกษาไม่ได้มีการระบุตัวตนของผู้ใช้สื่อที่สร้างสรรค์เนื้อหาขึ้น แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับหลักการของวิธีการศึกษาชาติพันธุ์วรรณบนสื่อออนไลน์ (Netography) ดังที่ Kozinets (2002) เสนอว่า การใช้นามแฝงและปกปิดบุคคล ถือเป็นแนวทางสำคัญของจริยธรรมการศึกษาชาติพันธุ์วรรณาที่ศึกษากับกลุ่มผู้คนในชุมชนบนโลกออนไลน์

3.6 การนำเสนอผลการวิเคราะห์

ผลจากการวิเคราะห์ดังกล่าว ผู้วิจัยใช้วิธีการนำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive analysis) ตามประเด็นการศึกษาดังนี้

- 1) เนื้อหาภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย
- 2) วิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย
- 3) แก่นประเด็นเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อสังคมมีส่วนร่วมทางการสร้างสรรค์บนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย

ผลจากการวิเคราะห์ดังกล่าวปรากฏดังประเด็นการศึกษาซึ่งได้นำเสนอในบทต่อไป

บทที่ 4

แก่นประเด็นเนื้อหาภาพถ่ายและเรื่องประกอบภาพ เพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

ภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นภาพถ่ายที่มีคุณลักษณะเฉพาะแตกต่างจากภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ คือ มีการผนวกเนื้อหาที่สื่อถึงความศรัทธาต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ไม่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวความศักดิ์สิทธิ์ออกมาได้ในเชิงรูปธรรม ดังนั้นสภาวะนามธรรมของเนื้อหาของภาพถ่ายจึงได้รับการถ่ายทอดผ่านรูปธรรมของภาพถ่ายที่มีทั้งแก่นเนื้อหาเชิงสารสนเทศ (Informational content) และเนื้อหาเชิงอารมณ์ (Emotional content) อันเป็นมนต์เสน่ห์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับความศรัทธาต่อสิ่งที่ปรากฏในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

อย่างไรก็ตามการสื่อสารผ่านเนื้อหาของภาพถ่ายไม่ใช่ข้อมูลที่เพียงพอต่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ หากแต่การบูรณาการภาพและเรื่องราวประกอบภาพเป็นเนื้อหาที่จำเป็นที่เสริมความเข้าใจให้กับผู้อ่านได้รับรู้เรื่องราวที่สมบูรณ์และเพียงพอต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ อีกทั้งเรื่องราวคำบรรยายยังเสริมเนื้อหาที่ภาษาภาพไม่สามารถสื่อสารได้ การวิเคราะห์ในบทนี้ ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์เนื้อหาภาพถ่ายร่วมกับเรื่องราวประกอบภาพด้วยเหตุว่าทั้งภาพและเรื่องเป็นการบูรณาการที่เสริมเกื้อกูลกันเกิดเป็นมนต์เสน่ห์ของภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

เนื้อหาในเชิงสารสนเทศเป็นเนื้อหาในเชิงรูปธรรมที่เห็นได้ในเชิงประจักษ์ เป็นเนื้อหาที่อยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริงที่สามารถพิสูจน์ยืนยันได้ถึงการมีอยู่ (Being) ของเรื่องราวที่เกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ ผลการวิเคราะห์เนื้อหาภาพและเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณทั้ง 60 แห่งจากภาพถ่ายจำนวน 184 ภาพผู้วิจัยพบว่าเนื้อหาที่สามารถสังเคราะห์เป็นแก่นประเด็น (Theme) ได้ 5 ประเภทดังต่อไปนี้

4.1 ลักษณะทางกายภาพของงานสร้างสรรค์ด้านสถาปัตยกรรมและประติมากรรม

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่เป็นสิ่งปลูกสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ทางศาสนาหรืออนุสรณ์สถานที่เป็นสัญลักษณ์เชื่อมโยงถึงเทพเทวดาและบุคคลสำคัญทางศาสนาจะมีการนำเสนอภาพถ่ายของสถาปัตยกรรมและประติมากรรมของสถานที่นั้น ๆ เนื่องจากลักษณะทางสถาปัตยกรรมถือเป็นระบบสัญลักษณ์ภาพที่แฝงไว้ซึ่งมนต์เสน่ห์และได้รับการนำมาใช้เป็นจุดสังเกตสำคัญ (landmark) และเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่นั้น ๆ ได้ โดยสัญลักษณ์ดังกล่าวนิยมใช้เป็นฉากหลังประกอบการถ่ายภาพของนักท่องเที่ยว ในขณะที่ประติมากรรมมักเป็นรูปสัญลักษณ์ที่แทนศาสนานั้น ๆ และใช้ประกอบพิธีกรรมหรือการสักการะเช่น พระพุทธรูป เทพในศาสนาฮินดู เป็นต้น

ผู้วิจัยขอตัวอย่างภาพที่มีลักษณะทางกายภาพของงานสร้างสรรค์ด้านสถาปัตยกรรมและประติมากรรมที่มีความโดดเด่นในสามลักษณะคือ ภาพสถาปัตยกรรม ภาพประติมากรรม และภาพที่มีประติมากรรมร่วมกับสถาปัตยกรรม ดังตัวอย่างรูปที่ 4.1 ถึง 4.3 ดังนี้



รูปที่ 4.1 พระปรางค์วัดอรุณราชวราราม

ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 13

จากรูปที่ 4.1 พระปรางค์วัดอรุณราชวรารามถูกนำมาใช้เป็นภาพนำเข้าสู่เรื่องสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในกรุงเทพมหานคร โดยมีข้อความบรรยายได้ภาพถึงสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ โดยภาพรวมของกรุงเทพมหานครว่า “Bangkok’s spiritual powerspots are as kaleidoscopic and diverse as the city itself. Set in dense concrete jungle, its shrines host everything from a world-famous four-headed Brahma to Thai folklore’s most notorious pregnant ghost.”

จากความข้างต้นชี้ว่ากรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่มีความตระการตาและมีความหลากหลายตั้งอยู่ท่ามกลางป่าคอนกรีต โดยเชื่อมโยงคำอธิบายไปถึงพระพรหมที่เชื่อมโยงกับมายาคติความเป็นเทพเจ้าผู้ให้กำเนิดหรือผู้สร้าง จะเห็นได้ว่าข้อความดังกล่าวไม่ได้อธิบายในเรื่องพระปรางค์วัดอรุณราชวรารามแต่อย่างใด หากแต่ภาพพระปรางค์วัดอรุณราชวรารามได้ถูกนำมาใช้เป็นภาพนามนัย (pictorial metonymy) ในที่นี้สื่อความหมายแทนความเป็นกรุงเทพมหานคร (และประเทศไทย) เนื่องจากพระปรางค์วัดอรุณราชวรารามเป็นสัญลักษณ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและเป็นที่รู้จักของชาวโลกในฐานะภาพแทนสัญลักษณ์สื่อถึงความเป็นประเทศไทย กิจกรรมต่าง ๆ ระดับนานาชาติที่จัดขึ้นในประเทศไทยนิยมใช้พระปรางค์วัดอรุณราชวรารามเป็นฉากหลังของการเล่าเรื่องเพื่อสื่อความหมายถึงกิจกรรมนั้น ๆ ว่าได้จัดขึ้นในประเทศไทย

จากรูปที่ 4.1 การนำเสนอภาพเลือกช่วงเวลาโพล้เพล้จนเกือบจะเป็นภาพกลางคืน ทำให้ภาพสูญเสียรายละเอียดของพื้นผิวพระปรางค์ วิธีการนี้เป็นการนำเสนอข้อมูลภาพที่ลดรายละเอียดของเนื้อหาพื้นผิว (low information) สิ่งที่มาคือ การมีส่วนร่วมของผู้รับสารจะมีมากขึ้น (high participation) ผ่านจินตนาการที่เป็นมนต์เสน่ห์ของสถานที่ท่องเที่ยว ในส่วนของเงาสะท้อนที่ผ่านผิวน้ำแม่น้ำเจ้าพระยาทำให้เกิดบรรยากาศของความเคลื่อนไหวของสายน้ำเชื่อมโยงถึงอารยธรรมน้ำของประเทศไทย นอกจากนี้แสงไฟที่สาธส่องพระปรางค์ทำให้ได้ภาพสีเหลืองทองซึ่งเชื่อมโยงกับระบบสัญลักษณ์สีทองสื่อความหมายได้ถึงความเป็นดินแดนสุวรรณภูมิ สะท้อนถึงอารยธรรมอันรุ่งเรืองที่ยังคงสืบเนื่องถึงปัจจุบัน

ในปัจจุบันพระปรางค์วัดอรุณราชวรารามเป็นจุดหมายสำคัญของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ โดยนักท่องเที่ยวนิยมสวมใส่ชุดไทยที่มีให้เช่าโดยทั่วไปรอบวัดอรุณราชวราราม ทำให้กิจกรรมถ่ายภาพชุดไทยที่วัดอรุณราชวรารามเป็นอำนาจละมุน (soft power) ที่สำคัญของ

ประเทศไทยเนื่องจากนักท่องเที่ยวนิยมถ่ายภาพเพื่อนำเสนอแบ่งปันภาพและเรื่องราวลงบนสื่อสังคมออนไลน์โดยมีการ check in โดยระบุสถานที่ของภาพร่วมด้วย

ในส่วนของการสร้างสรรค์ประเภทประติมากรรม เนื่องจากประเทศไทยมีความหลากหลายทางด้านศาสนาและลัทธิความเชื่อ ในบางกรณีบุคคลสำคัญเช่นพระเกจิอาจารย์ที่มรณภาพแล้วหรือพระมหากษัตริย์เช่น รัชกาลที่ 5 ซึ่งมีฐานะเป็นบุคคล แต่ในเวลาต่อมามีลัทธิพิธีการบูชาทำให้สถานภาพของบุคคลเปลี่ยนเป็นสถานภาพของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำสถานที่นั้น ๆ งานภาพประติมากรรมที่พบในงานวิจัยนี้ได้แก่ พระพุทธรูปประจำสถานที่นั้น ๆ พระโพธิสัตว์กวนอิมปางต่าง ๆ เทพนาจา เทพเจ้าอื่น ๆ ได้แก่ พระกณেশ พระพรหม พระศิวะ พระนารายณ์ พระมหาศรีอุมมาเทวี พระแม่ลักษมี พระตรีมูรติ พระอินทร์ ท้าวจุลโลกบาล ในส่วนของรูปเคารพอื่น ๆ ได้แก่ ท้าวเวสสุวรรณ พญานาค มังกร ช้างเอราวัณซึ่งเป็นพาหนะของพระอินทร์ รูปหล่อพระเกจิอาจารย์ต่าง ๆ ประติมากรรมรัชกาลที่ 5 ณ ถ้ำพระยานคร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พระนเรศวรมหาราช ณ ศาลพระนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก อนุสาวรีย์สามกษัตริย์ จังหวัดเชียงใหม่ กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร บุคคลที่มีชื่อเสียงเช่น พุ่มพวง ดวงจันทร์ ณ ศาลพุ่มพวง จังหวัดสุพรรณบุรี ไอ้ไข่เด็กวัดเจดีย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ภาพสัตว์สัญลักษณ์ได้แก่ สิง ณ สิงศาลพระกาฬ จังหวัดลพบุรี เสือ ณ วัดถ้ำเสือ จังหวัดกระบี่ เป็นต้น

ตัวอย่างการนำเสนอภาพประติมากรรมที่มีชื่อเสียงและมีความเป็นสัญลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างประติมากรรมพระพรหม โรงแรมเอราวัณ กรุงเทพฯ เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ทั้งยังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องเช่น การรำแก้บนอยู่เป็นประจำทุกวัน ทำให้สถานที่แห่งนี้มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมและสักการะบูชา อีกทั้งที่ตั้งของศาลพระพรหม ณ แยกราชประสงค์ยังเป็นที่ยอมรับของประติมากรรมเทพเจ้าเนื่องในศาสนาฮินดูอีกด้วย ดังรูปที่ 4.2



รูปที่ 4.2 พระพรหม ราชประสงค์ กรุงเทพฯ
ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 17

รูปที่ 4.2 พระพรหมโรงแรมเอราวัณ มีการนำเสนอร่วมกับภาพประกอบที่มีผู้คนจำนวนมาก มีดอกดาวเรืองวางเหลืองอร่ามโดยรอบประติมากรรมพระพรหม เนื้อหาประกอบภาพบรรยายถึงลักษณะสถานที่ตั้งแวดล้อมด้วยตึกสูงใจกลางกรุงเทพฯ โดยกล่าวถึงพระพรหมในฐานะเทพผู้สร้าง (god of creation) ว่าเป็นที่นิยมในการขอพรให้สมหวังในเรื่องต่าง ๆ รวมทั้งการอธิบายแก่นบนด้วยการใช้นางรำในชุดแต่งกายแบบนาฏศิลป์ของไทยเพื่อการรำแก้บนถวายหลังจากสมหวังในสิ่งที่ปรารถนา นอกจากนี้ยังแวดล้อมด้วยคนขายล็อตเตอรี่เนื่องจากเชื่อว่าพระพรหมโรงแรมเอราวัณเป็นสัญลักษณ์ของสถานที่แห่งความโชคดีของกรุงเทพฯ จากข้อความบรรยายดังกล่าวจะเห็นได้ว่า พระพรหมโรงแรมเอราวัณมีความเชื่อมโยงกับกิจกรรมการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณใน 2 ประการคือ กิจกรรมการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ให้สัมฤทธิ์ผลในสิ่งที่ปรารถนาและกิจกรรมทางด้านศิลปวัฒนธรรมทางด้านนาฏศิลป์ที่ทำหน้าที่ทั้งในเชิงการจัดแสดงและหน้าที่ในเชิงพิธีกรรม โดยนำมาผนวกรวมเข้ากันเป็นกิจกรรมเสริมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณอย่างมีสัมพันธภาพกลมกลืนและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวจนเป็นจุดขายของสถานที่ท่องเที่ยวได้

ในส่วนของภาพถ่ายที่นำมาใช้ในรูปที่ 4.2 แสดงรูปที่เน้นรายละเอียดของพื้นผิวและรูปทรงของประติมากรรมพระพรหมได้อย่างชัดเจน การจัดภาพโดยใช้กรอบที่ประดับด้วยกระจกลีมีความแวววาวได้อย่างสะดุดตา อีกทั้งมีการใช้ภาพดอกบัวเป็นฉากหน้า (foreground) ซึ่งดอกบัวเป็นสัญลักษณ์ถึงคตินุชาเนื่องด้วยวรรณกรรมในศาสนาพราหมณ์ โดยคำภีร์ที่กล่าวถึงกำเนิดพระ

พรหมมีหลากหลาย โดยหนึ่งในนั้นคือกัมภีร์ปุราณะของพรหมณ์ฝ่ายพระวิษณุเป็นใหญ่ (ไวษณพนิกาย) กล่าวถึงกำเนิดพระพรหมว่าถือกำเนิดในดอกบัว (siamganesh, 2568)

ในส่วนของการถ่ายภาพงานสร้างสรรค์ที่นำเสนอรวมกันทั้งงานสถาปัตยกรรมประติมากรรมพบว่าสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีองค์ประกอบของเนื้อหาดังกล่าวนี้นครบถ้วน หากแต่การนำเสนอภาพถ่ายเป็นการเลือกนำเสนอมุมมองผ่านภาษาภาพ มีขั้นตอนการเลือกกระยะชัด การจัดองค์ประกอบภาพที่จะทำให้เกิดการลดทอนรายละเอียดบางประการ เน้นคุณค่าของการเล่าเรื่องผ่านการเน้นด้วยภาษาภาพเชิงเทคนิค ในกรณีของภาพถ่ายที่นำเสนอรวมกันทั้งงานสถาปัตยกรรมประติมากรรมมักเป็นสถานที่ซึ่งงานประติมากรรมนั้นมีความโดดเด่น โดยที่ฉากหลังเป็นงานสถาปัตยกรรมมีความเด่นในการสร้างความหมายให้กับงานประติมากรรม ตัวอย่างเช่น ภาพถ่ายวัดจุฬามณี จังหวัดสมุทรสงคราม ดังรูปที่ 4.3



รูปที่ 4.3 ท้าวเวสสุวรรณ วัดจุฬามณี

ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 33

รูปที่ 4.3 มีการนำเสนอเนื้อหาประกอบว่า ท้าวเวสสุวรรณวัดจุฬามณีเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวโดยเป็นหนึ่งในท้าวจตุโลกบาลซึ่งเป็นยักษ์ผู้ปกป้องโลกให้พ้นภัยจากสิ่งชั่วร้ายทั้งสิ้น

ทิศ โดยท้าวเวสสุวรรณเป็นเทพเจ้าประจำทิศเหนือ ทั้งยังเป็นเทพเจ้าแห่งฝนที่จะนำมาซึ่งความมั่งคั่ง ผู้ที่มาสักการะมักขอพรเพื่อการป้องกันภูติผีชั่วร้าย ความเจริญในหน้าที่การงาน นักท่องเที่ยวนิยมเช่าท้าวเวสสุวรรณจากวัดจุฬามณีเพื่อการสักการะบูชาด้วย

จากรูปที่ปรากฏในแง่ของการจัดองค์ประกอบภาพตะเห็นได้ว่า ภาพมีการจัดองค์ประกอบแบบดุลยสมมาตร (Symmetrical balance) โดยมีประติมากรรมท้าวเวสสุวรรณเป็นประธานภาพ ณ จุดกึ่งกลางภาพ มีฉากหลังเป็นพระอุโบสถวัดจุฬามณี เบื้องหน้ายังมีประติมากรรมเทพเจ้าสามองค์ ณ ตำแหน่งสมดุลของภาพด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ยังมีเส้นสายสัญญาณที่ผูกเชื่อมโยงออกจากท้าวเวสสุวรรณไปยังประติมากรรมด้านล่าง เมื่อพิจารณาพร้อมกับการวางตำแหน่งกล้องเป็นภาพมุมต่ำ แทนสายตาของผู้ดูภาพ ทำให้สื่อความหมายถึงมุมมองของนักท่องเที่ยวเมื่อมาอยู่เบื้องหน้าประติมากรรมท้าวเวสสุวรรณ ทำให้เกิดความรู้สึกในเชิงจิตวิทยาจากภาพถึงความยิ่งใหญ่ ความเป็นพลังอำนาจเป็นที่น่าเกรงขามของท้าวเวสสุวรรณ มนต์เสน่ห์จึงเกิดขึ้นจากความรู้สึกสัมผัสถึงพลังอำนาจอันยิ่งใหญ่

จากเนื้อหาหลักขณะทางกายภาพของงานสร้างสรรค์ด้านสถาปัตยกรรมและประติมากรรม ดังที่ได้กล่าวมานี้ สิ่งที่เกิดควบคู่รวมกับงานสร้างสรรค์ประการหนึ่งคือกิจกรรมที่สอดคล้องกับจังหวะเวลาสำคัญที่มักมีการผูกโยงร่วมกับวันสำคัญทางศาสนาและความเชื่อในเรื่องจังหวะเวลาทางไสยศาสตร์ที่ผูกโยงกับความมหัศจรรย์ทางธรรมชาติจนทำให้พื้นที่แห่งนั้นเป็นมนต์เสน่ห์ของพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

4.2 ความมหัศจรรย์ทางธรรมชาติที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

ความมหัศจรรย์ทางธรรมชาติเป็นปรากฏการณ์พิเศษอันเป็นมนต์เสน่ห์ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ การสถาปนาหรือการเลือกที่ตั้งของสถานที่ในเชิงพิธีกรรมของศาสนา มักมีความเชื่อมโยงกับพื้นที่พิเศษและอาจมีช่วงจังหวะเวลาพิเศษในสถานที่นั้น ๆ โดยมีองค์ประกอบทางด้านเรื่องราวหรือตำนานเกี่ยวกับสถานที่จนกลายเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับภูมิหลังของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ โดยพบตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเรื่องราวผสมผสานความมหัศจรรย์ทางธรรมชาติ 3 ลักษณะดังนี้

4.2.1 ปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาคจากแม่น้ำโขง

บั้งไฟพญานาคเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในแม่น้ำโขง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตพื้นที่อำเภอโพธิ์ชัย จังหวัดหนองคายและพื้นที่ใกล้เคียง โดยจะปรากฏเป็นลูกไฟขึ้นจากแม่น้ำโขงในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 11 ของทุก ๆ ปี ในแง่ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาคได้แก่ วัดไทยโพธิ์ชัย จังหวัดหนองคายและวัดอาสงสิลาวาส จังหวัดบึงกาฬซึ่งเป็นเขตพื้นที่ใกล้เคียงกับวัดไทยโพธิ์ชัย จังหวัดหนองคาย โดยเนื้อหาในส่วนของวัดไทยโพธิ์ชัย กล่าวถึงเมืองพญานาคใต้บาดาลและเชื่อว่าผู้มาสักการะจะได้รับความโชคดี โดยเนื้อหากล่าวถึงปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาค (Naga fireballs) (Palotai Design, 2023 : 56) ว่าเป็นลูกไฟโทนสีชมพู ลอยขึ้นในแนวตั้งจากแม่น้ำโขงโดยอาจมีความสูงได้ถึง 300 เมตร ไม่มีเสียงระเบิดใด ๆ ทั้งยังไม่มีละอองใด ๆ ด้วย แล้วเลื่อนหายไปในอากาศ ในบางปีอาจมีจำนวนมากถึงหนึ่งพันลูก คนในท้องถิ่นเชื่อว่าพญานาคถวายบั้งไฟเป็นพุทธบูชาในโอกาสที่พระพุทธเจ้าเสด็จลงมาจากการโปรดพุทธมารดาบนสวรรค์ชั้นดาวดึงส์ อีกทั้งยังเป็นสัญลักษณ์ถึงการสิ้นสุดของฤดูฝนอีกด้วย โดยตำแหน่งที่ตั้งของวัดไทยโพธิ์ชัย จังหวัดหนองคาย เป็นตำแหน่งที่ดีที่สุดในการดูปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาคและมีพลังในการดึงดูดผู้คนจากทั่วประเทศไทยมาชมปรากฏการณ์นี้

ในส่วนของวัดอาสงสิลาวาส จังหวัดบึงกาฬ ตั้งอยู่ติดกับแก่งอาสง ซึ่งเป็นจุดที่ลึกที่สุดของแม่น้ำโขง เรียกจุดนี้ว่า “สะดือแม่น้ำโขง” คนในท้องถิ่นเชื่อว่าเป็นที่ตั้งของเมืองบาดาลในถ้ำใหญ่ใต้แม่น้ำนั้นและเชื่อว่าถ้ำดังกล่าวเชื่อมโยงทะลุถึงประเทศลาว อย่างไรก็ตามมีการนำเสนอมิติทางด้านวิทยาศาสตร์ของปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาคว่าเป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่เกิดจากการผสมผสานกันของก๊าซมีเทนกับไนโตรเจนที่มีอยู่ใต้แม่น้ำโขง เมื่อได้เวลาที่เหมาะสมและมีอุณหภูมิที่เหมาะสมในแต่ละปีจะพุ่งขึ้นสู่ผิวน้ำซึ่งมีออกซิเจนจึงทำให้เกิดเป็นลูกไฟดังกล่าว แต่ไม่ว่าอย่างไรก็ตามคนในท้องถิ่นก็ยังคงศรัทธาในเรื่องของพญานาคและมีการจัดกิจกรรมรื่นเริงประจำปีในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 11 เป็นประจำทุกปีถึงปัจจุบัน

ปัจจุบันปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาคได้รับการตอบรับการนำเสนอผ่านการรายงานข่าวของสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นเกี่ยวกับวันจัดงานเทศกาลบุญบั้งไฟพญานาคจำนวนบั้งไฟที่ปรากฏในแต่ละปีของแต่ละอำเภอ โดยมีภาพดวงไฟในความมืดและผู้คนที่มารวมกันจำนวนมากบริเวณริมฝั่งแม่น้ำโขงที่ติดกับวัดไทยโพธิ์ชัย ด้วยความต่อเนื่องของกิจกรรมดังกล่าวจึงทำให้วัดไทยโพธิ์ชัย จังหวัดหนองคายเป็นสถานที่ที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาจนถึงปัจจุบัน

4.2.2 ปรางค์การณแสงผ่านช่องประตูปราสาทหินเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์

ปราสาทหินเขาพนมรุ้งมีอายุ 900 ปี ตั้งอยู่บนยอดเขาที่เคยเป็นภูเขาไฟมาก่อน เป็นศาสนสถานในศาสนาฮินดู ในแต่ละปีจะมีช่วงเวลาที่แสงพระอาทิตย์ส่องผ่านช่องประตูตรงกันทั้ง 15 ช่องรวม 4 ครั้งในช่วงต้นของเดือนมีนาคม เมษายน กันยายนและตุลาคม โดยเชื่อว่าแสงที่ส่องผ่านช่องประตูจะผ่านศิวิลิ่งและสัมผัสผู้คนที่มารับแสงจะนำมาซึ่งพลังงานที่ดีแก่ชีวิต (Palotai Design, 2023 : 49)

ปราสาทหินเขาพนมรุ้งเป็นปราสาทหินทรายสร้างขึ้นในช่วงต้นศตวรรษที่ 10 ถึง 13 แต่ศูนย์กลางของปราสาทสร้างในยุคต้นของแบบแผนอังกอร์ในกัมพูชาในราวช่วงกลางศตวรรษที่ 20 โดยอุทิศให้กับพระศิวะ ผู้คุมกฎในท้องถิ่นในเวลานั้นมีการประกอบพิธีกรรมบูชาที่เกี่ยวข้องกับไฟ กาม (sex) แอลกอฮอล์ และโยคะ โดยมีภาพแกะสลักหินแสดงให้เห็นเรื่องราวดังกล่าว ทางขึ้นปราสาทเป็นทางเดินยาว 200 เมตรสู่ปราสาทซึ่งเป็นตัวแทนเขาพระสุเมรุอันเป็นสวรรค์ที่ประทับของเทพเจ้าในศาสนาฮินดู

อนึ่ง สถานที่ตั้งของปราสาทหินเขาพนมรุ้งที่เคยเป็นภูเขาไฟมาก่อนนั้นมีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับทัศนะของศรีศักร วัลลิโภดม (2542) ว่าเกือบทุกแห่งในโลกมีการให้ความสำคัญกับภูเขาในลักษณะที่สัมพันธ์กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของจักรวาล แนวคิดนี้มีความเป็นสากลเพราะเชื่อกันว่าภูเขาเป็นที่อยู่ของเทพเจ้าโดยจะมีตำนานหรือปรัมปราคติทางศาสนาและระบบความเชื่อรองรับ โดยพื้นที่ภูเขาที่มักจะได้รับการเลือกเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์มักมีรูปร่างที่มีความแตกต่างจากพื้นที่ปกติ อาจเป็นจุดที่สูงที่สุดหรือเป็นสถานที่ที่มีปรากฏการณ์ทางธรรมชาติไม่ว่าจะเป็นที่มีน้ำพุ ปล่องภูเขาไฟ ซึ่งกรณีของปราสาทหินเขาพนมรุ้งตั้งอยู่บนยอดเขาที่เคยเป็นภูเขาไฟมาก่อนจึงตอกย้ำถึงความสำคัญของศาสนสถานที่ได้รับการสถาปนาขึ้นเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ และได้รับยกย่องให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดบุรีรัมย์

4.2.3 เขตดินแดนป่าศักดิ์สิทธิ์ (Sacred zone)

เขตดินแดนหรือพื้นที่ป่าศักดิ์สิทธิ์มีความเชื่อมโยงกับพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่มีพันธุ์ไม้ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างจากพื้นที่โดยรอบบริเวณนั้น โดยเป็นพื้นที่ที่มีมาแต่เดิมและเป็นพื้นที่สาธารณะจนต่อมาได้มีการปลูกสร้างอาคารสำหรับการประกอบพิธีกรรมตามความเชื่อของผู้คนใน

ชุมชน เมื่อพื้นที่และลัทธิบูชาเป็นที่รู้จักในวงกว้างสู่ภายนอกชุมชนทำให้เกิดเป็นกระแสการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณดังกรณีคำชะโนด จังหวัดอุดรธานีและไทรงาม อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา

คำชะโนด จังหวัดอุดรธานีเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณและเป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมบูชาปู่ศรีสุทโธและย่าศรีปทุมมา เป็นที่ตั้งของวัดศรีสุทโธ โดยชาวบ้านเชื่อว่าเจ้าปู่และเจ้าย่ามีวังอยู่ใต้บาดาล ผู้คนจำนวนมากมาถวายอาหาร มาลัย บายศรีที่ประดิษฐ์ขึ้นจากใบทองจับพับเป็นรูปพญานาครวมทั้งนางรำ ได้ฝันป่าคำชะโนดมีแหล่งน้ำที่กำเนิดเป็นบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ สามารถนำมาชำระล้างใบหน้าและนำกลับบ้านไปใช้บูชาโดยมีความเชื่อว่าจะนำพาความโชคดีมาให้ ด้านในจะมีต้นไทรใหญ่ซึ่งผู้คนจะเพ่งจุดสนใจยังรากไม้เพื่อแสวงหาตัวเลขนำไปซื้อลอตเตอรี่ตามด้วยการลูบหม่องให้มีเสียงดังจิตให้คำอธิษฐานเป็นจริง (Palotai Design, 2023 : 52)

คำชะโนดมีความมหัศจรรย์ในฐานะที่เป็นป่าที่ดั่งบนตะกอนดินขนาดใหญ่ที่สามารถลอยบนผิวน้ำได้ ในอดีตเมื่อมีเหตุการณ์น้ำท่วมรอบบริเวณนั้น ปรากฏว่าดินแดนคำชะโนดมิได้จมน้ำเหมือนพื้นที่โดยรอบ จึงเป็นความพิเศษของสภาพที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ทำให้คนในชุมชนเชื่อว่าเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ ภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวของคำชะโนดแสดงให้เห็นถึงผู้คนจำนวนมากมาสักการะบูชาปู่ศรีสุทโธและย่าศรีปทุมมาพร้อมด้วยเครื่องสักการะจำนวนมากที่วางแสดงถึงความศรัทธาของผู้คน

ในส่วนของไทรงาม จังหวัดนครราชสีมา เป็นสถานที่ที่มีต้นไทรอายุราว 400 ปี มีลักษณะเฉพาะของรากที่กำเนิดจากกิ่งก้านโดยมีการหยั่งรากลงสู่พื้นจนกลายเป็นเหมือนลำต้นใหม่ของต้นไทรกินบริเวณกว้างราวครึ่งหนึ่งของพื้นที่สนามฟุตบอล มีการตั้งศาลสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ณ สถานที่แห่งนี้ ต้นไทรงามมีความหมายในเชิงสัญลักษณ์ถึงการกำเนิดใหม่และความเป็นอมตะเนื่องจากการแตกกิ่งแตกรากขยายเป็นวงกว้าง (Palotai Design, 2023 : 48)

การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ป่าหรือต้นไม้ศักดิ์สิทธิ์เป็นแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่สอดคล้องกับแนวคิดองค์รวมของระบบนิเวศ เมื่อสถานที่ใดได้รับการสถาปนาในทางสังคมถึงความศักดิ์สิทธิ์ย่อมจะทำให้พื้นที่นั้น ๆ ได้รับการอนุรักษ์ในฐานะพื้นที่ที่ผู้คนจะถ่วงละเมิดเข้าไปทำลายไม่ได้ สิ่งที่เป็นผลตามมาก็คือคุณภาพชีวิตของผู้คนในชุมชนในการใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับสิ่งแวดล้อมที่ดี

4.3 การแสดงออกเชิงพิธีกรรม

ภาพการแสดงออกเชิงพิธีกรรมเป็นมโนทัศน์ที่เกี่ยวกับแบบแผนการบูชาที่ปฏิบัติกัน ในทางศาสนารวมถึงแบบแผนปฏิบัติที่สืบเนื่องจากความเชื่อของบุคคลที่แสดงออกต่อสัญลักษณ์ ทางศาสนาหรือสัญลักษณ์ที่เกิดจากความเชื่อที่ผู้คนในชุมชนศาสนสถานนั้น ๆ ถือนปฏิบัติและได้รับการถ่ายทอดเป็นเนื้อหาของภาพถ่ายการท่องเทียวเชิงจิตวิญญาณ ประกอบด้วยเนื้อหาของพิธีกรรม ที่กำหนดขึ้นล่วงหน้าตามปฏิทินวันสำคัญทางศาสนาเช่นวันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา พิธีกรรมเนื่องในกิจกรรมที่จัดขึ้นตามวาระโอกาสเช่น กิจกรรมการแสวงบุญที่ เขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี การแช่น้ำว่านศักดิ์สิทธิ์เพื่อความหวังเหยี่ยวคงกะพันที่วัดเขาอ้อ จังหวัดพัทลุง กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวร่วมปฏิบัติได้ในทุกโอกาสเช่น การทำบุญตักบาตร กิจกรรมที่ ตอบสนองต่อความเชื่อส่วนบุคคลเช่น การเจิมรถยนต์ การสักยันต์ เป็นต้น

จากภาพถ่ายการแสดงออกเชิงพิธีกรรม สามารถจำแนกกลุ่มกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการ แสดงออกเชิงพิธีกรรมได้ 4 ลักษณะดังนี้

4.3.1 พิธีกรรมตามปฏิทินทางศาสนา

สถานที่ท่องเที่ยวทางจิตวิญญาณประเภทวัดในพุทธศาสนา จะมีการกำหนดวันจัดกิจกรรม ประจำปีตามวันโอกาสสำคัญต่าง ๆ โดยการกำหนดวันพิธีกรรมจะมีความเป็นสากลและได้รับการ ลงไว้ในปฏิทินไทยทั้งยังเป็นวันหยุดราชการของประเทศไทยอีกด้วย เนื้อหาเกี่ยวกับพิธีกรรมตาม ปฏิทินศาสนกิจที่ระบุไว้ในหนังสือท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมีการกล่าวถึงกิจกรรมวันสำคัญได้แก่ วันมาฆบูชาในวันเพ็ญขึ้น 15 ค่ำ เดือน 3 โดยอธิบายความสำคัญของการปฐมเทศนาครั้งแรกของ สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า มีการนำเสนอภาพจิตรกรรมแสดงภาพพระพุทธเจ้าแสดงปฐมเทศนา แก่พระสงฆ์ 1,250 รูป เนื้อหากล่าวถึงกิจกรรมการทำบุญตักบาตรและร่วมกิจกรรมการเวียนเทียน ตามวัดต่าง ๆ วันวิสาขบูชา ตรงกับวันเพ็ญขึ้น 15 ค่ำ เดือน 6 กล่าวถึงความสำคัญในฐานะที่เป็น วันประสูติ ตรัสรู้ และปรินิพพานของพระพุทธเจ้า กล่าวถึงกิจกรรมการเวียนเทียน นอกจากนี้ยัง กล่าวถึงวันอาสาฬหบูชา ตรงกับวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 8 และวันเข้าพรรษา โดยกล่าวถึงกิจกรรมการ เข้าวัด ทำบุญ การถวายเทียนพรรษา

ตัวอย่างภาพแสดงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวันสำคัญทางศาสนาเช่น กิจกรรมการเวียนเทียน โดยปรากฏดังรูปที่ 4.4

FULL MOON HOLIDAYS



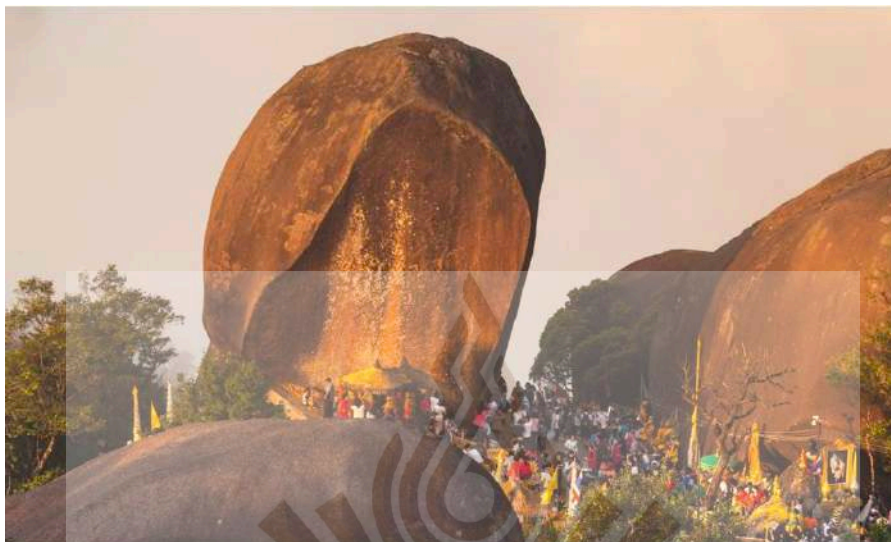
รูปที่ 4.4 การเวียนเทียน โบราณสถานวัดราชบูรณะ พระนครศรีอยุธยา
ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 18

จากรูปที่ 4.4 จะเห็นได้ว่าภาพไม่ปรากฏรายละเอียดของผู้คนที่มาร่วมกิจกรรมการเวียนเทียนซึ่งจัดขึ้นในเขตโบราณสถานวัดราชบูรณะ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อาคารโบราณสถานดังกล่าวเป็นพระวิหารหลักของวัด ภาพปรากฏเพียงเส้นแสงสว่างของเปลวเทียนที่ประชาชนจุดและเดินรอบพระวิหารสามรอบ เนื้อหาแสดงความสวยงามของเรื่องราวแต่ไม่แสดงรายละเอียดของวัดอุบรูชาใดๆ เป็นการสร้างมนต์เสน่ห์ให้กับกิจกรรมการเวียนเทียนในยามค่ำคืนได้เป็นอย่างดี อีกทั้งรูปดังกล่าวยังแสดงถึงกิจกรรมสำคัญทางพุทธศาสนาที่จัดขึ้นในเขตของอุทยานประวัติศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก จึงเป็นการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในวันโอกาสสำคัญทางศาสนาได้อีกทางหนึ่งด้วย

4.3.2 พิธีกรรมการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามช่วงเวลาที่ยุทธศาสนสถานกำหนด

พิธีกรรมการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามเวลาที่กำหนดจะเป็นการกำหนดขึ้นตามช่วงเวลาที่ยุทธศาสนสถานที่ยุทธศาสนิกชนมาปฏิบัติในท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นผู้กำหนดขึ้น นักท่องเที่ยวจะทราบกำหนดการจัดกิจกรรมจากการติดตามข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อมวลชนหรือช่องทางออนไลน์ที่ยุทธศาสนิกชนที่ท่องเที่ยวแห่งนั้นเป็นผู้จัดทำขึ้น รูปแบบดังกล่าวพบทั้งกิจกรรมที่มีการกำหนดล่วงหน้าไว้เป็นการแน่นอนตามปฏิทินทางจันทรคติเช่น พิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานบุญบั้งไฟ

พญานาคที่จังหวัดหนองคาย โดยกำหนดขึ้นในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 11 และกิจกรรมที่มีลักษณะเป็นประเพณีที่เป็นการเฉพาะสถานที่นั้น ๆ เช่น การสักการะพระพุทธรูป เขาชีเมี่ยง จังหวัดจันทบุรี ดังรูปที่ 4.5



รูปที่ 4.5 การสักการะพระพุทธรูป เขาชีเมี่ยง จังหวัดจันทบุรี
ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 45

จากรูปที่ 4.5 การสักการะพระพุทธรูป เขาชีเมี่ยง จังหวัดจันทบุรี เป็นกิจกรรมที่มีการกำหนดขึ้นเป็นประจำทุกปี เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวรวมทั้งพุทธศาสนิกชนที่เป็นผู้แสวงบุญเดินทางมาร่วมสักการะรอยพระพุทธรูปบนยอดเขาชีเมี่ยง เนื้อหาประกอบภาพกล่าวถึงการจัดพิธีสักการะรอยพระพุทธรูปว่า จัดขึ้นเป็นเวลาสองเดือนในช่วงที่พ้นจากฤดูฝน โดยจะอยู่ในช่วงเดียวกับวันมาฆบูชา ผู้แสวงบุญที่ไปสักการะมีข้อกำหนดในการขอพรว่า ขอได้เพียงข้อเดียว โดยกล่าวถึงวิธีการเดินทางที่ค่อนข้างยากลำบากผ่านทางรถที่ใช้ถนนดินและต่อด้วยการเดินขึ้นสู่ยอดเขาประมาณ 1,200 เมตร ผู้คนจำนวนมากรอคิวเข้าสู่จุดสักการะในวันหยุดสุดสัปดาห์และวันสำคัญทางศาสนา จุดดังกล่าวยังเป็นจุดที่เหมาะสมในการชมพระอาทิตย์ขึ้นที่สวยงามอีกด้วย ในจุดเริ่มต้นของการเดินเท้าจะมีการบริการดอกไม้จำนวนมาก แนวเส้นทางเดินจะมีการตั้งธงอธิษฐานขอพรเพื่อความโชคดี และเมื่อถึงจุดยอดเขาตรงตำแหน่งฐานล่างของก้อนหินใหญ่จะเป็นรอยพระพุทธรูป มีการบูชาด้วยดอกดาวเรืองและถวายเงินบูชาบนรอยพระพุทธรูป นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมการเขียนคำอธิษฐานลงบนผ้าสีแดงและผูกแขวนไว้ ณ บริเวณที่กำหนดไว้บนเส้นทางแสวงบุญ

ลักษณะองค์ประกอบในรูปที่ 4.5 จะเห็นได้ว่า ภาพมีพลังในการสื่อความหมายถึงผู้คนจำนวนมากที่เดินทางมาสักการะรอยพระพุทธรบาท โดยมีองค์ประกอบภาพแบบกรอบภาพ (frame) ในสภาพธรรมชาติเพื่อบังคับสายตามุ่งสู่ภาพของผู้คนที่มาสักการะบูชาพระพุทธรบาท แสงมีลักษณะ warm tone ออกโทนสีเหลืองทอง สื่อบรรยากาศของความอบอุ่นในยามเช้าช่วยสร้างความมีมนต์เสน่ห์ของสถานที่ดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

นอกจากภาพการสักการะพระพุทธรบาท ณ เขาคิชฌกูฏ ยังมีตัวอย่างสถานที่การจัดกิจกรรมตามวาระที่มีลักษณะเฉพาะสถานที่โดยขอยกตัวอย่างกิจกรรมในเชิงพิธีกรรมที่วัดเขาอ้อ จังหวัดพัทลุง ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีประวัติศาสตร์เชื่อมโยงกับการเรียนการสอนวิชาอาคมและพิธีพราหมณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพิธีแช่น้ำว่าน 108 ชนิดและกินข้าวเหนียวดำที่ได้รับความนิยมจากผู้ทำงานเสี่ยงภัยเช่น ตำรวจ ทหาร เพื่อผลทางด้านความคลาดแคล้วจากภัยอันตรายจากการปฏิบัติหน้าที่ โดยจะจัดขึ้นปีละครั้งในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ของแต่ละปี อย่างไรก็ตามเนื้อหาภาพพิธีกรรมไม่ได้รับการนำเสนอไว้ในแหล่งข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ภาพสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจเพียงบรรยากาศในถ้ำเขาอ้อที่มีประติมากรรมรูปเคารพและสถาปัตยกรรมบนเชิงเขาที่ตั้งของวัด

4.3.3 พิธีกรรมที่มีลักษณะเป็นวิถีปฏิบัติตามปกติ

รูปแบบการแสดงออกเชิงพิธีกรรมตามศาสนสถานต่าง ๆ จะมีวิธีการปฏิบัติตามแบบแผนของศาสนานั้น ๆ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจะได้พบเห็นแบบแผนของพิธีกรรมที่มีลักษณะเป็นวิถีปฏิบัติตามปกติ จากข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณพบว่า พิธีกรรมที่มีลักษณะเป็นวิถีปฏิบัติตามปกติได้แก่ การทำบุญตักบาตรทั้งในโอกาสปกติและวันที่เป็นโอกาสสำคัญทางศาสนา แบบแผนการแสดงออกถึงการสักการะบูชาเช่น การกราบพระ การถวายมาลัย ดอกไม้ บายศรีและการจุดธูปเทียนบูชา การผูกผ้าหลากสีกับศาลหรือต้นไม้ตามความเชื่อ การถวายประติมากรรมปูนปั้นเช่น ไก่ ที่วัดเจดีย์หรือวัดไอ้ไข่ จังหวัดนครศรีธรรมราช

รูปแบบพิธีกรรมที่มีลักษณะเป็นวิถีปฏิบัติตามปกติที่ได้รับการนำเสนอผ่าน E-book เป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้เห็นและเข้าใจแบบแผนของวิถีปฏิบัติของสถานที่หรือพิธีกรรมการแสดงนั้น ๆ เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวก็จะได้เห็นและสามารถร่วมปฏิบัติทางการแสดงออกได้อย่างเหมาะสม ทำให้เกิดวิถีของการมีส่วนร่วมทางด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณและส่วนหนึ่งได้กลายเป็นเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์เนื้อหาอีกทางหนึ่งด้วย

ในการแสดงออกเชิงพิธีกรรมที่มีวิธีการแสดงออกตามปกติ สิ่งหนึ่งที่จะขาดเสียมิได้คือ เครื่องสักการะบูชาเนื่องในพิธีกรรม ในข้อมูลภาพที่ศึกษาพบว่าภาพเครื่องสักการะบูชาจะมีทั้ง เครื่องสักการะที่มีลักษณะเป็นการทั่วไป ได้แก่ ดอกไม้ ธูปเทียน ในขณะที่สถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบางแห่งมีลักษณะของการถวายเครื่องสักการะบูชาเป็นการเฉพาะเช่น การบูชาด้วย พวงมาลัยดอกมะลิที่วัดคอกคำ จังหวัดเชียงใหม่ ชุดเครื่องสักการะเป็นพานผลไม้ร่วมกับดอกไม้ที่ วัดพระศรีอุมมาเทวีหรือวัดแขกสีลม กรุงเทพฯ การบูชาด้วยไข่ม่ม และของเล่นที่วัดเจดีย์หรือวัดไผ่ จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งนี้โดยมีมายาคติของแต่ละสถานที่เป็นที่มาของรูปแบบการถวาย เครื่องสักการะบูชานั้น ๆ

4.3.4 พิธีกรรมตามความเชื่อส่วนบุคคล

นอกจากพิธีกรรมที่มีลักษณะเป็นกิจกรรมตามจารีตประเพณีและวันสำคัญทางศาสนาแล้ว ยังปรากฏเนื้อหาเกี่ยวกับพิธีกรรมเฉพาะตัวบุคคลตามความเชื่อ ได้แก่ภาพพระสงฆ์หรือผู้อาวุโสผูก ข้อมือให้ด้วยสายสิญจน์ ภาพพระสงฆ์เจิมรดเพื่อความเป็นสิริมงคลสำหรับผู้ที่จะซื้อรถยนต์ใหม่ ภาพการสักยันต์โดยมีการเชื่อมโยงกับความเชื่อในเรื่องอำนาจเหนือธรรมชาติ และมักเชื่อมโยงกับ อานิสงค์ในเรื่องความปลอดภัยจากภัยอันตรายต่าง ๆ

พิธีกรรมตามความเชื่อของบุคคลจะประกอบพิธี โดยพระสงฆ์ซึ่งจะมีการสวดมนต์เป็น ภาษาบาลี มนตราจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับการป้องกันคุ้มครองให้พ้นภัยอันตรายต่าง ๆ และอำนวยการให้ ความเป็นสิริมงคลแก่ผู้เข้าพิธีทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคลในโอกาสต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมี พิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อเรื่องวัตถุมงคลที่ผ่านการปลุกเสกด้วยพลังของมนตรา ทำให้วัตถุ มงคลนั้นมีพลังในการป้องกันบุคคลจากสิ่งที่ไม่ดีหรือภูติผีวิญญาณชั่วร้าย รวมทั้งให้มีพลังที่ดีใน เชิงบวกต่อผู้ร่วมทำพิธีกรรมเช่น ให้มีความโชคดี ความมีชื่อเสียง วัตถุพิธีและสิ่งมงคลเช่น พระ เครื่อง ตะกรุดซึ่งทำจากโลหะชิ้นเล็กม้วนกลมหรืออาจเป็นแผ่น โลหะที่จารึกสัญลักษณ์อักษร ศักดิ์สิทธิ์และผ่านการร่ายมนตรา นอกจากนี้ยังมีสายสิญจน์ที่ให้ผู้ผูกข้อมือเพื่อความเป็นมงคลและ เป็นขวัญกำลังใจตามความเชื่อ

จากรูปแบบพิธีกรรมข้างต้น จะเห็นได้ว่าการแสดงออกเชิงพิธีกรรมเป็นรูปแบบหนึ่งของการ สร้างปฏิสัมพันธ์ทางการสื่อสารระหว่างมนุษย์ ทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคลที่เกิดจาก นักท่องเที่ยวด้วยกันเองและผู้ประกอบพิธีกรรม ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมีการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้คนที่มีความเชื่อที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งนิยมใช้การเข้าร่วม พิธีกรรมต่าง ๆ เป็นเนื้อหาของการสร้างเนื้อหาเพื่อการแบ่งปันบนสื่อสังคม

4.4 การอธิษฐานขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์

การอธิษฐานขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นกิจกรรมที่ผู้ศรัทธาและนักท่องเที่ยวนิยมโดยมีการหวังผลทางด้านจิตใจ ความสมหวังในสิ่งที่ตนปรารถนา เข้าทำนอง “ทำบุญหวังผล” โดยมีบริบททางเศรษฐกิจและสังคมแบบทุนนิยมตะวันตกเป็นปัจจัยแวดล้อมการดำรงชีวิต อีกทั้งบริบททางการเมืองที่อาจไม่ใช่ที่พึงในเรื่องความอยู่ดีกินดีของประชาชน ความมีชื่อเสียงที่นำไปสู่การงานที่ได้ทรัพย์หรือในระดับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่อาจเกิดความไม่ราบรื่นเกี่ยวกับกิจกรรมทางสังคม เป็นต้น ดังนั้น การอธิษฐานขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ถือเป็นสิ่งที่พึงทางใจได้ ผู้ศรัทธาและนักท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยที่ย้อนกลับมาใหม่อีกครั้งเพื่อการ “แก้บน” เมื่อสิ่งที่ได้อธิษฐานไว้นั้นประสบความสำเร็จดังใจปรารถนา รวมทั้งมีการเล่าเรื่องความสำเร็จนั้นผ่านการสื่อสารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลจนสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งมีความโด่งดังเป็นที่รู้จักจากการเผยแพร่เรื่องราวความสมปรารถนาที่ได้จากการอธิษฐานขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสถานที่นั้น ๆ

เนื้อหาจากการอธิษฐานขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มีการกล่าวถึงใน E-book การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในประเทศไทยทั้ง 60 แห่ง สามารถประมวลประเด็นแก่นประเด็นการอธิษฐานขอพรได้ดังต่อไปนี้

4.4.1 ความมั่นคงในทรัพย์และความร่ำรวย

ความมั่นคงในทรัพย์และความร่ำรวยในบริบทของการขอพรต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นความมั่นคงทั้งที่ได้จากผลตอบแทนจากการทำงานที่มีความเสถียร การได้งานสำคัญที่ส่งผลต่อรายได้สูง และความร่ำรวยที่เป็นจังหวะของความโชคดี (good luck) ตามลักษณะปฤชณวิสัย เช่น การเสี่ยงโชคจากลอตเตอรี่จนถึงความร่ำรวยในระดับความมั่งคั่ง (prosperity) จากการค้าการลงทุนทางธุรกิจ ความร่ำรวยยังเป็นประเด็นของความปรารถนาที่สูงกว่าความต้องการปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ทั้งนี้โดยมีบริบทในการดำรงชีวิตในระบบทุนนิยมที่ยึดถือวัตถุเป็นสิ่งบ่งชี้สถานภาพทางสังคม ในขณะที่ผู้มีสัมมาทิฐิในการประกอบสัมมาอาชีพจะพึงผลทางด้านความร่ำรวยอย่างยั่งยืนจากโอกาสทางการงานที่มั่นคง

ตัวอย่างเนื้อหาเกี่ยวกับความมั่นคงในทรัพย์และความร่ำรวยได้แก่ การเล่าเรื่องเกี่ยวกับสถานที่ดังนี้

“...สถานที่ทางจิตวิญญาณมีแทบทุกที่ในประเทศไทย ทั้งในบ้าน ตึกอาคารสำนักงาน ศาล ข้างถนนที่จอแจ จนถึงต้นไม้ที่เผยให้เห็นตัวเลขที่จะถูกรางวัลจากล็อตเตอรี่....” (Palotai Design, 2023 : 8)

“...ในปีพ.ศ. 2566 นักธุรกิจหญิงผู้หนึ่งนำพวงมาลัยดอกมะลิจำนวน 500,000 พวง ถวาย “พระเจ้าทันใจ” ที่ทำให้เขาประสบผลสำเร็จตามที่เขอดีงจิตอธิษฐานขอ...” (Palotai Design, 2023 : 11) (วัดคอกคำ เชียงใหม่)

“...วัดศรีมหาโพธิ์ (วัดแขกสีลม) เป็นการบูชาพระแม่แห่งสายฝน (Rain Mother)...ผู้เดินทางมาที่นี่จะอธิษฐานขอพรเรื่องความมั่งคั่งและความอุดมสมบูรณ์...” (Palotai Design, 2023 : 16) (วัดศรีมหาโพธิ์ กรุงเทพมหานคร)

“...พระพรหมโรงแรมเอราวัณ...บริเวณทางเดินมีการวางขายล็อตเตอรี่...ความโชคดี...” (Palotai Design, 2023 : 17) (พระพรหมเอราวัณ กรุงเทพฯ)

“...พระแม่ลักษมี ชายาพระวิษณุ อธิษฐานเพื่อขอความมั่งคั่งร่ำรวย...” (Palotai Design, 2023 : 20) (เทวาลัยเทพเจ้าฮินดูราชประสงค์ กรุงเทพฯ)

“...แม่นาคพระโขนง...ผู้ที่เดินทางไปสามารถขอความโชคดีจากตัวเลขรางวัลล็อตเตอรี่...” (Palotai Design, 2023 : 21) (วัดมหาบุศย์ กรุงเทพฯ)

“...พระพิฆเนศวรพระพรหมทั้งสี่ พักตร์หนึ่งคือ เมตตา ขอพรเกี่ยวกับความมั่นคงทางงาน การศึกษาและความรับผิดชอบต่อชีวิตตนได้...พักตร์หนึ่งคือ ความกรุณา ขอพรเกี่ยวกับ อสังหาริมทรัพย์และยานยนต์” (Palotai Design, 2023 : 27) (เทวาลัยพระพรหม สิงห์บุรี)

“...คนนับพันในแต่วันขอให้ไข่ไข่ (Egg Boy) บันดาลโชคให้ถูกรางวัลล็อตเตอรี่รวมทั้ง สิ่งของที่ปรารถนาต่าง ๆ เมื่อได้ตามที่ขอก็จะนำชุดทหารที่เป็นของเด็ก ของเล่นต่าง ๆ ไข่ต้ม และของหวานมาบูชา...” (Palotai Design, 2023 : 31) (วัดเจติยน์ นครศรีธรรมราช)

“...อนุสรณ์พุ่มพวงลำดับที่สอง อธิษฐานขอพรให้ประสบความสำเร็จทางด้านการงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ทำงานในวงการบันเทิงและงานการแสดง ส่วนอนุสรณ์ลำดับที่สี่ ขอพรให้สามารถแก้ไขปัญหาหนี้สินได้...” (Palotai Design, 2023 : 32) (ศาลพุ่มพวง ดวงจันทร์ สุพรรณบุรี)

“...ขอท้าวเวสสุวรรณ...ให้มีโอกาสทางการทำงานที่ดีขึ้นและธุรกิจทางการค้ารุ่งเรือง ...” (Palotai Design, 2023 : 33) (วัดจุฬามณี สมุทรสงคราม)

“...ขอให้ชีวิตผ่านพ้นอุปสรรคต่าง ๆ และขอให้มิชื่อเสียงไปทั้งสามโลกทั้งโลกมนุษย์ สวรรค์ และบาดาล ...” (Palotai Design, 2023 : 34) (วัดป่าพุทธาราม ราชบุรี)

“...ขอพระกณेश...ให้ผ่านพ้นอุปสรรค ประสบความสำเร็จทางการค้า การศึกษา และงาน ศิลปะวิทยาการต่าง ๆ ...” (Palotai Design, 2023 : 40) (อนุสรณ์สถานพระกณेश วัดสมานรัตนาราม ฉะเชิงเทรา)

“...ผู้คนจำนวนมากเข้าแถวยาวตั้งแต่ประตูทางเข้าสู่ดินแดนคำชะโนด บางคนนำน้ำจากบ่อศักดิ์สิทธิ์กลับบ้านเพื่อความโชคดี ด้านข้างสามารถอธิษฐานขอพรปู่ศรีสุทโธ แล้วมุ่งหน้าสู่ด้านใน ที่มีต้นไม้ใหญ่เพื่อแสวงหาตัวเลขที่นำไปซื้อลอตเตอรี่...” (Palotai Design, 2023 : 52) (คำชะโนด อุดรธานี)

“...การเข้าชมเมืองบาดาลที่วัดไทยโพธิพิสัย จังหวัดหนองคาย วัดไทยสร้างพญานาคสูง 19 เมตร ได้พญานาคมีถ้ำที่สร้างจำลองแนวคิดเมืองบาดาล เชื่อว่าผู้ที่เข้าไปจะทำให้เกิดความโชคดี และได้สมหวังตามอธิษฐาน...” (Palotai Design, 2023 : 56) (วัดไทยโพธิพิสัย หนองคาย)

“...ผู้คนขอพรจากพระโพธิสัตว์กวนอิม...ผ่านสัญลักษณ์สามประการได้แก่ ไฟ ในเรื่อง ความมั่งคั่งในทรัพย์ น้ำคือความสงบสุขและดอกบัวคือ ความมั่งคั่ง ...” (Palotai Design, 2023 : 67) (วัดราชคิริหิรัญยาราม พิษณุโลก)

“...ผู้คนส่วนหนึ่งขอพรไอ้ไข่ให้ของที่หายไปแล้วนั้นได้กลับคืนมา...บางรายยังขอพรให้ ลูกชาย (อนาคตเกี่ยวกับความมั่นคงของครอบครัว) มีความเฉลียวฉลาดและน่ารักเช่นเดียวกับไอ้ไข่ และตามด้วยเลขรางวัลลอตเตอรี่...” (Palotai Design, 2023 : 91) (วัดเจติยน์นครศรีธรรมราช)

“...สัญลักษณ์ในศาลเจ้าพ่อหลักเมืองมีความหมายถึงความเจริญรุ่งเรืองและความมั่งคั่ง...ในงานประจำปีศาลเจ้าพ่อหลักเมืองมีกิจกรรมเดินรอบศาลพร้อมกับจุดเทียนซึ่งเชื่อว่าจะมีพลังขับไล่สิ่งที่ไม่ดีออกจากตัวได้...” (Palotai Design, 2023 : 97) (ศาลหลักเมือง สงขลา)

การอธิบายของพรเรื่องเกี่ยวกับความร่ำรวย มีมายาคติที่เกี่ยวข้องกับที่มาของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสถานที่นั้น ๆ โดยมีเรื่องราวที่แตกต่างกัน ในกรณีของสถานที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับกับพญานาค ผู้คนจะมีโน้ตสนัประการหนึ่งคือ นาคมีความเกี่ยวข้องกับภาคเกษตรกรรมและความอุดมสมบูรณ์ (กัญญรัตน์ เวทศาสตร์, 2559) ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับผลผลิตทางการเกษตรกรรมอันนำมาซึ่งความร่ำรวยจากผลผลิต นอกจากนี้ยังมีมายาคติเกี่ยวกับพญานาคในฐานะผู้มีโลกทัศน์มาก เป็นผู้เฝ้าชุมทรัพย์ของเมืองบาดาล มายาคติดังกล่าวนี้จึงเกี่ยวข้องกับการอธิบายของพรเรื่องทรัพย์เช่นที่วังนาคนทร์ คำชะโนด จังหวัดอุดรธานี วัดอาฮงศิลาวาส (สะดือแม่น้ำโขง) จังหวัดบึงกาฬ ในกรณีของเทพทันใจ (ตามคติในประเทศเมียนมาร์) หรือพระพุทธรูป “พระเจ้าทันใจ” จะเกี่ยวข้องกับความรวดเร็วในการบรรลุลความปรารถนาที่มีย่นตามกระแสบุญคุณคือ ผลงอกเงยจากการลงทุนซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับทรัพย์ดังกรณีพระเจ้าทันใจ วัดคอกคำ จังหวัดเชียงใหม่ ในขณะที่มายาคติเฉพาะสถานที่เช่นเรื่องราวไอ้ไข่ เด็กวัดเจดีย์ นครศรีธรรมราช จะมีความเกี่ยวข้องกับคนที่มีชื่อเสียงไปเก็บรวบรวมทั้งคนที่ได้โชคได้ลาภจากการถูกรางวัลล็อตเตอรี่แล้วนำเสนอเรื่องราวบนสื่อสังคมจนเป็นกระแสลัทธิบูชาเพื่อให้ได้มาซึ่งโชคลาภเกี่ยวกับทรัพย์ หรือกรณีของศาลพุ่มพวง ดวงจันทร์ ก็เป็นมายาคติที่เกิดจากความมีชื่อเสียงในฐานะนักร้องที่โด่งดัง ทำให้ผู้คนในวงการบันเทิงที่ปรารถนาชื่อเสียงและความสำเร็จด้านการงานมาสักการะขอพรจากศาลดังกล่าว

4.4.2 ความปลอดภัยจากภัยอันตราย

ผู้ที่ประกอบอาชีพที่มีความเสี่ยงเกี่ยวกับชีวิตร่างกายโดยตรงเช่น ทหาร ตำรวจ หรือผู้ที่ทำงานที่มีการกิจการเดินทางไกลบ่อยครั้ง เป็นกลุ่มคนที่ปรารถนาพรทางด้านความแคล้วคลาดปลอดภัย แม้บุคคลทั่วไปที่ตระหนักได้ว่าการดำรงชีวิตประจำวันของบุคคลล้วนมีความเสี่ยงเช่นภัยการการเดินทางชีวิตประจำวัน ภัยที่คาดไม่ถึงจากอุบัติเหตุต่าง ๆ ในทุกรูปแบบ ผู้ที่ตระหนักในประเด็นดังกล่าวจึงมีความปรารถนาในการขอพรให้ตนเองมีความแคล้วคลาดปลอดภัย

ตัวอย่างเนื้อหาเกี่ยวกับความปลอดภัยจากภัยอันตรายได้แก่ การเล่าเรื่องเกี่ยวกับสถานที่ดังนี้

“...ท้าวจตุโลกบาล เทพเจ้า ณ ลีแยกราชประสงค์ อธิษฐานเพื่อให้ปกป้องจากสิ่งชั่วร้ายและภัยอันตรายทั้งปวง (Palotai Design, 2023 : 20) (เทวาลัยเทพเจ้าอินดูราชประสงค์ กรุงเทพฯ)

“...ขอท้าวเวสสุวรรณ...ท้าวจตุโลกบาลผู้ปกป้องทั้งสี่ให้มีความปลอดภัยจากภัยอันตรายทั้งปวง ...” (Palotai Design, 2023 : 33) (วัดจุฬามณี สมุทรสงคราม)

“...หลวงปู่ทวดมีชื่อเสียงเกี่ยวกับพลังวิเศษที่ช่วยปกป้องคุ้มครองภัยจากอันตรายให้กับผู้คน... เมื่อคุณเผชิญกับภัยอันตราย ขอให้ระลึกถึงหลวงปู่ทวด อานุภาพอันมหัศจรรย์จะปกป้องคุณได้...” (Palotai Design, 2023 : 92) (หลวงปู่ทวดเกาะนุ้ยนอก นครศรีธรรมราช)

“...มีชื่อเสียงตำนานเกี่ยวกับพระพรหม เป็นสถานที่สืบทอดวิชาลึกลับ สำนักทิศาปาโมกข์ (ไสยศาสตร์) เคยเป็นที่พำนักของพราหมณ์จากอินเดีย ทุกวันนี้เป็นที่ประกอบพิธีแช่น้ำว่าน กินข้าวเหนียวดำ เพื่อความหนักแน่นพ้นภัยจากศาสตราวุธ มีความคงกระพัน เป็นที่นิยมของผู้ประกอบอาชีพทหาร ตำรวจ การขอพรให้แคล้วคลาดปลอดภัย...” (Palotai Design, 2023 : 96) (วัดเขาอ้อ พัทลุง)

จากข้อความตัวอย่างคำขอพรข้างต้นจะเห็นได้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่เกี่ยวข้องจะมีเรื่องราวที่มาเกี่ยวข้องกับมายาคติหรือเรื่องเล่าที่ทรงพลังเช่น ท้าวเวสสุวรรณและท้าวจตุโลกบาลมีตำนานความเชื่อในฐานะที่เป็นผู้พิทักษ์หรือผู้คุ้มครองโลกทั้งสี่ทิศ อภินิหารของหลวงพ่отวดเหยียบน้ำทะเลจืดซึ่งเป็นปาฏิหาริย์ที่เกิดขึ้นในขณะที่มีการเดินทางโดยเรือ ในส่วนของวัดเขาอ้อนอกจากจะมีประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับวิชาที่ถ่ายทอดพระเวทย์แล้วยังมีสัมพันธ์กับภาพยนตร์เรื่อง ขุนพันธ์ที่ออกฉายในปี 2559 และขุนพันธ์ภาคสองออกฉายในปี 2561 โดยเป็นเรื่องราวของนายตำรวจจอมขมังเวทย์ (พล.ต.ต.ขุนพันธ์รักษ์ ราชเดช) ซึ่งขุนพันธ์เป็นศิษย์ของสำนักวัดเขาอ้อด้วย จากมายาคติดังกล่าวจึงมีความเชื่อมโยงกับการขอพรในเรื่องความแคล้วคลาดปลอดภัยทั้งจากการเดินทางและการประกอบอาชีพที่มีความเสี่ยงอันตรายต่าง ๆ

4.4.3 ความมีสุขภาพดี

ความปรารถนาในเรื่องความมีสุขภาพดีสอดคล้องกับภายิตไทยที่ว่า “ความไม่มีโรคเป็นลาภอันประเสริฐ” เนื่องจากความมีสุขภาพดีเป็นเหตุปัจจัยเบื้องต้นของพละกำลังในการประกอบอาชีพซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของความมั่นคงเรื่องทรัพย์สิน นอกจากนี้คำสอนในทางพุทธศาสนายังมีหลักธรรมในเรื่องของความเสื่อมของสังขารเป็นธรรมดาของโลก ในขณะที่วรรณกรรมเนื่องในพุทธศาสนามีเหตุการณ์พุทธประวัติเรื่องเทวทูตสี่ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ คนป่วย อันเป็นเหตุประการหนึ่งที่เจ้าชายสิทธัตถะเสด็จออกบรรพชา จากการวิเคราะห์เอกสาร ในประเด็นการขอพรเรื่อง

สุขภาพ ผู้วิจัยพบว่า มีประเด็นที่เกี่ยวกับความปรารถนาให้มีร่างกายแข็งแรง ให้อภัยจากโรค ให้อภัยจากการคลอด ขอให้มียุยืนยาว ปรากฏทั้งการขอพรให้กับตนเองและการที่พ่อแม่ขอพรให้กับลูกมีสุขภาพที่ดีดังตัวอย่างการอ้างถึงคำอธิษฐานต่อไปนี้

“...ผู้คนจุดธูปเทียนขอพร (พระโพธิสัตว์กวนอิม) ซึ่งเปรียบเทียบกับแม่ผู้รักลูกเพื่อให้ช่วยเหลือยายบรรเทาปัญหาสุขภาพ มีร่างกายแข็งแรง...” (Palotai Design, 2023 : 15) (วิหารกวนอิม มูลนิธิเทียนฟ้า กรุงเทพฯ)

“...พระแม่แห่งสายฝน (Rain Mother) มาริอัมมันเป็นภาคหนึ่งของพระแม่ศักดิ์ในศาสนาฮินดู นอกจากจะขอพรเรื่องความมั่งคั่งและความอุดมสมบูรณ์แล้ว ยังขอพรเกี่ยวกับการรักษาโรคภัยได้ด้วย...” (Palotai Design, 2023 : 16) (วัดแขกสีลม กรุงเทพฯ)

“...แม่นาคพระโขนง เรื่องเล่าที่ทรงพลังในสื่อบันเทิงไทย...ผู้หญิงตั้งครรภ์จะอธิษฐานขอพรจากแม่นาคเพื่อขอให้คลอดลูกง่าย...” (Palotai Design, 2023 : 21) (วัดมหาบุศย์ กรุงเทพฯ)

“...พระพักตร์พระพรหมทั้งสี่ พักตร์หนึ่งคือ พักตร์หนึ่งคือ มุทิตา ขอพรเกี่ยวกับความมีสุขภาพดีและครอบครัวที่ดี...” (Palotai Design, 2023 : 27) (เทวาลัยพระพรหม สิงห์บุรี)

“...ขอพรมังกรสวรรค์...เชื่อกันว่าถ้าได้พบกับมังกรที่สวยงามและทรงพลังในจังหวะเวลาที่เหมาะสม จะได้รับพรให้ชีวิตพบแต่สิ่งที่ดี มีสุขภาพดีและมีอายุที่ยืนยาว...” (Palotai Design, 2023 : 64) (อุทยานสวรรค์ นครสวรรค์)

“...ชาวเมืองมาขอพรพระแม่ย่า สุโขทัย ให้ช่วยบรรเทาความทุกข์จากความเจ็บป่วย...บางรายขอพรให้ได้มีลูก...” (Palotai Design, 2023 : 69) (ศาลพระแม่ย่า สุโขทัย)

“...วัดป่าแดด ณ จันทบุรีจะมิรู้ป็นเต้าขนาดมหึมา เป็นสัญลักษณ์ของการเป็นผู้ที่มีอายุยืนนาน...” (Palotai Design, 2023 : 11) (วัดป่าแดด เชียงใหม่)

“...ผู้หญิงมักมาขอลูกและขอให้มีความโชคดี เมื่อมีลูกแล้วก็จะนำรูปของลูกนั้นมาฝากไว้กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่นี่...” (Palotai Design, 2023 : 94) (วัดพระมหาธาตุ นครศรีธรรมราช)

การขอพรเรื่องสุขภาพมีความเชื่อมโยงกับบริบททางด้านการเข้าถึงระบบสาธารณสุข ในกรณีของแม่นาคพระโขนงเป็นการผลิตซ้ำภาพความเป็นจริงในอดีตที่ประชาชนเข้าไม่ถึงระบบสาธารณสุขที่ดี การขอพรให้การคลอดปลอดภัยจึงเป็นปรากฏการณ์ที่ตอกย้ำถึงปัญหาการเข้าถึงการรับบริการทางการแพทย์ที่ยังคงมีอยู่ในสังคม ในขณะที่การขอให้พ้นจากความเจ็บป่วยเป็นอีกหนทางหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านจิตใจ เพื่อชีวิตที่มีความหวังดังที่หลาย ๆ กรณีปรากฏว่าในเรื่องปาฏิหาริย์ที่ผู้ป่วยหายจากความเจ็บป่วยหรือรอดพ้นจากภาวะวิกฤตทางด้านสุขภาพ

4.4.4 การมีชัยชนะ

ความปรารถนาชัยชนะเป็นประเด็นที่มีความเฉพาะด้าน โดยจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการแข่งขันของนักกีฬา ในขณะที่งานอาชีพด้านตำรวจ ทหาร เป็นมิติที่เกี่ยวข้องกับการต่อสู้ที่มีชีวิตเป็นเดิมพัน อย่างไรก็ตามในแง่ของประชาชนทั่วไปการปรารถนาชัยชนะอาจเป็นมิติที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตประจำวันหรือการทำงานที่มีการแข่งขัน ดังนั้นการขอพรเกี่ยวกับการมีชัยชนะจึงปรากฏโดยทั่วไปดังตัวอย่าง

“...พระอินทร์ แยกราชประสงค์ เทพเจ้าแห่งสายฟ้าและผู้ชนะทั้งบนพื้นโลก ในอากาศ และน้ำ...ขอพรเพื่อให้ได้ชัยชนะ” (Palotai Design, 2023 : 20) (เทวาลัยเทพเจ้าอินดูราชประสงค์ กรุงเทพฯ)

“...ผู้เดินทางมาสักการะหลวงพ่อชนะมารซึ่งเป็นภาพตัวแทนของเหตุการณ์พุทธประวัติตอนที่พระพุทธเจ้ามีชัยชนะเหนือกองทัพพญามาร โดยสามารถขอพรให้ตนประสบความสำเร็จ มีความสุขดี มีชัยชนะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ทำงานในกองทัพและตำรวจ ...” (Palotai Design, 2023 : 24) (วัดเจติยหอย ปทุมธานี)

“...คนจำนวนมากมักนำรูปปั้นไก่อ้นมาถวายเมื่อได้ความสำเร็จตามที่ขอ โดยเฉพาะนักมวยที่ประสบความสำเร็จและปรารถนาจิตวิญญาณนักสู้ดังเช่นพระนเรศวร... ” (Palotai Design, 2023 : 68) (ศาลพระนเรศวร พิษณุโลก)

การขอพรเพื่อให้ได้ชัยชนะเป็นปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับมิติการแข่งขันที่หลากหลายโดยมีมายาคติเกี่ยวกับภูมิหลังที่มาของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเดินทางไปขอพรยังแต่ละสถานที่เช่น บริบททางการแข่งขันกีฬาโดยเฉพาะอย่างยิ่งนักมวยจะ

เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์จิตวิญญาณความเป็นนักรู้ของสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่มีชัยชนะเหนือกองทัพพม่าและเรื่องราวประวัติศาสตร์การชนไก่เป็นเดิมพัน ซึ่งเป็นที่มาของการนำรูปปั้นไก่ชนมาเป็นเครื่องสักการะเมื่อความปรารถนาได้ตามประสงค์ ในขณะที่เทพอย่างพระอินทร์ตามคติทางฮินดูเป็นเทพเจ้าแห่งสายฟ้าและผู้ชนะทั้งบนพื้นโลก ในอากาศ และน้ำ ในส่วนของวรรณกรรมเนื่องในพุทธศาสนามีเรื่องเหตุการณ์พุทธประวัติตอนมารผจญ ในครั้งนั้นพระมหาบุรุษได้ชัยชนะเหนือกองทัพพญามาราราช เป็นต้น

4.4.5 ความสงบสุข

ความสงบสุขหรือ “सानติ” เป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งของประสบการณ์ทางสุนทรียะกล่าวคือ การเกิดอารมณ์ร่วมเป็น “ภาวะ” หรืออารมณ์ขั้นมูลฐานที่เกิดขึ้นจากการรับชมงานศิลปะทางการสื่อสารซึ่งเป็นประสบการณ์ที่ได้จากการสื่อสารสุนทรียภาพเพื่อให้บังเกิดเป็นอารมณ์ต่าง ๆ ความสงบสุขเป็นความปรารถนาที่ก้าวพ้นจากปัจจัยพื้นฐานสี่ประการในการดำรงชีวิต ผู้ขอความสงบสุขมักเป็นผู้ที่พินหรือไม่ยึดติดกับความสำเร็จในเรื่องทรัพย์ หรือความปรารถนาให้ได้ชัยชนะจากการแข่งขัน ในทางสุนทรียศาสตร์ถือว่าอารมณ์แห่งความสงบสุขเป็นผลมาจากความบรรสานสอดคล้องระหว่างองค์ประกอบด้านสาระ ความงาม และจิตใจของผู้ที่เดินทางมาร่วมประสบการณ์หรือทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณดังตัวอย่าง

“...ผู้เดินทางนับล้านเดินทางมาที่นี่ในทุก ๆ ปี เพื่อสวดมนต์อธิษฐานขอพรให้พ้นจากบาปเคราะห์ ประสบความสำเร็จและชีวิตพบแต่ความสุขตลอดไป...” (Palotai Design, 2023 : 25) (วัดพระพุทธบาท สระบุรี)

“...ผู้เดินทางมาปฏิบัติธรรมฝึกจิตสมาธิที่นี่ จะประสบความสงบสุขทางจิตใจหรือกุศลจิต...” (Palotai Design, 2023 : 86) (สวนธรรมเขานาในหลวง สุราษฎร์ธานี)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการปรารถนาความสงบสุขไม่ใช่การเดินทางเพียงแค่วัตถุประสงค์เพื่อการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ หากแต่มีการลงมือปฏิบัติด้วยการเข้าร่วมกิจกรรมที่สถานที่แห่งนั้นจัดขึ้นเช่น การสวดมนต์ การฝึกสมาธิ เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่าเป็นกิจวัตรของผู้เดินทางเพื่อการแสวงบุญตามโอกาสต่าง ๆ

4.5 ประวัติความเป็นมาของสถานที่

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณทุกแห่งล้วนมีเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติการก่อตั้งโดยมักมีความเกี่ยวข้องกับมายาคติจากคำบอกเล่าของผู้คนในอดีตและอาจเชื่อมโยงกับวรรณกรรมทางศาสนา จากการวิเคราะห์เนื้อหาภาพถ่ายและเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ผู้วิจัยพบว่ามีการก่อตั้งสถานที่ที่มีแนวเนื้อหา 2 ประการคือ ประวัติการก่อตั้งสถานที่ที่มีวัตถุประสงค์เป็นการเฉพาะและ/หรือบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสถานที่แห่งนั้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.5.1 ประวัติการก่อตั้งสถานที่เชิงจิตวิญญาณ

ประวัติการก่อตั้งสถานที่ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจะเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์เฉพาะของการก่อสร้างที่อาจมีความแตกต่างกันเช่น เพื่อการบูชาเทพเจ้าและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การเป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรม โดยการก่อสร้างมักเกิดมาจากความศรัทธาตามหลักศาสนา มีแนวปฏิบัติที่เป็นแบบแผนในการออกแบบก่อสร้างสถานที่เชิงจิตวิญญาณที่มีมาก่อนแล้ว แม้เป็นศาสนสถานของศาสนาที่มีความแตกต่างกันแต่ยังเป็นสถานที่ที่สืบเนื่องจากศาสนาพุทธและศาสนาพราหมณ์ฮินดู ทั้งนี้พบว่า วัตถุประสงค์ในการก่อสร้างที่อธิบายไว้ในเรื่องประวัติการก่อตั้งมีดังต่อไปนี้

4.5.1.1 เพื่อการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์

การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์มีความเกี่ยวข้องกับตำนานความเชื่อในเรื่อง องค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า พระโพธิสัตว์ เทพเจ้าฮินดู และพญานาค โดยมักมีความเชื่อมโยงกับพุทธคุณหรืออิทธิปาฏิหาริย์ในการให้พรแก่ผู้ที่มาสักการะ ดังตัวอย่างเนื้อหาต่อไปนี้

“...วิหารกวนอิมสร้างขึ้นเพื่ออุทิศให้แก่พระโพธิสัตว์กวนอิม ผู้มีเมตตาธรรม ผู้เป็นภาพตัวแทนของพระโพธิสัตว์อวโลกิเตศวร ผู้ทรงไม่ไปสู่พระนิพพานเพื่อช่วยเหลือสัตว์โลกให้พ้นความทุกข์ยาก...” (Palotai Design, 2023 : 15) (วิหารกวนอิม มูลนิธิเทียนฟ้ากรุงเทพ)

“...วัดศรีมหาโพธิ์อัมมันต์ สร้างขึ้นโดยชาวอินเดียได้ที่อพยพเข้ามาในประเทศไทยในทศวรรษที่ 1870 ซึ่งยังคงเป็นสถานที่หลักในการบูชาเทพเจ้าของชาวทมิฬจนถึงปัจจุบัน ทั้งยังเป็น

สักการะบูชาของชาวไทยผู้นับถือพุทธศาสนาผู้ซึ่งปรารถนาพรจากเทพเจ้าในเรื่องความมั่งคั่งและความอุดมสมบูรณ์... (Palotai Design, 2023 : 16) (วัดแขกสีลม กรุงเทพฯ)

“...วัดจุฬามณี เป็นที่รู้จักในวงกว้างจากท้าวเวสสุวรรณ ผู้เป็นหัวหน้าท้าวจตุโลกบาลทั้งสี่ ซึ่งมีหน้าที่พิทักษ์โลกและช่วยป้องกันสิ่งชั่วร้าย ท้าวเวสสุวรรณเป็นผู้พิทักษ์ทิศเหนือ เป็นเทพแห่งฝน และความมั่งคั่ง ผู้คนจำนวนมากเดินทางมาสักการะขอพร...” (Palotai Design, 2023 : 33) (วัดจุฬามณี สมุทรสงคราม)

“...พระเคณีส ละเชิงเทรา เป็นเทพเจ้าอินทรีที่เป็นที่เคารพในหมู่คนไทย ชาวกรุงเทพมหานครเดินทางมาแสวงบุญและสักการะพระเคณีส 3 องค์ ในจังหวัดละเชิงเทราโดยมีระยะการเดินทางห่างกันภายใน 20 กิโลเมตร...(Palotai Design, 2023 : 40) (วัดสมานรัตนาราม ละเชิงเทรา)

“...ศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่ ชลบุรี สร้างขึ้นโดยชาวประมงชาวจีน ซึ่งผู้สร้างได้เห็นแสงออกมาจากถ้ำจึงได้สร้างศาลขึ้นอุทิศบูชาเจ้าพ่อเขาใหญ่... (Palotai Design, 2023 : 43) (ศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่ ชลบุรี)

“...เขาคิชฌกูฏ จันทบุรี มีการจัดเทศกาลสักการะพระพุทธรูปขึ้นเป็นประจำทุกปีเป็นระยะเวลาสองเดือนบนเขาคิชฌกูฏ นักแสวงบุญหลายพันคนเดินทางมาร่วมแสวงบุญ... (Palotai Design, 2023 : 45) (เขาคิชฌกูฏ จันทบุรี)

“...ปราสาทหินเขาพนมรุ้ง บุรีรัมย์ ศาสนาสถานที่สร้างขึ้นบนยอดเขาภูเขาไฟ...สร้างขึ้นในช่วงศตวรรษที่ 10 – 13 โดยมีศูนย์กลางเป็นปราสาทหินทราย สร้างขึ้นเพื่ออุทิศถวายแด่พระศิวะ... (Palotai Design, 2023 : 49) (ปราสาทหินเขาพนมรุ้ง บุรีรัมย์)

“...คำชะโนด อุดรธานี เชื่อว่าในป่าต้นชะโนดเป็นทะเลสาบที่เป็นที่อยู่ของพญานาคปู่ศรีสุทโธและย่าศรีปทุมมา ประชาชนจำนวนมากเดินทางมาสักการะพญานาคทั้งสอง มีการถวายบายศรีที่พับใบตองประดิษฐ์เป็นรูปพญานาค พวงมาลัย อาหาร เพื่อขอพร... (Palotai Design, 2023 : 52) (คำชะโนด อุดรธานี)

“...หอพระอิศวรและหอพระนารายณ์ นครศรีธรรมราช ผู้คนในนครศรีธรรมราชส่วนหนึ่งเป็นพราหมณ์ที่อพยพมาจากอินเดียเมื่อกว่าหนึ่งพันปีก่อน และส่วนหนึ่งเดินทางไปอยู่กรุงเทพฯ และต่อมาเป็นพราหมณ์ผู้มีบทบาทสำคัญในพิธีกรรมของราชสำนัก... “อิศวร” เป็นคำในภาษาไทย

ใช้เรียกพระศิวะ ซึ่งปรากฏในรูปสัญลักษณ์สิวลึงค์ตั้งแต่ราวศตวรรษที่ 6 มีรูปสิวนาฏราชสีทองเด่น
เข่าโลก พร้อมด้วยรูปพระอุมาเทวีมีเหลือและพระพิณเนศ ผู้ขจัดอุปสรรคเป็นองค์ปฐมบุชา...
(Palotai Design, 2023 : 95) (หอพระอิศวรและหอพระนารายณ์ นครศรีธรรมราช)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่าการเล่าเรื่องประวัติโดยเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์การก่อตั้ง
นั้น เป็นผลสืบเนื่องจากความเชื่อของผู้คนที่มีความศรัทธาหรือเทพเจ้าต่าง ๆ บางแห่งไม่มีแบบแผน
แน่ชัดดังเช่นกรณีคำชะโนดด้วยเหตุว่าเป็นสถานที่เกิดใหม่ตามความเชื่อของผู้คนในชุมชน ในขณะที่
ที่บางแห่งมีแนวคิดเรื่องแผนผังของจักรวาลและแบบแผนสถาปัตยกรรมที่ตายตัวอันเป็นอิทธิพลมา
จากแบบแผนการก่อสร้างจากอินเดียดังเช่น ปราสาทหินเขาพนมรุ้ง อย่างไรก็ตามไม่ว่าแบบ
แผนการก่อตั้งจะมาจากแนวคิดใดแต่ก็คงไว้ซึ่งหน้าที่ของการเป็นสถานที่เชิงจิตวิญญาณเพื่อการ
บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์อยู่ตลอดมา

4.5.1.2 เพื่อปกป้องรักษาเมือง

ประวัติการก่อสร้างโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการปกป้องรักษาเมือง เป็นไปตามคติความเชื่อ
เรื่องการตั้งศาลหลักเมือง เพื่อให้เมืองมีความมั่นคง เป็นการยืนยันถึงสถานภาพของความเป็นเมืองที่
ก่อตั้งขึ้นดังเช่นกรณีศาลหลักเมืองกรุงเทพฯ ศาลหลักเมืองสงขลา ศาลหลักเมืองเชียงราย ดังเนื้อหา
ต่อไปนี้

“...วันที่ 21 เมษายน ค.ศ.1782 เวลา 06.52น. ได้มีการวางเสาไม้หลักเมืองลงพื้นดินใน
ตำแหน่งที่ถัดจากพระบรมมหาราชวัง เรียกว่าหลักเมือง เพื่อให้เป็นที่อยู่ของเทวดาผู้ปกป้องรักษา
เมือง ซึ่งยังคงดึงดูดผู้คนและมีพิธีกรรมบูชาจนถึงทุกวันนี้...” (Palotai Design, 2023 : 14)
(ศาลหลักเมือง กรุงเทพฯ)

“...หลักเมืองแห่งใหม่ เชียงราย เสาหินที่สร้างขึ้นกลางเมืองเชียงราย เพื่อให้เป็นที่อยู่ของ
เทวดาประจำเมือง ผู้ปกป้องรักษาเมือง การออกแบบตามคติจักรวาลทางพุทธศาสนา ซึ่งเชื่อว่าหลัก
เมืองคือเขาพระสุเมรุซึ่งเป็นแกนของจักรวาล และมีเสาบริวารรวม 108 เสา หลักเมืองใหม่นี้สร้าง
ขึ้นในรัชสมัยรัชกาลที่ 9 โดยคติการสร้างเสาหลักเมืองของล้านนาจะสร้างขึ้นให้เท่ากับความสูง
ของกษัตริย์คือ 1.72 เมตร... (Palotai Design, 2023 : 81) (หลักเมือง เชียงราย)

“...หลักเมือง สงขลา ศาลแห่งเทพผู้ปกป้องรักษาบนความเป็นพหุวัฒนธรรม ชาวจีน
ฮกเกี้ยนได้ลี้ภัยสู้รบและความแร้นแค้นจากทางตอนใต้ของประเทศจีนในช่วงศตวรรษที่ 18 แม้การ

เข้าเมืองมาไม่ถูกต้องตามกฎหมายแต่ในรัชสมัยรัชกาลที่ 3 ในปี 1842 ทรงพระราชทานไม้หลักเมืองเพื่อเป็นที่ตั้งของเทวคาผู้ปกครองรักษาเมือง และเป็นการรับรองสถานภาพของการเป็นเมืองสงขลา โดยอนุญาตให้จัดตั้งศาลหลักเมืองตามแบบสถาปัตยกรรมจีน... (Palotai Design, 2023 : 97) (ศาลหลักเมือง สงขลา)

จากตัวอย่างเนื้อหา โดยข้อเท็จจริงพบว่าคติการสร้างหลักเมืองดังตัวอย่างเป็นคติที่มีการสร้างศาลหลักเมืองในทุกจังหวัดของประเทศไทย แต่บางจังหวัดอาจมีหลักเมืองมากกว่าหนึ่งแห่ง เช่น จังหวัดภูเก็ต แต่ไม่ได้อยู่ในสถานที่แนะนำของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

4.5.1.3 เพื่อให้การก่อสร้างเสร็จลุล่วงดังเจตนารมณ์

การก่อสร้างอาคารขนาดใหญ่หรือสิ่งปลูกสร้างขนาดใหญ่มักประสบปัญหาในกระบวนการก่อสร้างซึ่งอาจเป็นเพราะมีความเกี่ยวข้องกับชีวิตของผู้คน ในขณะที่ก่อสร้างอาจมีความเสี่ยงจากอุบัติเหตุต่าง ๆ ที่อาจเป็นข้อบกพร่องทางวิศวกรรมหรือความประมาทของคณานก่อสร้าง เมื่อเกิดเหตุอุปสรรคทำให้เกิดรูปแบบของพิธีการเพื่อสร้างขวัญกำลังใจและเป็นการตอบสนองต่อความเชื่อทางจิตวิญญาณดังกรณีการสร้างโรงแรมเอราวัณ กรุงเทพฯ และการก่อสร้างสะพานไทยมิตรภาพแห่งที่สอง จังหวัดมุกดาหาร ดังตัวอย่างเนื้อหาต่อไปนี้

“...ศาลพระพรหม โรงแรมเอราวัณ...เนื่องจากชื่อของสถานที่ก่อสร้างโรงแรมมีความเกี่ยวข้องกับพระพรหม (ผู้สร้างช้างเอราวัณ) อีกทั้งมีสิ่งไม่ดีเกิดขึ้นหลายครั้งในระหว่างการก่อสร้างในช่วงปี 1950 รวมทั้งการสูญเสียหินอ่อนอิตาลีจากเหตุการณ์เรือล่ม จึงได้สร้างศาลพระพรหมซึ่งเป็นเทพผู้สร้างในศาสนาฮินดู หลังจากนั้นโรงแรมก็สามารถก่อสร้างแล้วเสร็จโดยไม่มีอุปสรรค...” (Palotai Design, 2023 : 17) (ศาลพระพรหม โรงแรมเอราวัณ กรุงเทพฯ)

“...การสร้างสะพานมิตรภาพข้ามแม่น้ำโขงที่จังหวัดมุกดาหาร...ในปี 2003 มีการสร้างสะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่สองขึ้นที่จังหวัดมุกดาหารกับเมืองสุวรรณเขตประเทศลาว ในระหว่างการก่อสร้างมีอุปสรรคมีคนงานเสียชีวิตหลายคน มีการอ้างกันว่าได้พื้นที่สร้างสะพานในแม่น้ำโขงมีถ้ำพญานาคอยู่ ดังนั้นจึงมีการสร้างศาลพญานาคันตนาคราชเพื่อให้การสร้างสะพานเป็นไปด้วยความราบรื่นจนแล้วเสร็จในปี 2006... (Palotai Design, 2023 : 61) (วิหารพญานาคันตนาคราช มุกดาหาร)

หลังจากการก่อสร้างทั้งสองกรณีข้างต้น ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างสามารถทำการสำเร็จลุล่วง ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากขวัญและกำลังใจจากการก่อสร้างศาลเพื่อการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามความเชื่อที่เป็นมูลเหตุของการก่อสร้าง ซึ่งได้กลายมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่เป็นที่รู้จักในวงกว้างทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรณีของศาลพระพรหม โรงแรมเอราวัณ เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศที่มีนักท่องเที่ยวมาสักการะและมีการประกอบพิธีการแก้บนกันอยู่เป็นประจำ

4.5.2 ประวัติของบุคคลที่เกี่ยวข้อง

ประวัติบุคคลที่นำมาเป็นเนื้อหาของการเล่นเรื่องประวัติสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมักมีความเชื่อมโยงกับความสามารถพิเศษที่เกินกว่าบุคคลธรรมดาเช่น ความสามารถทางการต่อสู้ ความรอบรู้ในไสยเวทย์หรือพลังพิเศษที่เกิดขึ้นหลังจากที่ได้เสียชีวิตแล้วดังตัวอย่างต่อไปนี้

“...ศาลพระนเรศวร พิษณุโลก จังหวัดส่วนใหญ่ในภาคกลางและภาคเหนือจะมีการสร้างอนุสรณ์สถานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ในครั้งทรงพระเยาว์มีชื่อเรียกว่า “พระองค์ดำ” พระองค์เป็นผู้ประกาศเอกราชและปกครองอยุธยา...ศาลพระนเรศวรมีประติมากรรมพระนเรศวรทรงหลังน้ำประกาศเอกราช...เรื่องราวในวัยเยาว์มีเหตุการณ์การชนไก่ชนะ Mingyi Swa เป็นที่มาของรูปปั้นไก่ชนที่ผู้คนนำมาถวายเป็นเครื่องสักการะ... (Palotai Design, 2023 : 68) (ศาลพระนเรศวร พิษณุโลก)

“...อนุสาวรีย์สามกษัตริย์ เชียงใหม่ อนุสาวรีย์สามกษัตริย์สร้างขึ้นในปี 1983 เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่ดีของเมืองในภาคเหนือ พ่อขุนเม็งรายผู้สร้างเมืองเชียงใหม่ในปี 1296 พ่อขุนรามคำแหงแห่งอาณาจักรสุโขทัย และพ่อขุนงำเมือง เมืองพะเยา ... (Palotai Design, 2023 : 74) (อนุสาวรีย์สามกษัตริย์ เชียงใหม่)

“...ศาลกรมหลวงชุมพร ชุมพร สร้างขึ้นเพื่ออุทิศแด่ “Father of the Thai Navy” ผู้ซึ่งเป็นที่เคารพของราชนาวีไทย ชาวประมง และผู้ประกอบการทางทะเล กรมหลวงชุมพรฯ ประสูติเมื่อปี 1880 เป็นโอรสลำดับที่ 28 ของรัชกาลที่ 5 ทรงศึกษาวิชานาวีเรือจากประเทศสหราชอาณาจักร และกลับมารับราชการในกองทัพเรือ สิ้นพระชนม์ในปี 1923 ที่หาดทรายรี จังหวัดชุมพร... (Palotai Design, 2023 : 84) (ศาลกรมหลวงชุมพร ชุมพร)

“...หลวงพ่อดอกกลิ้ง วัดเจดีย์หอย เป็นพระผู้นำทางจิตวิญญาณที่มีชื่อเสียง หลังจากร่ำเรียน เวทมนต์จากประเทศเมียนมาร์ ได้หาสถานที่สร้างวัดและพบว่ามีฟอสซิลของหอยเป็นจำนวนมาก ซึ่งท่านมีความเชื่อว่า ที่ใดที่มีหอยชุกชุมที่นั่นจะมีความมั่งคั่งและความอุดมสมบูรณ์ จึงเป็นที่มาของการก่อสร้างวัดและเจดีย์หอย...” (Palotai Design, 2023 : 24) (วัดเจดีย์หอย ปทุมธานี)

“...หลวงปู่ทวดเกาะนุ้ยนอก นครศรีธรรมราช “หลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด” เรื่องราวของพระภิกษุรูปหนึ่งในศตวรรษที่ 17 เชื่อกันว่าที่เกาะนุ้ยนอกมีบ่อน้ำพุที่เป็นน้ำจืดออกมาจากชอกหิน ชาวบ้านเชื่อว่าเกิดจากรอยเท้าของหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด ท่านมีฤทธิ์ปาฏิหาริย์จากการเหยียบน้ำทะเลจืดบริเวณนอกชายฝั่งจังหวัดสงขลา ครั้งนั้นทำให้ผู้ที่โดยสารเรือมาด้วยรอดชีวิตจากการได้ดื่มน้ำจืดอันเกิดจากปาฏิหาริย์ของหลวงปู่ทวด... (Palotai Design, 2023 : 92) (หลวงปู่ทวด เกาะนุ้ยนอก นครศรีธรรมราช)

“แม่นาค...เรื่องเล่าพื้นบ้านในศตวรรษที่ 19 กล่าวถึงหญิงงามชื่อ “นาค” ผู้มีใจรักมั่นคงต่อสามีซึ่งไปรับใช้ราชการทหาร ในระหว่างนั้น “นาค” เสียชีวิตพร้อมลูกในครรภ์ วิญญาณของเธอจึงเฝ้ารอการกลับมาของสามี จนในที่สุดวิญญาณของ “นาค” ถูกกำกับไว้ด้วยพระภิกษุรูปหนึ่ง... ..” (Palotai Design, 2023 : 21) (ศาลแม่นาคพระโขนง กรุงเทพฯ)

“...พุ่มพวง ดวงจันทร์ นักร้องลูกทุ่ง เสียชีวิตในปี 1992 ในวัย 30 ปี ในงานศพของเธอมีแฟนเพลงมาร่วมงานกว่าสองแสนคนที่วัดทับกระดาน หลังจากนั้นหนึ่งเดือนเธอได้มาเข้าฝันพระภิกษุของวัดขอให้สร้างอนุสรณ์สถานให้กับเธอ โดยขอให้หน้าเก้าอี้มาไว้ที่นี้ด้วย ต่อมาแฟนเพลงนับล้านคนได้เดินทางมาที่แห่งนี้...” (Palotai Design, 2023 : 32) (ศาลพุ่มพวง ดวงจันทร์ สุพรรณบุรี)

“...ไอ้ไข่ วัดเจดีย์ นครศรีธรรมราช ผู้คนนับพันมาสักการะรูปปั้นไอ้ไข่อายุ 10 ขวบ เด็กวัดเจดีย์ รูปปั้นสวมชุดลายพรางแบบทหาร สวมหมวก ไล่แวนดำ เล่ากันว่าไอ้ไข่เคยเป็นผู้รับใช้พระพุทธรูปในช่วงศตวรรษที่ 17 ซึ่งมรณภาพระหว่างการเดินทาง ณ วัดร้างแห่งหนึ่ง ก่อนมรณภาพพระภิกษุได้ขอให้วิญญาณไอ้ไข่สถิตอยู่ที่นี้จนกว่าจะมีผู้มีบุญมาบูรณะวัดดังกล่าว ไอ้ไข่จึงกลายเป็นวิญญาณศักดิ์สิทธิ์ที่ปกป้องรักษาชาวบ้านในท้องถิ่น... (Palotai Design, 2023 : 91) (วัดเจดีย์ ไอ้ไข่ นครศรีธรรมราช)

ประวัติบุคคลที่เกี่ยวข้องข้างต้นจะเห็นได้ว่า ส่วนหนึ่งเป็นบุคคลในประวัติศาสตร์ที่เป็นที่รู้จักกันดีผ่านระบบสถานศึกษาเช่น สมเด็จพระนเรศวรมหาราช พ่อขุนรามคำแหงมหาราช ในขณะที่

ที่ส่วนหนึ่งจะเป็นที่รู้จักในวงแคบลงมาผ่านความสนใจเฉพาะกลุ่มเช่น หลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด ส่วนกรณีที่เป็นบุคคลในธุรกิจบันเทิงย่อมมีผู้รู้จักเป็นจำนวนมากตามสมัยนิยม อย่างไรก็ตามลักษณะร่วมที่สำคัญประการหนึ่งคือ การสร้างเรื่องราวให้กับบุคคลที่มีคุณสมบัติพิเศษเพื่อนำมาสู่พิธีกรรมบางประการที่เชื่อมโยงกับคุณสมบัติที่ดีของบุคคลนั้น ๆ และเป็นเหตุของการเชื่อมโยงสู่พลาณภาพของการขอพรให้ประสบความสำเร็จดังเช่นพลังวิเศษที่บุคคลผู้นั้นเคยมีในขณะที่ยังมีชีวิตอยู่

จากเนื้อหาทั้ง 5 ประเภทข้างต้น สามารถจำแนกตามสถานที่ที่ปรากฏเนื้อหาดังกล่าวได้ดังตารางที่ 4.1 ถึง 4.6 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ประเภทเนื้อหาจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ กรุงเทพมหานคร

สถานที่	ประเภทเนื้อหา				
	ภาพทางกายภาพ	ความมหัศจรรย์ทางธรรมชาติ	พิธีกรรม	การอธิษฐาน	ประวัติ
ศาลหลักเมืองกรุงเทพฯ	✓		✓	✓	✓
ศาลพระโพธิสัตว์กวนอิมมูลนิธิเทียนฟ้า	✓		✓	✓	✓
วัดศรีมหาโพธิ์อัมมามัน (วัดแขกสีลม)	✓		✓	✓	✓
ศาลพระพรหมเอราวัณ	✓		✓	✓	✓
ศาลเทพเจ้าอินทราธิราชประสงค์	✓		✓	✓	
ศาลแม่นาค วัดมหาบุศย์	✓		✓	✓	✓

ตารางที่ 4.2 ประเภทเนื้อหาจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเขตภาคกลาง

สถานที่	ประเภทเนื้อหา				
	ภาพถ่ายภาพ ของงานศิลปะ	ความ มหัศจรรย์ทาง ธรรมชาติ	พิธีกรรม	การ อธิษฐาน	ประวัติ
วัดเจ็ดยอด ปทุมธานี	✓		✓	✓	✓
พระพุทธบาท สระบุรี	✓		✓	✓	✓
วัดนิเวศธรรมประวัติ พระนครศรีอยุธยา	✓		✓	✓	✓
ศาลพระกาฬ ลพบุรี	✓		✓	✓	✓
เทวาลัยพระพรหม สิงห์บุรี	✓		✓	✓	✓
ศาลพุ่มพวง ดวงจันทร์ สุพรรณบุรี	✓		✓	✓	✓
วัดจุฬามณี สมุทรสงคราม	✓		✓	✓	✓
วัดป่าพุทธาราม ราชบุรี	✓		✓	✓	✓
วัดบ้านถ้ำ กาญจนบุรี	✓		✓		✓
วัดทัพศิลา กาญจนบุรี	✓	✓	✓	✓	✓
ถ้ำพระยานคร ประจวบคีรีขันธ์	✓	✓			✓

ตารางที่ 4.3 ประเภทเนื้อหาจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเขตภาคตะวันออก

สถานที่	ประเภทเนื้อหา				
	ภาพ กายภาพของ งานศิลปะ	ความ มหัศจรรย์ทาง ธรรมชาติ	พิธีกรรม	การอธิษฐาน	ประวัติ
พระคนศสามแห่ง ละเชิงเตรา	✓		✓	✓	✓
ศาลเจ้าหน้าจางาไท้จื่อ ชลบุรี	✓		✓	✓	✓
ศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่ ชลบุรี	✓		✓	✓	✓
ปราสาทสังฆกรรม ชลบุรี	✓				✓
เขาคิชฌกูฏ จันทบุรี	✓	✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 4.4 ประเภทเนื้อหาจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สถานที่	ประเภทเนื้อหา				
	ภาพ กายภาพของ งานศิลปะ	ความ มหัศจรรย์ทาง ธรรมชาติ	พิธีกรรม	การอธิษฐาน	ประวัติ
ไทรงาม นครราชสีมา	✓	✓	✓	✓	✓
ปราสาทหินเขาพนมรุ้ง บุรีรัมย์	✓	✓			✓
วัดถ้ำเขวาสินไชย อุบลราชธานี	✓	✓	✓	✓	✓
วัดทุ่งเศรษฐี ขอนแก่น	✓			✓	✓

ตารางที่ 4.4 ประเภทเนื้อหาจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ต่อ)

สถานที่	ประเภทเนื้อหา				
	ภาพ กายภาพของ งานศิลปะ	ความ มหัศจรรย์ทาง ธรรมชาติ	พิธีกรรม	การอธิบาย	ประวัติ
คำชะโนด อุดรธานี	✓	✓	✓	✓	✓
วัดถ้ำเอราวัณ หนองบัวลำภู	✓		✓		✓
วัดไทยโพธิ์พิสัย หนองคาย	✓	✓	✓	✓	✓
สะดือแม่น้ำโขง บึงกาฬ	✓	✓	✓	✓	✓
วัดภูทอก บึงกาฬ	✓	✓		✓	✓
พิพิธภัณฑ์พระอาจารย์ มั่น สกนกร	✓		✓	✓	✓
วัดพระธาตุพนม นครพนม	✓		✓	✓	✓
พญานันตนคราช มุกดาหาร	✓		✓	✓	✓

ตารางที่ 4.5 ประเภทเนื้อหาจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเขตภาคเหนือ

สถานที่	ประเภทเนื้อหา				
	ภาพ กายภาพของ งานศิลปะ	ความ มหัศจรรย์ทาง ธรรมชาติ	พิธีกรรม	การอธิษฐาน	ประวัติ
อุทยานสวรรค์ นครสวรรค์	✓		✓	✓	✓
ศาลเจ้าแม่ทับทิม พิจิตร	✓		✓	✓	✓
วัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว เพชรบูรณ์	✓				✓
วัดราชาธิราชรัษฎาราม พิษณุโลก	✓		✓	✓	✓
ศาลสมเด็จพระนเรศวร พิษณุโลก	✓		✓	✓	✓
ศาลพระแม่ย่า สุโขทัย	✓		✓	✓	✓
วัดบ้านปาง ลำพูน	✓		✓	✓	✓
พระมหาธาตุพนมกมพนีคด และพระมหาธาตุพนมพล ภูมิสิริ เชียงใหม่	✓			✓	✓
อนุสาวรีย์สามกษัตริย์ เชียงใหม่	✓				✓
วัดดอยคำ เชียงใหม่	✓		✓	✓	✓
วัดพระธาตุดอยสุเทพ เชียงใหม่	✓		✓	✓	✓
วัดป่าแดด เชียงใหม่	✓		✓	✓	✓

ตารางที่ 4.5 ประเภทเนื้อหาจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเขตภาคเหนือ (ต่อ)

สถานที่	ประเภทเนื้อหา				
	ภาพ กายภาพของ งานศิลปะ	ความ มหัศจรรย์ทาง ธรรมชาติ	พิธีกรรม	การอธิษฐาน	ประวัติ
วัดน้ำฮู แม่ฮ่องสอน	✓		✓	✓	✓
วัดติโลอาราม พะเยา	✓		✓	✓	✓
ศาลหลักเมืองเชียงราย เชียงราย	✓		✓	✓	✓

ตารางที่ 4.6 ประเภทเนื้อหาจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเขตภาคใต้

สถานที่	ประเภทเนื้อหา				
	ภาพ กายภาพของ งานศิลปะ	ความ มหัศจรรย์ทาง ธรรมชาติ	พิธีกรรม	การอธิษฐาน	ประวัติ
ศาลกรมหลวงชุมพร ชุมพร	✓		✓	✓	✓
สุสานเจ้าเมืองระนอง ระนอง	✓		✓		✓
สวนธรรมชาติในหลวง สุราษฎร์ธานี	✓			✓	✓
วัดถ้ำเสือ กระบี่	✓			✓	✓
พระใหญ่ ภูเก็ต	✓			✓	✓
วัดเจดีย์ไถ้ไข่ นครศรีธรรมราช	✓		✓	✓	✓

ตารางที่ 4.6 ประเภทเนื้อหาจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเขตภาคใต้ (ต่อ)

สถานที่	ประเภทเนื้อหา				
	ภาพ กายภาพของ งานศิลปะ	ความ มหัศจรรย์ทาง ธรรมชาติ	พิธีกรรม	การอธิษฐาน	ประวัติ
หลวงปู่ทวดเกาญนุยนอก นครศรีธรรมราช	✓	✓	✓	✓	✓
วัดพระมหาธาตุ นครศรีธรรมราช	✓		✓	✓	✓
หอพระอิศวรและ หอพระนารายณ์ นครศรีธรรมราช	✓		✓	✓	✓
วัดเขาอ้อ พัทลุง	✓		✓	✓	✓
ศาลหลักเมืองสงขลา สงขลา	✓		✓	✓	✓

แก่นเนื้อหาทั้งห้าประการนี้ได้ถูกประกอบสร้างขึ้นผ่านองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ของงานสื่อสารด้วยภาพ ในบทต่อไปจะว่าด้วยวิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย ซึ่งเป็นประเด็นของวิธีการสร้างความหมายให้กับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ได้อย่างมีมนต์เสน่ห์ผ่านองค์ประกอบทางภาพ ด้วยวิธีการดังกล่าวนี้จะก่อให้เกิดการบูรณาการระหว่างเนื้อหาในเชิงสารสนเทศและเนื้อหาในเชิงอารมณ์ได้อย่างมีสัมพันธภาพกลมกลืนเป็นสุนทรียภาพของการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

บทที่ 5

วิธีการสร้างมโนทัศน์ในงานภาพถ่าย เพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

มโนทัศน์ เป็นเนื้อหาเชิงนามธรรมที่มีอยู่ในการรับรู้ทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นร่วมกับเนื้อหาทางสารสนเทศที่ชวนให้ผู้รับสารของงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเกิดความสนใจและรู้สึกอยากติดตามเนื้อหาของสื่ออื่น ๆ

การสร้างมโนทัศน์จึงเป็นชุดของรหัสทางการสื่อสาร (code) ประเภทหนึ่งที่ถูกสร้างสรรค์สารได้ประกอบสร้างเรื่องราวและความหมายทางการสื่อสาร การสร้างมโนทัศน์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมีลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งคือ การใช้รหัสทางการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรมหรือหลักคำสอนทางศาสนาหรือลัทธิความเชื่อร่วมกับรหัสสุนทรียภาพในทางความงามทางศิลปะ โดยมีสารแฝงที่แนบเนื่องพร้อมกับสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเล่าเรื่อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างคุณค่าทั้งในเชิงการจัดแสดง (Exhibition value) และคุณค่าเชิงพิธีกรรม (Cult value) ให้กับสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

ผลการวิจัยพบว่าวิธีการสร้างมโนทัศน์มีองค์ประกอบด้านรูปสัญลักษณ์ (sign) ประเภทสัญลักษณ์ (symbol) ที่มีลักษณะแปลกประหลาดที่สร้างความสนใจชวนติดตามได้อย่างน่าสนใจเนื่องจากเป็นระบบสัญลักษณ์ที่ไม่ได้มีความหมายเหมือนสัญลักษณ์ที่เคยใช้เพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน ในขณะที่องค์ประกอบทางด้านทัศนศิลป์เช่น สี แสง การจัดองค์ประกอบภาพมีส่วนสำคัญในการสร้างมโนทัศน์ให้กับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ผู้วิจัยได้สร้างแก่นประเด็นคำตอบ (themes) ผ่านการวิเคราะห์เชิงอุปนัยและการยกตัวอย่างงานภาพที่มีนัยสำคัญต่อการสนับสนุนประเด็นแก่นประเด็นที่เป็นคำตอบจำนวน 6 ประเด็น โดยมีรายละเอียดดังอธิบายต่อไปนี้

5.1 การใช้รูปสัญลักษณ์ที่แตกต่างไปจากสัญลักษณ์แนวจารีตดั้งเดิม

รูปสัญลักษณ์ที่แตกต่างไปจากสัญลักษณ์แนวจารีตดั้งเดิมมีความหมายครอบคลุมถึงรูปเคารพที่มีลักษณะทางประติมานวิทยา (Iconology) แบบเฉพาะตัวตามที่บัญญัติไว้ในคัมภีร์ทางศาสนา การออกแบบลักษณะทางสถาปัตยกรรมเพื่อประโยชน์ทางศาสนาที่มีความแตกต่างของรูปแบบที่ผิดแผกไปจากสถาปัตยกรรมแนวจารีตประเพณี การออกแบบประติมากรรมรูปเคารพที่แตกต่างไปจากแบบแผนดั้งเดิม รวมทั้งสัญลักษณ์ที่มีความหมายแบบเฉพาะเจาะจงในเชิงพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กับตำนานที่มาของสถานที่นั้น ๆ รูปสัญลักษณ์ในลักษณะดังกล่าวนี้มีคุณลักษณะที่เป็นตัวดึงดูดที่ชวนให้เกิดความน่าประหลาดใจ (Strange Attractor) และความเย้ายวนที่จะทำให้เกิดการกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็น (curiosity) เนื่องจากมนุษย์มีธรรมชาติที่จะทำความเข้าใจในสิ่งที่ตนไม่รู้ นอกจากนี้รูปสัญลักษณ์ของประสบการณ์รับผัสสะที่แปลกและต่างไปจากเดิมทำให้มนุษย์มีความรู้สึกสดใหม่ (novelty) ก่อให้เกิดประสบการณ์ทางอารมณ์เช่น ความทึ่ง ความประหลาดใจ ซึ่งเป็นมนต์เสน่ห์ที่สำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมี “มนตรา” เข้ามาร่วมเป็นเนื้อหาในการสวดมนต์บูชาในสถานที่นั้น ๆ อาจก่อให้เกิดการเข้าถึงสภาวะทางจิตใจที่สงบสุขหรือการสร้างแรงบันดาลใจ (inspiration) ผู้วิถิการปฏิบัติกิจกรรมทางจิตวิญญาณ

ผลการวิจัยพบว่าการใช้รูปสัญลักษณ์ที่แตกต่างไปจากสัญลักษณ์ที่มีอยู่ในสภาพธรรมชาติ (natural symbol) มีคุณลักษณะย่อยจำแนกได้ 5 ประการดังนี้

5.1.1 ภาพเทพที่มีลักษณะชีวทัศน์ทางประติมานวิทยา (Iconology) ต่างจากมนุษย์

รูปเคารพที่มีลักษณะชีวทัศน์ทางประติมานวิทยา (Iconology) แบบเฉพาะตัวที่ต่างจากมนุษย์เป็นไปตามที่บัญญัติไว้ในคัมภีร์ทางศาสนามีความเกี่ยวข้องกับรูปเคารพที่เป็นสัญลักษณ์ในศาสนาฮินดู ซึ่งรูปเคารพเทพเจ้าในศาสนาฮินดูจะมีลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างจากพระพุทธรูปในพระพุทธศาสนาซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่อิงกับสภาพความเป็นจริงในเชิงกายวิภาคของพระพุทธรูปที่มีสถานภาพทางชีวทัศน์แบบมนุษย์ ในขณะที่เทพเจ้าฮินดุมักมีลักษณะที่แตกต่างจากร่างธรรมชาติของมนุษย์ดังเช่น พระพิณเสนหรือพระคเณศที่มีเรือนร่างเป็นมนุษย์แต่มีเศียรเป็นช้าง มีจำนวนพระหัตถ์และเศียรที่แตกต่างกันไปตามแต่ละปาง และมีความหมายเชิงสัญลักษณ์ในการสื่อพลังอำนาจที่เกินกว่าคำบรรยายด้วยภาษา ภาพจึงมีลักษณะของการสื่อความหมายในเชิงอุปมานิทัศน์เชิงภาพ (pictorial allegory) ในทางหนึ่งด้วย ดังตัวอย่างรูปที่ 5.1 และ 5.2



รูปที่ 5.1 พระกณेश ห้างสรรพสินค้า Central World กรุงเทพฯ
ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 9



THREE GANESH STATUES, CHACHOENGSAO

Mighty Ganesha clears a path to prosperity

Wise, playful **Ganesh** is the most popular Hindu god among Thais, who call him "Phra Kanet". Bangkokians can make an easy pilgrimage to three colossal statues of him within 20km of each other, in the next province to the east, Chachoengsao.

Closest to Chachoengsao town, a pink Ganesh sprawls languidly over 22 metres at Wat Saman Ratanaaram. A short hop to the east, the **Klong Khuean International Ganesh Park** is graced with the largest bronze Ganesh in the world, a 39-metre standing figure holding a mango, jackfruit, banana



รูปที่ 5.2 พระกณेश จังหวัดฉะเชิงเทรา

ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 40

รูปที่ 5.1 เป็นประติมากรรมพระคเณศ ณ หน้าห้างสรรพสินค้า Central World ราชประสงค์ กรุงเทพฯ ส่วนรูปที่ 5.2 เป็นพระคเณศที่ประดิษฐาน ณ จังหวัดฉะเชิงเทรา แยกจากกันสามแห่ง ได้แก่ อุทยานพระพิฆเนศคลองเขื่อน (องครักษ์) พระคเณศปางนั่งประทานพร วัดโพรงอากาศ และพระคเณศปางนอนเสวยสุข วัดสมานรัตนาราม โดยพระคเณศดังกล่าวข้างต้นเป็นที่ศรัทธาและมีนักท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเดินทางไปสักการะไม่ขาดสาย อย่างไรก็ตามไม่ว่าพระคเณศองค์ใด ๆ ส่วนมีที่มาของปรัมปราคติและการสื่อสารในเชิงสัญลักษณ์ผ่านลักษณะทางประติมากรรมวิทยาและคัมภีร์ทางศาสนาพราหมณ์ที่มีความเป็นมาคล้ายคลึงกันทั้งในเรื่องพระนามและรูปลักษณะพื้นฐาน

พระคเณศเป็นเทพเจ้าที่มีพระนามหลากหลาย บางคัมภีร์กล่าวว่าพระคเณศมีพระนามมากถึง 1,000 พระนาม โดยบางพระนามเป็น การเรียกตามรูปลักษณะ ในขณะที่บางพระนามเรียกตามหน้าที่และกรณียกิจ อรุณศักดิ์ กิ่งมณี (2552) อธิบายถึงพระนามที่สำคัญมี 8 พระนาม ได้แก่ 1) คเณศ หมายถึงเจ้าแห่งคณะ 2) เอกทันตะ หมายถึงผู้มีงาเดียว 3) เหมันพะ หมายถึงปกป้องผู้มีความทุกข์ 4) วิฆนายกะ หมายถึงเจ้าแห่งอุปสรรค 5) ลัมโพทะ หมายถึงผู้มีท้องใหญ่ 6) สুরูปกรรม หมายถึงผู้มีหูเหมือนกระจาด 7) กษัตริยะ หมายถึงผู้มีหน้าเป็นช้าง และ 8) กุหากรช หมายถึงผู้เป็นพี่ชายของพระขันธกุมาร

วรพล สุทธินันท์ (2552) ได้กล่าวถึงความเชื่อในเชิงเทวดานานของพระคเณศว่าพระคเณศได้รับการยกสถานะขึ้นเป็นเทพเจ้าสมัยปุราณะ ประมาณ พ.ศ.861-1190 ในยุคฮินดู ซึ่งเป็นยุคที่ลัทธิพราหมณ์ถึงจุดเสื่อมลงจนถึงขีดสุด จึงทำให้กลุ่มพราหมณ์ได้ทำการสังคายนาเทพปรกณ์ขึ้นใหม่ โดยจัดหมวดหมู่กลุ่มเทพเจ้าใหม่ แล้วจนกลายเป็นเทพนิยายที่เรียกว่า “ปุราณะ” เป็นคัมภีร์ที่กล่าวถึงตำนานปรัมปราว่าด้วยการกำเนิดโลก เทวดา มนุษย์ และสิ่งทั้งปวง ทั้งนี้ตามเทวดานานได้กล่าวว่า พระคเณศเป็นโอรสของพระศิวะกับพระอุมา พระองค์มีพระ เชษฐา (บางคัมภีร์กล่าวว่า เป็นอนุชา) เพียงองค์เดียวคือ “พระสกันทกุมาร” หรือ “กรรดิเกยะ” หรือ “ขันธกุมาร” นอกจากนี้ตำนานบางฉบับยังระบุว่า พระคเณศยังมีพระขนิษฐาร่วมพระบิดา (พระศิวะ) อีก 2 องค์ ได้แก่ พระนางมนสาเทวีและพระนางอโศกสุนทรี

นอกจากนี้ อุไรศรี วรสระรินและคณะ (2554) กล่าวถึงทัศนะความเชื่อในเชิงปรัชญาเกี่ยวกับพระคเณศว่า พระนามของพระคเณศ ที่เรียกกันว่า “คเณศ” ในทางปรัชญา “คณ” มาจาก ตัวอักษร “ค” เป็นสัญลักษณ์แทน “พุทธิ” หรือ สติปัญญา กับตัวอักษร “ณ” เป็นสัญลักษณ์แทน “วิชญาณ” หรือ ความรู้แจ้ง ดังนั้น คเณศ (คณ+อิศ) หรือ คเณศวร (คณ+อิศวร) หรือ คณปติ (คณ+ ปติ) จึงเป็นสัญลักษณ์แห่งผู้ค้นพบหรือผู้รู้แจ้งในอาตมัน (สภาวะสูงสุด) ที่มีอยู่ในตน และยังเป็น สัญลักษณ์

ของศักยภาพแห่งการแยกแยะความแท้จริง (สัจภาวะ) กับความไม่จริงหรือสิ่งที่ไม่เที่ยงแท้ (มายา) อันเป็นภาวะในโลกมนุษย์

ในส่วนของการตีความหมายในเชิงปรัชญาเกี่ยวกับการเชื่อมเชิงข้างเข้ากับร่างกายมนุษย์ นั้น อุไรศรี วรตะรินและคณะ (2554) กล่าวว่า เป็นสิ่งที่แสดงถึงการเชื่อมโยงสัจภาวะอันยั่งยืนใน ทัพยจักรวาลกับอสังภาวะอันไม่จีรังยั่งยืนในมนุษย์โลก กล่าวคือ เชียรของข้างแสดงถึงทัพยปัญญา แห่งจักรวาล เชียรแบบมนุษย์แสดงถึงปัญญาที่เต็มไปด้วยความยึดมั่นถือมั่นในตัวตน การสูญเสีย เชียรแบบมนุษย์จึงเท่ากับการสูญเสียการยึดมั่นถือมั่นในตัวตนแบบปุถุชน ขณะที่อีกนัยหนึ่งอาจ กล่าวได้ว่า ส่วนที่เป็นเชียรข้างแสดง “ทัพยภาวะ” หรือโลกที่ไม่ปรากฏ เป็นสัจภาวะสูงสุด ซึ่งใน ศาสนาฮินดูเรียกว่า “พรหมัน” หรือ “ปรมาตมัน” (ปรม+อาตมัน คำว่า อาตมัน คือสัจจะสูงสุดที่มี อยู่ในแต่ละบุคคล เมื่อรวมกับพระเจ้าหรือพรหมัน (ปรม) กลายเป็น ปรมาตมัน) ขณะที่ส่วนร่างกาย ที่เป็นมนุษย์ของพระองค์แสดงถึง “โลกิยภาวะ” หรือการมีอยู่-เป็นอยู่ในโลกอันเป็นความผันแปร ไม่เที่ยงแท้หรือ “มายา” ดังนั้นในองค์พระคเณศจึงไม่มีความแตกต่างระหว่างโลกที่ปรากฏ (ทัพย จักรวาล) กับโลกปรากฏ (มนุษย์โลก) ไม่มีความแตกต่างระหว่างความแท้จริงกับมายา ด้วยเหตุนี้ พระองค์จึงได้รับการขนานนามว่า “อนันตจิตรูปมัย” แปลว่า ผู้มีรูปและจิตอันไม่สิ้นสุด ซึ่ง สอดคล้องกับคัมภีร์ “คณปติอุปนิษัต” (คัมภีร์ปรัชญาฮินดูเกี่ยวกับพระคเณศ) ที่แต่งโดยฤาษีอถวะ ได้กล่าวว่า พระคเณศคือพรหมันและอาตมัน หมายความว่า พระองค์เป็นทั้งจิตจักรวาลที่เป็นสัจ ภาวะสูงสุดและจิตแห่งการรู้แจ้งที่มีอยู่ในตัวมนุษย์ทุกคน

นอกจากนี้ อุไรศรี วรตะรินและคณะ (2545) ได้อธิบายถึงพระคเณศในทางประติมานวิทยา ว่า พระคเณศได้รับการกำหนดให้สร้างรูปเคารพตามคัมภีร์หรือ “ศาสตร์” คือคัมภีร์โบราณ เช่น ปุราณะ อากม ดันตระ ของฮินดู ซึ่งเป็นระเบียบแบบ แผนที่ยอมรับโดยทั่วไปและสืบทอดต่อกันมา โดยประติมานของพระคเณศตามศาสตร์ทั้งหลาย ปรากฏรูปพระองค์มีพระวรกายเป็นบุรุษ ท้องพลุ้ย และมีเชียรเป็นข้าง ซึ่งมีเพียงงาเดียว พระองค์มีพระเนตรสามดวง พระเนตรที่สามอาจอยู่ ในรูปของ “ติละ” ซึ่งประกอบด้วยเส้นสามเส้นเรียงกันตาม แนวอนบนพระนลาฏ หรืออาจเป็น รูปพระจันทร์เสี้ยวก็ได้ แต่ส่วนใหญ่รูปเคารพของพระองค์จะปรากฏเพียงสองพระเนตรตามปกติ ทรงสวมชัยโยปวีตในรูปของนาคหรืองู เรียกว่า “นาคชัยโยป วีต” หรือ “วุฑฒชัยโยปวีต” ซึ่งเป็น สายธนูหรือเครื่องหมายวาระพราหมณ์ สะพายจากไหล่ซ้าย มายังส่วนนอกขวา บางครั้ง อาจทรง สายรัดพระอุทรรูปนาค (งู) หรือใช้งูรัดพระอุทรไว้ประหนึ่งเข็มขัด เรียกว่า “อุทระ-พันธะ” นอกจากนี้ในพระหัตถ์ยังอาจจะถือธนูไว้ด้วย ด้านเครื่องทรงศีรษะมัก เป็นมงกุฎรูปทรงกระบอก สอดเป็นกรวยหรือทรงกรวย เรียกว่า “กิริฎะ-มกุฎะ” หรือบางครั้งอาจทรง ประดับพระเศียรด้วย

มงกุฎรูปคล้ายชาวคว่าซ้อนลดหลั่นกันไป เรียกว่า “กรัณทะ-มกุฎะ” และ บางครั้งจะประดับ ตกแต่งอัญมณี เรียกว่า ทรง “รัตนะ-มกุฎะ”

สำหรับการปรากฏพระองค์ของพระคเณศอาจพบในท่าต่างๆ อาทิ ทำนั่ง หากประทับบน ดอกบัว เรียกว่า “ปัทมาสนะ” หรือ “ปัทมปิฐะ” หากเป็นทำยืน ถ้าอยู่ในท่าเอียงพระวรกายสองส่วน หรือสามส่วนเรียกว่า “ทวิภังคะ” และ “ตริภังคะ” ตามลำดับ แต่หากอยู่ในท่ายืนตรงเรียกว่า “สม ภังคะ” และเมื่ออยู่ในท่าเดินรำ เรียกว่า “นฤตตคณปติ” โดยพระกรหนึ่งแสดงท่า “ทันทะ-หัสตะ” หรือ “คชะ-หัสตะ” อันเป็นท่าเหยียดแขนและมีมือออกไปเสมือนไม้เท้าหรือวงช้าง พระกรอีกข้าง แสดงท่าที่เรียกว่า “วิสมยะ-หัสตะ” อันเป็นท่ายกแขนขึ้น ฝ่ามือและนิ้วมือชี้ขึ้นเบื้องบน หันหลังมือ ออกนอกตัว

นอกจากนี้ จิรพัฒน์ ประพันธ์วิทยา (2552) ได้อธิบายความหมายเชิงสัญลักษณ์อันเป็น สาระสำคัญของประติมานวิทยาพระคเณศโดยได้อ้างจากในมุกตะปุราณะว่าได้กล่าวถึง ความหมายทางปรัชญาและจิตวิญญาณไว้ดังนี้

พระเศียรที่เป็นช้างของพระคเณศ แทนพลังมหาศาลของช้างที่ฝ่าฟันจน พ้นอุปสรรคทุก อย่าง และขนาดของพระเศียรที่ใหญ่โตยังหมายถึงปัญญา ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ และ ความสามารถในการแยกแยะ

พระเนตร เนื่องจากช้างเป็นสัตว์เพียงชนิดเดียวที่ไม่สามารถมองเห็นภาพตาม ความเป็นจริง โดยจะมองเห็นทุกสิ่งใหญ่กว่าตัวเอง ด้วยเหตุนี้พระเนตรของพระคเณศจึงเป็น สัญลักษณ์ที่ แสดงนัยยะว่า แม้เราจะมีสติปัญญาที่มากมาย แต่ก็ควรมองคนอื่นมีปัญญามากกว่า ดีกว่า และมี คุณธรรมสูงกว่าเรา ถือเป็นการละความถือตัวที่คิดว่าตนเหนือกว่าผู้อื่น แสดงถึงเป็นผู้มีความอ่อน น้อมถ่อมตน

พระกรรมที่ใหญ่ของพระคเณศเหมือนกระดังผัดข้าวที่แยกข้าวสารออก จากเปลือกข้าว คือ แยกของจริงออกจากของไม่จริง แยกสิ่งที่เป็นของมาจากสวรรค์ออกจากของที่มา จากพื้นดิน ครั้น เมื่อมีผู้เคารพบูชาขอพรจากพระคเณศ พระองค์จะทรงใช้พระกรรมกรองสิ่งที่ดีไว้ และปล่อยให้สิ่ง ไม่ดีออกไป จากนั้นจึงประทานพรให้แก่ผู้ที่ขอพรในสิ่งที่ดี เพื่อให้จิตใจของผู้นั้นเจริญขึ้นทางที่ดี นอกจากนี้ขนาดพระกรรมที่ใหญ่ยังหมายถึง ผู้ที่มีความสมบูรณ์พร้อมทุกอย่าง และพร้อมที่จะรับ ฟังความคิดเห็นของผู้อื่น เพื่อเรียนรู้สิ่งต่างๆ จากการฟัง แล้วปรับความคิดของตน ให้เข้ากับผู้อื่น ได้ พระกรรมของพระคเณศจึงเป็นนัยยะที่สะท้อนว่า ควรพูดแต่น้อยและฟังให้มาก

งา แสดงถึงลักษณะสองประการของมนุษย์ คือ ปัญญาและความรู้สึก ทางอารมณ์ งา ด้านขวาแทนปัญญา งาด้านซ้ายแทนความรู้สึกทางอารมณ์ การที่งาด้านขวาของ พระคเณศหัก แสดงถึงการเป็นผู้ที่อยู่เหนือความรู้สึกแบบ ทวิตะ คือสิ่งที่เป็นคู่กัน เช่น สุขกับทุกข์ ชนะกับแพ้ ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ พระคเณศจึงอยู่ในฐานะเทพแห่ง ศิลปวิทยา งา ด้านขวาที่หักไปจึงเป็นสัญลักษณ์แห่งความรู้ เพราะพระคเณศใช้งากิ่งนี้เขียนคัมภีร์มหา ภารตะ ในการสร้างประติมากรรมของพระคเณศให้มียาหักหนึ่งข้างนั้น อาจตีความได้อีกอย่างว่า บุคคลไม่ควรตกอยู่ในที่คุมขังในรูปของสิ่งที่เป็นคู่กัน เช่น สุขกับทุกข์ แต่บุคคลนั้นควรที่จะพยายาม ฝ่าฟันตนเองให้พ้นไปจากที่คุมขังดังกล่าว โดยด้านขวาของคนเราแทนพระศิวะ (ธรรม) ด้านซ้ายของคนเราแทนศักติ (โลกด้านวัตถุ) ดังนั้นงาที่หักชี้ให้เห็นว่า คนเราต้องปลดปล่อยตัวเองให้พ้นไปจาก อหังการ (ความรู้สึกว่ามีตัวเอง) และ มมังการ (ความรู้สึกว่าตนเองเป็นเจ้าของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง) เพื่อ โมกษะ คือการหลุดพ้นจากการเวียนว่ายตายเกิด

นอกจากลักษณะทางประติมานวิทยาของพระคเณศดังกล่าว ภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการ ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังมีการนำเสนอภาพเทพเจ้าฮินดูที่มี ศูนย์รวมอยู่ที่เขาราชประสงค์ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเทพเจ้าแต่ละองค์ล้วนมีลักษณะทางประติมาน วิทยาที่มีรูปลักษณ์แตกต่างจากสรีระของมนุษย์เช่น จำนวนพระเศียรที่มีมากกว่าหนึ่งเศียรจนถึงสี่ เศียร จำนวนพระหัตถ์และพระกรที่มีมากกว่าสองข้าง โดยที่แต่ละข้างทรงศาสตราวุธที่สื่อ ความหมายเชิงสัญลักษณ์ถึงพลังพิเศษทั้งในเชิงการสร้างสรรค์และการทำลายล้าง โดยนำเสนอ ภาพถ่ายศาลเทพฮินดูรวม 7 องค์ (นอกเหนือจากพระพรหมโรงแรมเอราวัณ ซึ่งนำเสนอแยกออกไป ต่างหาก) ได้แก่ พระคเณศ ตรีมูรติ (ขอพรเกี่ยวกับความรัก) พระศรียาฮูมาเทวี (ขอพรเกี่ยวกับ ชีวิตครอบครัว) พระแม่ลักษมี (ขอพรเกี่ยวกับความมั่งคั่งในทรัพย์) ท้าวจตุโลกบาล (ขอพรเกี่ยวกับ ความปลอดภัยและพ้นจากสิ่งชั่วร้าย) พระนารายณ์ทรงครุฑ (ไม่ระบุพรที่เกี่ยวข้อง) และพระ อินทร์ (ขอพรที่เกี่ยวข้องกับเทพเจ้าแห่งพายุ สายฝนและผู้ชนะ)

จากลักษณะทางประติมานวิทยาของเทพเจ้าที่แตกต่างไปจากสรีระของมนุษย์จึงอาจกล่าว ได้ว่า ลักษณะความแตกต่างที่เหนือกว่ามนุษย์เป็นสัญลักษณ์ที่บ่งชี้ถึงพลังอำนาจที่เกินกว่ามนุษย์ และพลังอำนาจดังกล่าวสามารถประทานพรตามที่มนุษย์สวดอ้อนวอนร้องขอ เป็นที่พึงทางจิตใจ และความหวัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการสวดมนต์ภาวนาประกอบกิจกรรมการบูชาจะเพิ่มพลัง แห่งมนต์ขลังให้กับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทพเจ้าดังกล่าวได้เป็นอย่างดี เป็นมนต์เสน่ห์ที่สร้างความดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ได้ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ เนื่องจากสถานที่ตั้งเป็นศูนย์รวมของการคมนาคมที่ดีและแวดล้อมด้วยศูนย์การค้า ขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นปัจจัยเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว

ในส่วนของการประกอบสร้างความหมายของภาษาภาพเชิงเทคนิคเพื่อสื่อมนต์เสน่ห์ของภาพในรูปที่ 5.1 จะเห็นได้ว่าเป็นการนำเสนอภาพกลางคืนเพื่อให้สีทองของพระเศวตได้สัมผัสแสงไฟและพื้นหลังของภาพเป็นสีโทนดำทำให้ห้องค์พระเศวตมีความอรร่มลึงเมเลื่อง การจัดองค์ประกอบแบบดุลสมมาตร (symmetrical balance) และใช้ขอบของชุ่มเทวาลัยเป็นกรอบภาพ (frame) เพื่อบังคับสายตาผู้ช้้องค์ประธานภาพ เมื่อใช้ร่วมกับตำแหน่งการวางกล้องแบบภาพมุมต่ำ (low angle) ทำให้สื่อถึงพลังและความมีมนต์เสน่ห์ที่น่าเกรงขาม ในขณะที่กลุ่มภาพในรูปที่ 5.2 พระเศวตสองคดียืนเป็นการถ่ายภาพในช่วงจังหวะเวลาที่พระอาทิตย์ลับขอบฟ้าทำให้ภาพมีมิติที่ทรงพลังแบบภาพโครงทึบ (silhouette) ซึ่งเกิดจากการถ่ายภาพย้อนแสง เป็นการลดรายละเอียดพื้นผิว (texture) ของพระเศวต ทำให้มุ่งเน้นอารมณ์ของภาพมากกว่าสารสนเทศบนพื้นผิวเพื่เน้นการมีส่วนร่วมในการรับสัมผัสทางอารมณ์ภาพและจินตนาการถึงพลังแห่งเทพ ในขณะที่อีกสองภาพเป็นการถ่ายภาพตอนกลางวันที่มีสีสันสดใสเนื่องจากองค์พระเศวตเป็นสีชมพู เมื่อมีฉากหลังท้องฟ้าสีฟ้าอ่อนสลับเมฆ ทำให้ภาพมีความโดดเด่นในเรื่องสีสันและอารมณ์ภาพที่สดใส

5.1.2 การใช้สัญลักษณ์ที่แตกต่างจากนวนชนบเพื่อสร้างความหมายใหม่

การใช้สัญลักษณ์ที่แตกต่างไปจากนวนชนบหรือจาริตประเพณีในงานก่อสร้างสถาปัตยกรรมเนื่องในพุทธศาสนาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งในการเรียกร้องความอยากรู้ยากเห็นและการทำความเข้าใจแนวคิดเบื้องหลังของการออกแบบ จัดเป็นมนต์เสน่ห์ประการหนึ่งของงานสถาปัตยกรรมเนื่องในพุทธศาสนา ทั้งนี้สัญลักษณ์ที่แตกต่างย่อมต้องอาศัยมายาคติหรือความเชื่อที่มีต่อสถานที่หรือวัตถุสัญลักษณ์นั้น ๆ ดังกรณีภาพเจดีย์หอย จังหวัดปทุมธานีดังรูปที่ 5.3



รูปที่ 5.3 เจดีย์หอย จ.ปทุมธานี

ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 24

พระเจดีย์ในพุทธศาสนาเป็นงานสถาปัตยกรรมที่พบได้ตามวัดต่าง ๆ ทั้งในประเทศไทยและวัดพุทธในประเทศต่าง ๆ ทั้งนี้คติในการออกแบบก่อสร้างพระเจดีย์อาจมีความแตกต่างกันตามชนบในแต่ละท้องถิ่นและอาจมีความแตกต่างกันไปตามยุคสมัย อย่างไรก็ตามวัสดุที่นำมาก่อสร้างหรือประดับเจดีย์ได้พบว่า ภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณวัดเจดีย์หอย จังหวัดปทุมธานี มีความแตกต่างจากเจดีย์ในประเทศไทย โดยมีการใช้เปลือกหอยประดับตกแต่งทั่วองค์พระเจดีย์ แนวคิดดังกล่าวสืบเนื่องจากพระภิกษุผู้สร้างวัดคือ หลวงพ่อทองกลิ้ง พระภิกษุผู้เป็นที่ศรัทธาของชาวบ้านในฐานะผู้นำทางจิตวิญญาณ (spiritual leader) ที่มีชื่อเสียง ท่านเคยศึกษาอาคมในประเทศเมียนมาร์มาชั่วระยะเวลาหนึ่ง หลังจากกลับมาประเทศไทยท่านมีเจตนารมณ์ ที่จะสร้างวัด จนมาถึงสถานที่ตำแหน่งของวัดในปัจจุบัน ท่านได้พบว่าบริเวณนี้มีฟอสซิลเปลือกหอยเป็นจำนวนมาก โดยท่านมีความเชื่อตามคติโบราณว่าที่ใดพบเปลือกหอยจำนวนมากที่นั่นจะนำมาซึ่งความอุดมสมบูรณ์และความมั่งคั่ง จึงเป็นที่มาของการก่อสร้างเจดีย์หอยดังที่เห็นในปัจจุบัน

จะเห็นได้ว่ารูปสัญลักษณ์หอยในกรณีนี้เป็นระบบการสื่อความหมายที่เชื่อมโยงกับมายาคติความศรัทธาที่ประชาชนมีต่อพระภิกษุผู้สร้างวัด ในขณะเดียวกันฟอสซิลหอยเป็นสัญลักษณ์ประเภทดัชนี (index) ที่ทำให้เชื่อมโยงได้ว่าพื้นที่แห่งนี้เคยอยู่ใต้น้ำมาก่อน และเป็นพื้นที่ที่มี

ความอุดมสมบูรณ์จากการสั่งสมของตะกอนดินและแร่ธาตุที่อุดมสมบูรณ์ มีความเหมาะสมกับการเป็นพื้นที่เกษตรกรรม ด้วยเอกลักษณ์ดังกล่าวเจดีย์หอยจึงได้รับการคัดเลือกเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณของจังหวัดปทุมธานี

ในส่วนของการประกอบสร้างความหมายของภาษาภาพเชิงเทคนิคเพื่อสื่อมนต์เสน่ห์ของภาพในรูปที่ 5.3 จะเห็นได้ว่าเป็นการถ่ายภาพในช่วงเวลากลางวันที่มีท้องฟ้าเป็นสีน้ำเงินเข้ม ทำให้สื่อถึงบรรยากาศที่สดใสและมุ่งเน้นการนำเสนอรายละเอียดของพื้นผิวที่เป็นเปลือกหอยเพื่อเน้นความหมายในเชิงสัญลักษณ์ของฟอสซิลหอยให้มีความโดดเด่นขึ้น

5.1.3 การออกแบบสถาปัตยกรรมโบสถ์คริสต์แบบโกธิคเพื่อเป็นพระอุโบสถในพุทธศาสนา

สถาปัตยกรรมตะวันตกของโบสถ์แบบโกธิคของวัดนิเวศธรรมประวัติ อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความโดดเด่นในการยุบรวมความหมาย (implosion of meaning) รูปลักษณ์ของสถาปัตยกรรมโบสถ์ในศาสนาคริสต์กับการใช้เป็นพระอุโบสถในพระพุทธศาสนา สร้างขึ้นในทศวรรษ ค.ศ.1870 ออกแบบโดยสถาปนิกชาวอิตาลีในลักษณะสถาปัตยกรรมแบบโกธิค ด้านบนของโบสถ์เป็นนาฬิกา อาคารใช้กระจกสีประดับหน้าต่าง การออกแบบมีความสอดคล้องกับสถาปัตยกรรมของพระราชวังบางปะอินที่มีการผสมผสานกับสถาปัตยกรรมสามอารยธรรมได้แก่ ไทย จีน และตะวันตก ซึ่งสอดคล้องกับบริบททางการเมืองและการค้ากับประเทศต่าง ๆ ทั้งจีนและประเทศตะวันตก อิทธิพลดังกล่าวทำให้ในรัชสมัยรัชกาลที่ 5 เป็นช่วงระยะเวลาที่มีการสร้างอาคารแบบตะวันตกทั้งในกรุงเทพฯ และหัวเมืองต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ที่มีประโยชน์ใช้สอยที่แตกต่างหลายหลายทั้งอาคารพาณิชย์ อาคารของส่วนราชการ อาคารพระที่นั่ง ซึ่งแบบแผนการก่อสร้างของสถาปัตยกรรมตะวันตกถือเป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญประการหนึ่งในการสื่อถึงความเป็นสมัยใหม่ (modernization) ของประเทศในช่วงเวลานั้น

สำหรับการนำเสนอภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณได้นำเสนอภาพโครงสร้างอาคารด้านนอกหนึ่งภาพร่วมกับภาพภายในของพระอุโบสถหนึ่งภาพ ซึ่งล้วนสื่อความหมายของการออกแบบอย่างสถาปัตยกรรมและการตกแต่งภายในแบบตะวันตก หากแต่มีพระประธานตามแบบพุทธศาสนา ดังรูปที่ 5.4



รูปที่ 5.4 พระอุโบสถวัดนิเวศธรรมประวัติ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 26

สืบเนื่องจากแนวคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรมพระอุโบสถวัดนิเวศธรรมประวัติเป็นงานที่สะท้อนให้เห็นถึงการผสมผสานทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย (multiculturalism) ทำให้วิธีการประกอบการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์เกิดการบูรรวมความหมายในลักษณะของการผสมผสานทางวัฒนธรรม (cultural hybridization) ซึ่งมีรูปแบบของโครงสร้าง (form of structure) แบบศาสนาคริสต์ ในขณะที่แก่นเนื้อในของสถาปัตยกรรมเป็นประโยชน์ใช้สอยเพื่อกิจกรรมทางพุทธศาสนา โดยนัยหนึ่งของการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์คือการแสดงให้เห็นว่าพุทธศาสนาสามารถดำรงอยู่ร่วมกับความเป็นสมัยใหม่ของวิทยาการงานก่อสร้างและการออกแบบทางสถาปัตยกรรมแบบตะวันตกได้

นอกจากสัญลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมแล้ว การออกแบบประดับด้วยนาฬิกาที่ปรากฏอยู่ด้านบน รวมทั้งนาฬิกาแดดที่ตั้งอยู่ด้านหลังพระอุโบสถ (ภาพดังกล่าวเป็นภาพถ่ายจากด้านหลังพระอุโบสถ) สื่อความหมายในเชิงสัญลักษณ์ได้ถึงแบบแผนของยุคอุตสาหกรรม เนื่องจากนาฬิกาเป็นประดิษฐกรรมของอารยธรรมยุคสมัยใหม่ เป็นตัวกำหนดแบบแผนของชีวิตผู้คนที่ถูกติดอยู่กับเงื่อนไขทางด้านเวลาดังเช่นชีวิตในโรงงานอุตสาหกรรม ที่สื่อถึงความเป็นตะวันตกและความเป็นสมัยใหม่ไว้ในขณะเดียวกัน

ในแง่ของการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ประเด็นที่ได้รับการหยิบยกเป็นเนื้อหาหลักของการท่องเที่ยวคือ การท่องเที่ยวแบบพหุวัฒนธรรม เนื่องจากการท่องเที่ยวสถานที่แห่งนี้ เป็นกิจกรรมร่วมกับการท่องเที่ยวชมพระราชวังบางปะอินซึ่งมีรูปแบบทางสถาปัตยกรรมทั้งแบบไทย จีน และตะวันตก ที่ตั้งของพระราชวังอยู่ใกล้กันกับวัดนิเวศธรรมประวัติ เพียงแต่วัดแห่งนี้ต้องนั่งกระเช้าข้ามฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาไป เนื่องจากตำแหน่งที่ตั้งของวัดอยู่บนเกาะกลางแม่น้ำเจ้าพระยา อย่างไรก็ตามในแง่ของจิตวิญญาณไม่ได้มีการชี้ชัดเกี่ยวกับการขอพรใด ๆ แต่เป็นการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์บนพื้นที่ของวัดที่สร้างเคียงคู่มากับพระราชวัง ซึ่งรัชกาลที่ 5 โปรดให้สร้างขึ้นหรืออีกนัยหนึ่งคือการเป็นอนุสรณ์สถานที่รำลึกถึงรัชกาลที่ 5 ได้เป็นอย่างดี

ในส่วนของการประกอบสร้างความหมายของภาษาภาพเชิงเทคนิคเพื่อสื่อมนต์เสน่ห์ของภาพในรูปที่ 5.4 จะเห็นได้ว่าภาพมีทัศนมิติลึกเพื่อสื่อถึงพื้นที่ที่กว้างขวางและมีความโดดเด่น โดยเป็นการนำเสนอผ่านเลนส์มุมกว้าง (wide angle lens) ซึ่งมีองศาในการเห็นภาพกว้างกว่าสายตาการเห็นตามปกติของมนุษย์ การจัดองค์ประกอบภาพเน้นคุณสมบัติให้ความรู้สึกเป็นกลาง สงบ ซึ่งสอดคล้องกับบรรยากาศของพื้นที่พระอุโบสถที่มุ่งเน้นบรรยากาศของความสงบ การนำเสนอภาพกลางวันภายในพระอุโบสถทำให้ภาพกระจกสีของบานหน้าต่างมีความโดดเด่นซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมแบบโกธิคสะท้อนความเป็นพหุวัฒนธรรมของการออกแบบได้เป็นอย่างดี

5.1.4 การวางองค์ประกอบเชิงกันของงานประติมากรรมแบบตุ๊กตารัสเซีย

รูปสัญลักษณ์ที่แตกต่างของงานประติมากรรมพระพุทธรูปวัดผาซ่อนแก้ว จังหวัดเพชรบูรณ์ถือว่ามีความโดดเด่นในการออกแบบเชิงพื้นที่ (spatial organization) ที่โดดเด่นร่วมกับสภาพภูมิทัศน์ที่เป็นภูเขาสูงของเขาค้อ ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยองค์พระพุทธรูปห้าพระองค์ได้รับการออกแบบไถ่ขนาดและมีระยะภาพที่ก่อให้เกิดการเห็นจากการทับซ้อนขององค์ประกอบ (juxtaposition) ดังรูปที่ 5.5



รูปที่ 5.5 วัดผาซ่อนแก้ว จังหวัดเพชรบูรณ์
ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 66

การนำเสนอเนื้อหาผ่านมุมมองของชาวต่างชาติใน E-book Connecting to spiritual Thailand มีการกล่าวเชื่อมโยงถึงลักษณะของตึกตารัสเซียที่มีการซ้อนทับของรูปทรง ซึ่งโครงสร้างของตึกตารัสเซียสามารถถอดแยกตึกตารัสเซียที่ซ้อนทับออกจากกันได้ โดยเป็นการอธิบายเปรียบเทียบเพื่อให้เห็นถึงความซ้อนกันของพระพุทธรูปทั้งห้าองค์ที่มีขนาดลดหลั่นแตกต่างกัน วิธีการอธิบายเปรียบเทียบดังกล่าวจึงเป็นวิธีการสร้างสัมพันธ์ (intertextuality) ในลักษณะการอ้างอิงถึง ซึ่งผู้รับสารที่มีการรับรู้เรื่องตึกตารัสเซียมาก่อน (pre-text) จะเข้าใจคำอธิบายเปรียบเทียบดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

ในส่วนของการประกอบสร้างความหมายของภาษาภาพเชิงเทคนิคเพื่อสื่อมนต์เสน่ห์ของภาพในรูปที่ 5.5 ถือได้ว่ามีความโดดเด่นอย่างยิ่ง องค์ประกอบภาพในเชิงโครงสร้างจะมีความโดดเด่นเรื่องดุลสมมาตร (symmetric balance) ทั้งในส่วนของตำแหน่งพระพุทธรูป การออกแบบฐานที่มีองค์ประกอบด้านรูปทรงและทิศทางของเส้นนำสายตา (structural line) ที่ชี้ทิศทางการเห็นมุงขึ้นด้านบนสู่องค์พระพุทธรูปทั้งห้าองค์ ความสมดุลดังกล่าวเป็นปัจจัยเอื้อที่จะทำให้เกิดอารมณ์ของผู้ดูภาพเกิดความนิ่งสงบ สอดคล้องกับบรรยากาศของสถานที่ปฏิบัติธรรม นอกจากนี้การนำเสนอภาพมีทัศนมิติลึกจนถึงพื้นฉากหลังที่เป็นภูเขาแต่งแต้มด้วยก้อนเมฆเล็ก ๆ ทำให้องค์ประกอบซ้อนเกยกันของพระพุทธรูปโดดเด่น การใช้ภาพมุมต่ำเพิ่มความสง่างามและเสน่ห์อันเป็นมนต์ขลังของศาสนสถาน นอกจากนี้การเลือกจังหวะเวลาการบันทึกภาพในจังหวะที่ตำแหน่งของประธานภาพทำมุมกับตำแหน่งวางกล้องได้ตั้งฉากกับดวงอาทิตย์ทำให้เกิดแสงสีน้ำเงินเข้มของท้องฟ้า

(polarizing) ทำให้สีขาของพระพุทธรูปและน้ำเงินของท้องฟ้าสร้างอารมณ์ภาพที่สดใสเหมาะกับบรรยากาศของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

5.1.5 การใช้สัญลักษณ์ทางเพศในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์

สัญลักษณ์ทางเพศที่ปรากฏในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณพบว่า มีการจัดวางประติมากรรมไม้แกะสลักเป็นรูปอวัยวะเพศชายหรือที่เรียกว่า “ปลัดขิก” เป็นจำนวนมากบริเวณถ้ำพระนาง หาดไร่เลย์ จังหวัดกระบี่ นิยมใช้เป็นเครื่องรางของขลังเพื่อให้ฝึกกลัวหรือให้ความคุ้มครองป้องกันภัย บางแห่งเชื่อในสรรพคุณเรื่องเมตตามหานิยม ในขณะที่ส่วนหนึ่งเป็นสัญลักษณ์ซึ่งในรูปแบบเคารพที่เป็นสัญลักษณ์แทนพระศิวะมหาเทพซึ่งเป็นอิทธิพลของศาสนาพราหมณ์ฮินดูที่ได้แผ่เข้ามายังเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในคริสต์ศตวรรษที่ 11-13 โดยปรากฏเนื้อหาส่วนหนึ่งในคัมภีร์ปุราณะ ว่าด้วยพิธีกรรมบูชาเทพเจ้าผ่านสัญลักษณ์ศิวลึงค์ที่ตั้งอยู่บนฐานโยนี ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงถึงสมดุระหว่างชายหญิงที่นำสู่การขยายเผ่าพันธุ์มนุษย์

โดยนัยของความหมายปลัดขิกจะมีนัยถึง รูปอวัยวะเพศชาย ไม่ได้มีความเชื่อมโยงกับลักษณะทางประติมานวิทยาของสัญลักษณ์แทนเทพเจ้าแต่อย่างใด ในขณะที่ศิวลึงค์จะมีแบบแผนจารีตที่ชัดเจนตามลักษณะทางประติมานวิทยาเนื่องในศาสนาพราหมณ์ การเชื่อมโยงสัญลักษณ์ทั้งสองอย่างอาจเกิดจากการตีความของชาวบ้านหรือนักท่องเที่ยวที่ให้ความหมายในเชิงสัญลักษณ์ต่อต้านนันทิมาของถ้ำพระนางแตกต่างกันดังรูปที่ 5.6



รูปที่ 5.6 ถ้ำพระนาง จังหวัดกระบี่

ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 71

รูปที่ 5.6 เป็นสัญลักษณ์การสักการบูชา “พระนาง” โดยมีเรื่องเล่าเกี่ยวกับที่มาของ “พระนาง” ที่สอดคล้องกับสัญลักษณ์ปลัดขิกว่า อดีตนานมาแล้วมีเรื่องของพระราชาและพระนางพร้อมเจ้าหญิงจากอินเดียล่องอยู่ห่างจากปากอ่าว ชาวบ้านเชื่อว่าวิญญาณของพระนางได้มาสิงสถิตในถ้ำแห่งนี้ เพราะบริเวณชายหาดอ่าวถ้ำพระนางในคืนเดือนมืดจะเกิดพรายน้ำปรากฏอย่างน่าอัศจรรย์ ทำให้ชาวประมงขอพรก่อนออกเรือและมักจะพบกับเรื่องดี ๆ กลับมา ชาวบ้านจึงถวายปลัดขิก ด้วยเหตุเพราะเป็น “พระนาง” (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2568)

ในส่วนของการประกอบสร้างความหมายของภาษาภาพเชิงเทคนิคเพื่อสื่อมนต์เสน่ห์ของภาพในรูปที่ 5.6 จะเห็นได้ว่า การจัดองค์ประกอบภาพเพื่อเน้นความโดดเด่นของปลัดขิกเป็นแบบดุลสมมาตร (Asymmetrical balance) โดยวางน้ำหนักปลัดขิกที่มีขนาดใหญ่ที่มียอดปลายสีแดงและฐานสีดำไว้ด้านขวา ในขณะที่ปลัดขิกที่มีขนาดเล็กและหลากหลายลักษณะกระจายตัวอยู่ทางด้านซ้ายของภาพ โดยมีภาพหัวเรือพื้นบ้านประดับมาลัยหลากสีเป็นองค์ประกอบด้านข้างของภาพปลัดขิก ทั้งนี้เพื่อเชื่อมโยงเรื่องราวเกี่ยวกับการขอพรที่เนื่องด้วยกิจกรรมการประมงหรือการเดินเรือพื้นบ้านของชาวบ้านในพื้นที่

จากคุณลักษณะของการใช้รูปสัญลักษณ์ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่มีความแตกต่างไปจากระบบสัญลักษณ์แบบดั้งเดิมเป็นผลให้มนต์เสน่ห์ของสัญลักษณ์ที่เป็นสิ่งใหม่มีความสามารถในการปลุกเร้าอารมณ์ ความอยากรู้อยากเห็นและการเรียนรู้ในตัวมนุษย์ เนื่องจากระบบสัญลักษณ์ตามความเชื่อแบบดั้งเดิมไม่สามารถอธิบายหรือให้ความหมายกับรูปสัญลักษณ์ใหม่ ๆ ได้ เมื่อสิ่งเหล่านี้รวมกันจะกลายเป็นแรงดึงดูดที่ทรงพลังในการสร้างความอยากรู้อยากติดตามต่อไป ในขณะที่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีองค์ประกอบของการสื่อสารที่สำคัญประการหนึ่งคือ การแบ่งปัน (share) เรื่องราวการท่องเที่ยวบนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสัญลักษณ์ในสถานที่ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีความแปลก ให้ประสบการณ์ใหม่ย่อมเป็นภาพและเรื่องราวที่ได้รับความสนใจของสาธารณะจนได้รับการส่งต่อเป็นวงกว้างก่อให้เกิดผลดีต่อการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณต่อไป

5.2 การสร้างบรรยากาศของความไม่ชัดเจน

บรรยากาศของความไม่ชัดเจน (unclear) เป็นการนำเสนอภาพที่มีการลดทอนรายละเอียดของภาพ จากความคมชัดในรายละเอียดอาจถูกลดทอนลงด้วยจังหวะเวลาของเหตุการณ์เช่น ค่ำวัน

รูปที่พุ่งขึ้น เมฆหมอกที่ลอยเข้ามาบดบังทัศนียภาพ เป็นสภาวะที่เกิดขึ้นได้ทั้งที่เป็นจังหวะทางธรรมชาติและความจงใจที่เราสร้างสถานการณ์ขึ้น จนถึงความจงใจในการสร้างรูปแบบเนื้อหาผ่านกลไกทางเทคนิคการถ่ายภาพ ความไม่ชัดเจนอาจเป็นความพร่าหรือความไม่ชัดเจน (blur) ที่เป็นผลมาจากเทคนิคการบันทึกภาพเช่น การใช้ความเร็วชัตเตอร์ที่ต่ำหรือการใช้ Shutter B เพื่อให้ผลทางภาพที่มีความเคลื่อนไหวเกิดการพรางมัวหรือภาพเส้นแสงยามราตรี ผลที่เกิดขึ้นทางการสื่อสารคือผู้รับสารต้องปรับแต่งความไม่ชัดเจนจากการเห็นสู่การรับรู้ตามกรอบประสบการณ์การเห็นที่มีมาแต่เดิม ซึ่งมีแนวโน้มว่าจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความหมายของภาพสู่โลกแห่งตัวตนของเขาเอง ความหมายของงานสื่อสารนั้น ๆ จึงขึ้นอยู่กับกรอบประสบการณ์ของผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้ความหมายไปทางใดก็ได้ ทั้งนี้การลดสารสนเทศจะเป็นหลักสำคัญของการมีส่วนร่วมของผู้รับสารในระดับที่สูงขึ้นดังทัศนะของ McLuhan (1964) ที่ว่า ยิ่งลดทอนสารสนเทศลงจะทำให้ผู้รับสารต้องใช้จินตนาการในการสร้างการมีส่วนร่วมทางการสื่อสารมากขึ้น (Low information, high participation) ตัวอย่างกรณีการสร้างมนต์เสน่ห์ผ่านช่วงจังหวะเวลาที่สถานการณ์เกิดความไม่ชัดเจนของภาพดังกรณีรูปที่ 5.7



รูปที่ 5.7 เทวาลัยเนื่องในศาสนาพราหมณ์

ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 8

จากรูปที่ 5.7 เทวาลัยเนื่องในศาสนาพราหมณ์ มีลักษณะทางประติมาวิทยาของเทวรูปที่เป็นประธานเบื้องหน้าคือ พระศิวะ การนำเสนอจังหวะที่มีกลุ่มควันของรูปและกำยานอย่างหนาแน่นร่วมกับการหักเหของแสงโทนสีเหลือง ทำให้เนื้อหารายละเอียดของภาพประธานถูกลดทอนรายละเอียดลงจนถึงระดับความพร่าเบลอ ซึ่งเป็นผลมาจากการจัดบริบทสภาพแวดล้อมของการจัดกำยานหรือรูปเพื่อให้สิ่งที่อยู่ตรงหน้านั้นเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่ชัดเจน เพื่อสร้างบรรยากาศ

ของความมีมนต์เสน่ห์ เปิดพื้นที่ให้จินตนาการ อารมณ์ความรู้สึกของผู้มาศัการะได้สัมผัสบรรยากาศที่ลุ่มลึกในเชิงจิตวิญญาณ

ในมิติของการสื่อสารด้วยภาพผ่านบรรยากาศที่ไม่ชัดเจนดังกล่าวนี้ อาจประยุกต์คำอธิบายในเรื่อง “Media hot and cold” ที่เสนอโดย McLuhan (1964) ได้ว่า สื่อร้อนคือ สื่อที่มีรายละเอียดของสารสนเทศในระดับที่สมบูรณ์ ในกรณีนี้คือ ภาพถ่ายมีรายละเอียดของสารสนเทศที่สมบูรณ์ มีความชัดเจนในรายละเอียดระดับพื้นผิวของประธานดังกรณีภาพพระศิวะ หากมีความชัดเจนโดยไม่มีควันรูปหรือกำยาน จะทำให้ภาพถ่ายมีสถานะเป็นสื่อร้อน ในขณะที่ภาพที่มีควันฟุ้งผ่านจะมีสถานะเป็นสื่อเย็นเพราะมีลดทอนรายละเอียดของสารสนเทศลง ผู้รับสารต้องมีการเติมเต็มสารสนเทศที่ไม่สมบูรณ์ โดยมีประสบการณ์เดิมของผู้รับสารเข้ามาร่วมในการตีความหมาย ทำให้ภาพที่ขาดความชัดเจนมีศักยภาพในการเร้าความสนใจการรับรู้ของผู้รับสารได้

ในการสื่อสารเกี่ยวกับความไม่ชัดเจนดังกล่าว เมื่อผู้รับสารมีส่วนร่วมผ่านการตีความหมายและบรรยากาศด้วยจินตนาการร่วมของคนนั้น ผลที่ตามมาประการหนึ่งตามหลักจิตวิทยาการสื่อสารในเรื่องแก่นจินตนาการ (Fantasy theme) คือ จินตนาการ ความเชื่อ และแนวโน้มพฤติกรรมของมนุษย์ เป็นองค์ประกอบที่มีแนวโน้มเป็นเหตุปัจจัยที่สัมพันธ์กัน เมื่อมนุษย์มีจินตนาการเกี่ยวกับเทพเจ้า ก็มีแนวโน้มที่จะแสดงออกต่อความเชื่อนั้นในรูปแบบของพิธีกรรมการสักการะบูชาต่าง ๆ จินตนาการเกี่ยวกับเทพเจ้าก็จะยังคงอยู่ต่อไปในระบบการสื่อสารของมนุษย์

ในส่วนของการประกอบสร้างความหมายของภาษาภาพเชิงเทคนิคเพื่อสื่อมนต์เสน่ห์ของภาพในรูปที่ 5.7 จะเห็นได้ว่า ภาพพระศิวะซึ่งเป็นองค์ประธานของภาพมีการแยกมิติที่โดดเด่นจากภาพเทพและเทพีที่เป็นฉากหลัง เนื่องจากภาพเทพและเทพีฉากหลังเป็นรูปทรงทางประติมานวิทยาที่มีความซ้ำของรูปทรงของพระเศียรเป็นจำนวนมาก การจัดแสงสีเหลืองทองเป็นโทสีที่มีความหมายแฝงถึงความเจริญรุ่งเรือง ความมั่งคั่งเจกเช่นสีทองคำ เมื่อมีการหักเหของแสงในกลุ่มควันฟุ้งยังเป็นเป็นการตอกย้ำมนต์เสน่ห์ของความศักดิ์สิทธิ์และเสริมบรรยากาศของเทวสถานได้เป็นอย่างดี

การนำเสนอบรรยากาศของความไม่ชัดเจนในอีกลักษณะหนึ่งคือ การจับจังหวะปรากฏการณ์ทางธรรมชาติเช่น การสายหมอก เมฆ ที่เคลื่อนผ่านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ปรากฏการณ์ดังกล่าวจะสัมพันธ์กับการจับจังหวะของเวลาโดยมีอิทธิพลของฤดูกาลเข้ามาเกี่ยวข้อง ช่วงภาพจะต้องบันทึกนั้นด้วยหลัก “ถูกที่ถูกเวลา” ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการถ่ายภาพสารคดีท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ดังตัวอย่างรูปที่ 5.8



รูปที่ 5.8 วัดผาซ่อนแก้ว จังหวัดเพชรบูรณ์
ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 11

รูปที่ 5.8 เป็นตัวอย่างของภาพที่สูญเสียรายละเอียดของประธานภาพในช่วงขณะหนึ่ง โดยมีภาพม่านหมอกบดบังพระพุทธรูปซึ่งเป็นประธานภาพที่มีความโดดเด่น หลักการสื่อสารในลักษณะดังกล่าวเป็นหลักวิธีการเดียวกับภาพที่ 5.7 หากแต่ภาพที่ 5.8 เป็นสิ่งที่มนุษย์ไม่สามารถควบคุมได้ ช่วงภาพต้องอาศัยการเฝ้ารอจังหวะเหตุการณ์ ซึ่งภาพลักษณะดังกล่าวมักปรากฏให้เห็นในช่วงฤดูฝน อาจเกิดได้ทั้งในยามเช้าที่มีสายหมอกเมื่อความชื้นในอากาศและอุณหภูมิมีความเหมาะสม หรืออาจพบได้ในช่วงกลางวันหลังจากฝนตกใหม่ ๆ ก็จะทำให้เกิดปรากฏการณ์ม่านหมอกในพื้นที่

ในส่วนของการประกอบสร้างความหมายของภาษาภาพเชิงเทคนิคเพื่อสื่อมนต์เสน่ห์ของภาพในรูปที่ 5.8 จะเห็นได้ว่าการจัดองค์ประกอบเชิงพื้นที่ (space organization) เปิดพื้นที่เบื้องขวาของพระพุทธรูปไว้ สร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลาย เสมือนผู้ที่ได้สักการะอยู่ในตำแหน่งด้านขวาและพื้นที่นี้ยังคงมีที่ว่างทางจิตวิญญาณสำหรับทุกคนเสมอ

นอกจากตัวอย่างการจับจังหวะภาพในเหตุการณ์ดังกล่าวข้างต้น ยังพบว่ามีการใช้เทคนิคการบันทึกภาพเพื่อสร้างผลพิเศษที่แตกต่างไปจากที่สายตามนุษย์มองเห็น ดังกรณีการถ่ายภาพกิจกรรมการเวียนเทียนเนื่องในวันวิสาขบูชาที่โบราณสถานวัดราชบูรณะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังรูปที่ 5.9



รูปที่ 5.9 แสดงลายเส้นแสง พิธีเวียนเทียน วัดราชบูรณะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 18

จากรูปที่ 5.9 การบันทึกภาพกิจกรรมการเวียนเทียนสามารถทำได้หลากหลายวิธีเช่น การถ่ายภาพกิจกรรมให้มีความชัดเจน เห็นผู้คนและเหตุการณ์ครบถ้วนตามเรื่องราวผ่านเทคนิคการตั้งค่าถ่ายภาพแบบ Night Mode หรือการตั้งค่าความไวแสง (ISO) สูงเพื่อให้จับจังหวะเหตุการณ์ได้อย่างชัดเจนเหมือนที่สายตามนุษย์มองเห็นได้ตามปกติ แต่กรณีดังกล่าวเป็นการถ่ายภาพด้วยเทคนิค Shutter B ซึ่งเป็นเทคนิคการถ่ายภาพเส้นแสงไฟกลางคืน ผลที่ได้คือ วัตถุที่นิ่งจะมีความคมชัดตามสภาพจริง ดังจะเห็นได้ว่าภาพโบราณสถานมีรายละเอียดที่คมชัดลงถึงระดับลวดลายของพื้นผิวอาคารโบราณสถาน ซึ่งในที่นี้คือ พระวิหารวัดราชบูรณะ ในขณะที่วัตถุที่เป็นเส้นแสงที่มีแสงเทียนเป็นแหล่งกำเนิดแสงจะได้รับการบันทึกเป็นภาพเส้นแสงต่อเนื่องกันไปปรากฏเป็นลายเส้นของแสง สิ่งที่ปรากฏคือ ภาพบรรยากาศที่มีมนต์เสน่ห์ของพิธีกรรมทางศาสนาโดยไม่จำเป็นต้องแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับผู้คนในเหตุการณ์ ทั้งนี้รายละเอียดทางด้านคำบรรยายเนื้อหาของภาพนี้ มีการเล่าเรื่องราวความเป็นมาเกี่ยวกับการตรัสรู้ของพระพุทธเจ้า การจัดกิจกรรมในคืนวันเพ็ญขึ้น 15 ค่ำ การเป็นสัญลักษณ์ของกิจกรรมทางพุทธศาสนา และมีการเชิญชวนให้ผู้รับสารที่มีกลุ่มเป้าหมาย

เป็นชาวต่างชาติได้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวด้วยโดยเชื่อมโยงว่าจะเป็นความทรงจำที่น่าประทับใจไปนานแสนนานและตอบย้ำว่า กิจกรรมการเวียนเทียนนี้ถือเป็นกิจกรรมที่เป็นจิตวิญญาณของประเทศไทย

ในส่วนของการประกอบสร้างความหมายของภาษาภาพเชิงเทคนิคเพื่อสื่อมนต์เสน่ห์ของภาพในรูปที่ 5.9 จะเห็นได้ว่า มีเส้นแสงวนรอบโบราณสถานเป็นวงกลมริตามแบบโครงสร้างของอาคารวิหารเดิม สื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ถึงพิธีกรรมการเวียนเทียนที่ต้องวนรอบโบสถ์หรือวิหารจำนวนสามรอบ เส้นแสงเป็นผลจากการใช้ Shutter B เพื่อบันทึกความต่อเนื่องของเหตุการณ์การจัดวางองค์ประกอบภาพใช้พื้นที่ด้านบนสองในสามของเฟรมภาพเป็นการตอกย้ำความยั่งยืนของพระพุทธศาสนาเมื่ออาคารจะเสื่อมตามกาลแต่คำสอนของพุทธศาสนายังคงได้รับการสืบทอดทั้งในเชิงวิถีชีวิตและพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับกาลสำคัญทางศาสนา

นอกจากการจัดองค์ประกอบภาพดังกล่าว ลักษณะของภาพยังมีความสอดคล้องกับหลักแนวคิดการปรากฏพร้อมของกาลและพื้นที่ (Concept of simultaneity) แนวคิดนี้มีเป็นหลักแห่งการยอมรับว่ามีทิศทางด้านเวลาทั้งอดีต ปัจจุบันและอนาคตสามารถที่จะปรากฏขึ้น “พร้อมกัน” ในห้วงเวลาเดียวกันได้ รากฐานแนวคิดนี้มีมาจากการสื่อสารด้วยภาพประเภทจิตรกรรม โดยมีวิธีการนำเสนอภาพเขียนแบบการวางองค์ประกอบภาพที่ซ้อนกัน (Superimpose) ดังเช่นการออกแบบให้เส้นแสงซ้อนทับกัน เพื่อแสดงให้เห็นถึงพลังแห่งการเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นพร้อม ๆ กันกับการแสดงถึงมิติทางด้านลำดับเวลา ทำให้การปรากฏของภาพลักษณะการเคลื่อนที่แบบไม่ชัดเจนแทนที่จะเห็นเป็นภาพนิ่ง ๆ ของภาพบุคคลและกิจกรรมที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจนดังเช่นธรรมเนียมการถ่ายภาพแนวสารคดีที่เคยปฏิบัติมา

การสร้างภาพบรรยากาศของความไม่ชัดเจนจึงเป็นวิธีการประกอบสร้างมนต์เสน่ห์ให้กับภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่สำคัญ เนื่องจากสาระของ “จิตวิญญาณ” มีนัยของการสื่อความหมายที่ไม่มีความชัดเจนทางกายภาพ หากแต่เป็นมิติของการสร้างบรรยากาศเพื่อให้เกิดอารมณ์สู่ภวังค์ ความสงบ การอยู่กับปัจจุบันขณะเพื่อผลทางจิตใจที่สงบสุข ดังนั้นการลดทอนรายละเอียดของเนื้อหาภาพลงจะทำให้จุดเน้นของเรื่องราวมีความเชื่อมโยงกับภาพหรือความรู้สึกสู่สัญลักษณ์สัญลักษณ์สำคัญที่มีภาวะความเป็นนามธรรมได้ดียิ่งขึ้น

5.3 การใช้รูปสัญลักษณ์เพื่อเป็นเครื่องหมายสื่อเวลาในอดีต (Sign of the times)

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมักตั้งอยู่ในสถานที่ที่มีนัยของการเชื่อมโยงกับกิจกรรมทางจิตวิญญาณ ส่วนหนึ่งมีความเกี่ยวข้องกับประวัติความเป็นมาและมีความสำคัญในฐานะที่เป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์จนถึงแหล่งที่มีความสำคัญที่ได้รับการประกาศให้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม ดังนั้นการสื่อสารที่มีมิติที่เกี่ยวกับการคิดคำนึงสู่การย้อนเวลาสู่โลกในอดีตจึงเป็นวิธีการที่สำคัญประการหนึ่งในการสร้างมนต์เสน่ห์ให้กับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณดังที่ Poggendorf (2023) เสนอว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณแบบดั้งเดิมมีคุณลักษณะร่วมที่สำคัญคือมี “special aura” เป็นกลิ่นอายพิเศษที่มีพลังดึงดูดใจ (attraction) บนฐานความเชื่อและความเป็นดั้งเดิมแบบแท้จริง (authenticity) นอกจากนี้การได้รับการประกาศให้เป็นพื้นที่มรดกโลกถือเป็นคุณค่าที่สำคัญที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณดังกรณีอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย รูปที่ 5.10



รูปที่ 5.10 วัดมหาธาตุ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 6

จากรูปที่ 5.10 โบราณสถานวิหารวัดมหาธาตุ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย สร้างขึ้นราวพุทธศตวรรษที่ 18 ซึ่งตรงกับช่วงสมัยสุโขทัยตอนต้น ในศิลาจารึกพ่อขุนรามคำแหง พ.ศ.1835 หลักที่หนึ่ง ได้ระบุถึงอารามนี้ว่า “กลางเมืองสุโขทัยนี้ มีพิหาร มีพระพุทธรูปอันราม” ซึ่งหมายถึง

วิหารหลวงทางด้านทิศตะวันออกของเจดีย์ประธาน อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทั้งในเชิงโบราณสถานและการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่มีความเก่าแก่ราว 700 ปี

การประกอบสร้างมนต์เสน่ห์ของรูปที่ 5.10 จึงเป็นการเล่าเรื่องผ่านภาพที่มีสัญลักษณ์หรือร่องรอยที่เชื่อมโยงถึงความเก่าแก่โดยสภาพของโบราณนั่นเอง หากแต่เป็นความเก่าแก่ที่ได้รับการดูแลและการบูรณะปฏิสังขรณ์ตามหลักวิชาการทางโบราณคดี สภาพความเก่าแก่ดังกล่าวถือเป็นคุณค่าความงามตามหลักแนวคิดแบบวะบิ-ชะบิ เลนนาร์ด โกรเรน (2546) ได้กล่าวถึงแนวคิดในเชิงปรัชญาเกี่ยวกับสุนทรียภาพแบบวะบิ-ชะบิว่ามีองค์ประกอบสำคัญคือ ความเรียบง่ายและความเก่าแก่ที่สื่อเรื่องราวแห่งกาลเวลา สุนทรียะอันเป็นมนต์เสน่ห์แบบวะบิ-ชะบิ เป็นสิ่งที่แสดงถึงนัยของโลกทัศน์ที่ยังรู้ได้เองจากความรู้สึกที่ผุดขึ้นในใจ ความผูกพันอันเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงกาลเวลาทำให้การสื่อแสดงความหมายมีความรู้มรรยขึ้น ทั้งยังเป็นการการเพนัยของกระบวนการทางธรรมชาติที่สื่อแสดงความหมายของห้วงเวลาที่ถูกหยุดไว้จากการเปลี่ยนแปลงของลมฟ้าอากาศและการใช้งานของมนุษย์

ในส่วนของการประกอบสร้างความหมายของภาษาภาพเชิงเทคนิคเพื่อสื่อมนต์เสน่ห์ของภาพในรูปที่ 5.9 จะเห็นได้ว่า องค์ประกอบด้านสี เป็นสีโทนธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่และจะเน้นเนื้อสีของโบราณสถานในแบบที่แสดงการสึกกร่อนหรือพื้นผิวที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ภาพพื้นหญ้าสีเขียวเป็นความสดใส ความสมบูรณ์ของพื้นที่ที่ได้รับการออกแบบจัดแต่งต้นไม้ให้เหมาะสมกับสภาพภูมิทัศน์ การวางตำแหน่งของประธานภาพจะอยู่ในตำแหน่งจุดสนใจตามหลักกฎสามส่วน (Rules of third) และเป็นการจัดองค์ประกอบภาพแบบดุลอสมมาตร (Asymmetrical balance) โดยขนาดขององค์ประธานภาพมีขนาดเล็กกว่าพื้นที่เบื้องซ้ายซึ่งเป็นพื้นที่ของสัญลักษณ์ที่สื่อถึงกาลเวลาอันเก่าแก่ของโบราณสถาน

นอกจากภาพโบราณสถานที่มีความเก่าแก่แล้ว การใช้รูปสัญลักษณ์แห่งการคิดคำนึงช่วงเวลาในอดีตยังพบว่ามีการใช้ภาพต้นไม้ที่มีความเก่าแก่โดยเป็นการนำเสนอร่วมกับเรื่องราวที่มาของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่สร้างไว้ในพื้นที่ดังรูปที่ 5.11



SAI NGAM, NAKHON RATCHASIMA

*Lose yourself under a strange and beautiful
banyan tree*

Though it looks like a grove of trees, Sai Ngam (‘Beautiful Banyan’) is in fact a single *Ficus bengalensis* that covers an area about half the size of a football pitch. Banyans reproduce themselves by dropping tendrils to the ground from their branches, which take root to become secondary trunks and spawn other tendrils, so growing further and further out from the central trunk.

As Sai Ngam’s gnarled trunks and coiling branches now form



รูปที่ 5.11 ไทรงาม จังหวัดนครราชสีมา

ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 48

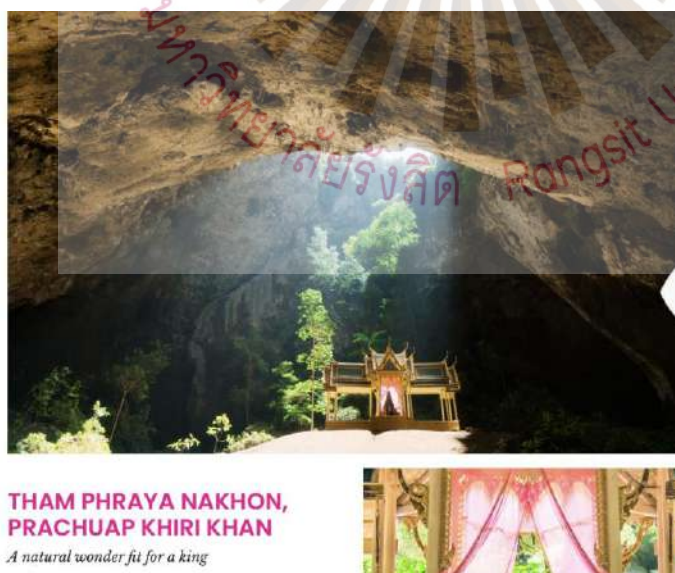
รูปที่ 5.11 เนื้อหานำเสนอชื่อภาพและสถานที่ท่องเที่ยวว่า “ไทรงาม” มีการบรรยายเรื่องราวเกี่ยวกับไทรงามว่ามีพื้นที่ขนาดครึ่งหนึ่งของสนามฟุตบอล การเติบโตของต้นไทรมีการหยั่งรากเป็นวงกว้างแตกเป็นกิ่งก้านสาขาของต้นไทรแผ่ออกไปเป็นวงกว้าง ลักษณะการแผ่รากที่เชื่อมโยงต่อกันเหมือนราวสะพานแขวนก่อให้เกิดความเชื่อว่าเป็นที่สถิตยของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ไทรงามมีอายุประมาณ 400 ปี และมีการตั้งศาลพระสุพรรณกัลยาอยู่ในบริเวณนั้น ทั้งนี้มีการอธิบายในเชิงสัญลักษณ์ว่า ต้นไทรมีความหมายเชิงสัญลักษณ์ถึงการเป็นอมตะ การกำเนิดใหม่ และเป็นต้นไม้ที่พระพุทธเจ้าประทับนั่งจนกระทั่งตรัสรู้

การประกอบสร้างมนต์เสน่ห์ของรูปที่ 5.11 ได้เน้นรูปทรงของต้นไม้ที่มีลำต้นและการแผ่รากตลอดจนกิ่งก้านเป็นวงกว้าง เป็นสัญลักษณ์ของการเจริญเติบโตและความเก่าแก่ บรรยายภาพของสถานที่ที่มีความสงบ วิเวกจากผู้คน ภาพศาลที่ตั้ง ณ บริเวณนั้นมีพวงมาลัยหลากสีประดับไว้เป็นจำนวนมาก แสดงให้เห็นถึงสัญญาณแห่งความสำเร็จในคำอธิษฐานที่มีผู้นำมาบูชาไว้ ในส่วนของ การประกอบสร้างความหมายของภาษาภาพเชิงเทคนิคเพื่อสื่อมนต์เสน่ห์ของภาพในรูปที่ 5.11 จะเห็นได้ว่าการเน้นภาพซ้ำของรูปทรง (pattern) โดยเป็นรูปทรงของลำต้นและกิ่งก้านที่มีความซ้ำเพื่อสื่อความหมายถึงจำนวนที่มีมากและเป็นรูปทรงที่ต้องอาศัยระยะเวลายาวนานในการเจริญเติบโตจนเป็นรูปอย่างที่ปรากฏ โทนสีของใบเป็นช่วงจังหวะที่มีสีเหลืองซึ่งเป็นสีที่ให้ความหมายถึงความเจริญรุ่งเรืองเช่นเดียวกับสีของดอกดาวเรือง

จากตัวอย่างข้างต้น อาจกล่าวได้ว่ารูปสัญลักษณ์แห่งกาลเวลา เป็นสื่อภาพที่มีนัยเชื่อมโยงถึง มนต์ลัทธิที่มีรากเหง้ามาอย่างยาวนาน ภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่เน้นการสื่อในเรื่องความ เก่าแก่มีนัยเชื่อมโยงเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์การก่อสร้างหรือโบราณสถานที่มีมายาวนาน เรื่องราวของบุคคลในอดีตที่เป็นที่เคารพนับถือของผู้คนในปัจจุบัน ลักษณะทางชีวภาพที่เก่าแก่ของ พันธุ์ไม้ที่ปรากฏในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งรูปสัญลักษณ์เหล่านี้มีศักยภาพในการสื่อมนต์เสน่ห์ที่เกี่ยวกับ กาลเวลาในอดีต เป็นการส่งเสริมความขลังตามความเชื่อจนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณใน ปัจจุบัน

5.4 การใช้รหัสเชิงคู่ (Double codes) เรื่องแสงกับสัญลักษณ์ภาพ

ในการสื่อสารผ่านภาษาภาพมักมีการจัดระบบสัญลักษณ์ของภาพในองค์ประกอบหนึ่ง ๆ โดยใช้รหัสทางการสื่อสารมากกว่าหนึ่งชุดเช่น รหัสที่ใช้จัดระบบองค์ประกอบของประธานภาพ รหัส การใช้แสงเพื่อสร้างระบบของการสื่อความหมายนอกเหนือจากสารที่ปรากฏจากประธานภาพ ใน กรณียภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณพบว่า มีการใช้รหัสเชิงคู่ในการ จัดระบบสัญลักษณ์เพื่อสร้างมนต์เสน่ห์ให้กับภาพถ่ายของสถานที่ โดยพบสถานที่ที่มีความโดดเด่น สองภาพคือ ถ้ำพระยานคร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และปราสาทหินเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ ดัง รูปที่ 5.12 และ 5.13



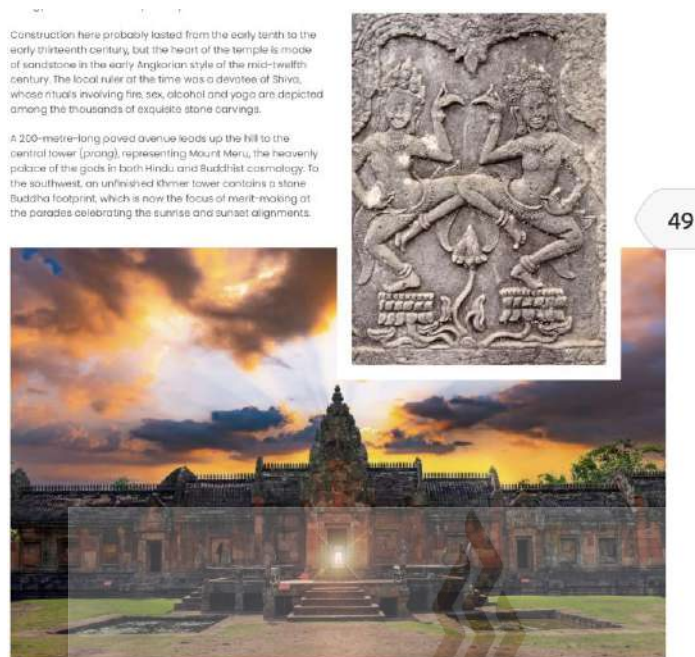
รูปที่ 5.12 ถ้ำพระยานคร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 37

จากรูปที่ 5.12 พระที่นั่งคูหาฤทธาสันในถ้ำพระยานคร เป็นพลับพลาแบบจตุรมุข ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสามร้อยยอด อำเภอสามร้อยยอด พระที่นั่งเป็นฝีพระหัตถ์ของพระวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าจรจรัสวงศ์ กรมหมื่นปราบปรปักษ์ ปัจจุบันได้ประดิษฐานพระบรมรูปพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งเคยเสด็จประพาส ณ สถานที่แห่งนี้ในปี พ.ศ. 2433 โดยทางเรือ ทุกวันช่วงใกล้เที่ยงจะปรากฏแสงพระอาทิตย์ลอดลงมายังกลุ่มต้นไม้และองค์พระที่นั่ง ทำให้เกิดปรากฏการณ์การเห็นภาพลายใบไม้แบบโปร่งแสง เห็นรายละเอียดถึงลายพื้นผิวใบไม้และยังทำให้องค์พระที่นั่งสะท้อนแสงได้อย่างโดดเด่นจรัสเรืองรอง (mystical aura) บนพื้นฉากหลังที่เป็นผนังถ้ำ ทำให้ภาพเกิดเป็นมิติความลึก ดึงให้องค์พระที่นั่งลอยเด่นเป็นสง่าเป็นมนต์ขลังของสถานที่แห่งนี้ ซึ่งเป็นรางวัลให้กับนักเดินทางที่ต้องเดินขึ้นไปบนภูเขาที่มีระยะทางราว 400 เมตร อย่างไรก็ตามเนื้อหาเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวนี้ไม่ได้ปรากฏว่ามีกิจกรรมทางจิตวิญญาณหรือกิจกรรมในการขอพรแต่อย่างใด

ในส่วนของการประกอบสร้างความหมายของภาษาภาพเชิงเทคนิคเพื่อสื่อมนต์เสน่ห์ของภาพในรูปที่ 5.12 จะเห็นได้ว่าการใช้รหัสเชิงคู่ระหว่างสัญลักษณ์ภาพกับรหัสของแสง ซึ่งสัญลักษณ์ภาพในที่นี้หมายถึงองค์พระที่นั่งคูหาฤทธาสันและประติมากรรมรูปรัชกาลที่ 5 ซึ่งมีความหมายในฐานะสถานที่ที่พระองค์เคยเสด็จประพาส ตัวอาคารเป็นสถาปัตยกรรมไทย ซึ่งมีแบบแผนของการปลูกสร้างซึ่งเป็นชุดรหัสหรือแบบแผนการก่อสร้างและการสื่อความหมายตามแบบของสถาปัตยกรรมไทย ในส่วนของรหัสแสงคือส่วนของการจัดระบบการสื่อความหมายและอารมณ์ของภาพได้อย่างโดดเด่น ทำให้เกิดความมั่งคั่งเป็นความมหัศจรรย์ของปรากฏการณ์แสงที่เน้นให้พระที่นั่งมีความโดดเด่นยิ่งขึ้น นอกจากนี้การใช้เฟรมถ้ำมาเป็นกรอบ (framing) ทำให้เกิดทิศทางการบังคับสายตาผู้ชมให้พุ่งตรงสู่พระที่นั่งคูหาฤทธาสันทำให้เป็นภาพถ่ายที่ทรงพลังในการสื่ออารมณ์ภาพและมนต์เสน่ห์ของถ้ำพระยานครเป็นอย่างดี

ลักษณะของการใช้รหัสเชิงคู่ยังปรากฏว่าภาพถ่ายปราสาทเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์มีการใช้เรื่องราวเกี่ยวกับความมหัศจรรย์ของปรากฏการณ์ที่แสงพระอาทิตย์ลอดผ่านช่องประตู 15 ช่องขององค์ปราสาท โดยเกิดขึ้นปีละ 4 ครั้ง ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจอย่างยิ่ง ดังรูปที่ 5.13



รูปที่ 5.13 ปราสาทหินเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์
ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 49

จากรูปที่ 5.13 ปราสาทหินเขาพนมรุ้งมีอายุกว่า 900 ปี ตั้งอยู่บนยอดเขาที่ในอดีตเคยเป็นภูเขาไฟมาก่อน เป็นกลุ่มศาสนสถานเนื่องในศาสนาพราหมณ์ ปรางค์หลักฐานการก่อสร้างอยู่ในช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 10 ถึง 13 ปราสาทประธานสร้างด้วยหินทรายในช่วงกลางศตวรรษที่ 12 มีรูปแบบการสร้างปราสาทแบบอังกอร์ ศาสนสถานแห่งนี้อุทิศแด่พระศิวะ ยอดเขาที่ตั้งของปราสาทจำลองคติมาจากเขาพระสุเมรุ ซึ่งเป็นสมมติคิดว่าเป็นที่สถิตย์ของพระศิวะ

ในส่วนของการประกอบสร้างความหมายของภาพเชิงเทคนิคเพื่อสื่อมนต์เสน่ห์ของภาพในรูปที่ 5.13 จะเห็นได้ว่าการใช้รหัสเชิงคู่ระหว่างสัญลักษณ์โครงทึบ (silhouette) เพื่อเน้นรูปทรงของสถาปัตยกรรมและเพิ่มความโดดเด่นให้กับแสงพระอาทิตย์ที่ส่องผ่านช่องประตูทั้ง 15 ช่อง โดยมีการใช้เทคนิคทางการบันทึกภาพเพื่อเพิ่มเงาให้กับแหล่งกำเนิดแสงเป็นสีแฉก โดยจุดศูนย์กลางของแฉกแสงคือ ประติมากรรมศิวลึงค์ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์แทนพระศิวะและเป็นองค์ประธานของศูนย์กลางปราสาท ความมั่งคั่งของช่องแสงเป็นมนต์เสน่ห์ที่เป็นเอกลักษณ์ของปรากฏการณ์แสงอันน่ามหัศจรรย์ของปราสาทเขาพนมรุ้ง นอกจากนี้ยังมีเมฆสลับลีที่ช่วงเพิ่มรัศมีของแสงอาทิตย์ที่เป็นฉากหลังทำให้องค์ปราสาทมีความโดดเด่นยิ่งขึ้น

อนึ่ง คติการสร้างปราสาทหินเขาพนมรุ้งบนดินแดนที่เป็นยอดเขาที่เป็นภูเขาไฟในอดีตมีความสอดคล้องกับคติในเรื่องพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และช่วงจังหวะเวลาทางโหราศาสตร์ ซึ่งระบบ

สัญลักษณ์ทางศาสนาพราหมณ์ฮินดูได้สะท้อนถึงความเชื่อในความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดระหว่างจักรวาลและโลก โรเบิร์ต วอน ไฮน์-เกลเดิร์น (Robert Von Heine-Geldern) (อ้างในนงคราญ สุขุม, 2549) ได้ให้ทัศนะว่า “...ความเชื่อในระบบจักรวาลมีผลต่อสถาปัตยกรรม เป็นความสัมพันธ์เชิงไสยศาสตร์ระหว่างอนุจักรวาลและมหจักรวาล ระหว่างโลกของมนุษย์กับจักรวาล และสิ่งที่ปรากฏในโลกมนุษย์ด้านหนึ่งกับทิศและกลุ่มดาวต่างๆ สรรพสิ่งถูกควบคุมโดยอิทธิพลของดวงดาว ด้วยเหตุนี้ทำให้สิ่งของแต่ละสิ่งมี “สถานะทางไสยศาสตร์” ของตนในโครงสร้างของจักรวาลและมี “จังหวะเวลาทางไสยศาสตร์” ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการเคลื่อนไหวของดาวเคราะห์ต่างๆ ไม่มีสิ่งใดจะรุ่งเรืองได้นอกจากจะมีความสอดคล้องกลมกลืนกับพลังของจักรวาล และเพื่อที่จะบรรลุถึงความกลมกลืนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันนี้ มนุษย์ได้พยายามสร้างอาณาจักร เมือง พระราชวัง เทวสถานในรูปแบบของจักรวาลเล็กๆ ซึ่งเป็นรูปจำลองย่อของโครงสร้างมหจักรวาล...” นอกจากนี้ เดวิด คินส์ลีย์ (แปลโดย ภาพรณ สุภมันตรา, 2551) ตอกย้ำแนวคิดข้างต้นว่า หลักฐานที่ชัดเจนเกี่ยวกับวิถีในศาสนาพราหมณ์ฮินดูที่เห็นความศักดิ์สิทธิ์ของภูมิประเทศ ดินแดนที่พวกเขาอาศัยอยู่อยู่เคลื่อนไหวด้วยพลังอำนาจอันศักดิ์สิทธิ์ มนุษย์จึงต้องสร้างความสัมพันธ์ทางศาสนาอย่างลึกซึ้งกับภูมิประเทศในท้องถิ่นหรือในหมู่บ้าน แนวคิดดังกล่าวจึงสนับสนุนที่มาของคติการเลือกภูมิประเทศที่เหมาะสมกับพลังของจักรวาลและการใช้วิทยาการทางสถาปัตยกรรมและการก่อสร้างเพื่อเพิ่มมนต์ขลังให้กับศาสนสถานแห่งนี้

การใช้รหัสเชิงคู่ของภาพสถาปัตยกรรมและมนต์เสน่ห์จากทิศทางแสงทั้งสองภาพข้างต้นเน้นการสื่อสารในเรื่องบรรยากาศและอารมณ์ของสถานที่ที่มีมนต์ขลังและบังเกิดเป็นพลังมหัศจรรย์จากปรากฏการณ์แสงที่มหัศจรรย์ จัดเป็นมนต์เสน่ห์ที่เล่นกับคุณค่าของแสงและเงา จูนิจิโร ทานิชากิ (แปลโดย สุวรรณ วงศ์ไวยวรรณ, 2528) กล่าวถึงสุนทรียภาพที่เกิดจากสภาพแสงที่ลดน้อยลงและก่อให้เกิดเป็นความไม่ชัดเจนของรายละเอียดของประธานภาพว่า เป็นสุนทรียภาพของรหัสเชิงคู่ “aesthetic of a double codes” อันเป็นความงามที่สมบูรณ์ของสุนทรียะสองระบบเกิดการบรรสานระหว่างงานออกแบบกับแสง ซึ่งปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันและกันก่อให้เกิดองค์ประกอบที่ดีและการส่งเสริมซึ่งกันและกันเกิดเป็นความงาม ซึ่งแสงในภาพถ่ายทั้งพระที่นั่งอุหาคฤหาสน์และปราสาทหินเขาพนมรุ้งมีลักษณะร่วมของสุนทรียภาพเชิงคู่ดังกล่าวและกลายเป็นมนต์เสน่ห์ของภาพถ่ายเพื่อสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ อย่างไรก็ตามในเนื้อหาของแหล่งท่องเที่ยวทั้งสองแห่งนี้ ไม่ปรากฏเรื่องราวเกี่ยวกับมิติของการบูชาและการขอพรใด ๆ อาจเนื่องจากสภาพในปัจจุบัน พื้นที่ทั้งสองแห่งไม่ใช่ศาสนสถานเพื่อใช้ในการพิธีกรรมใด ๆ และเป็นสถานที่ของอุทยานแห่งชาติและอุทยานประวัติศาสตร์ ซึ่งทำหน้าที่ในเชิงการจัดแสดงเรื่องราวในอดีตไม่ได้ทำหน้าที่ในเชิงพิธีกรรมแต่อย่างใด

5.5 การสร้างความแจ่มจรัสของสีสัน

สีเป็นทัศนธาตุ (visual element) ที่มีความหมายในเชิงสัญลักษณ์และความหมายแฝงในเชิงจิตวิทยา ในงานสื่อสารด้วยภาพมีการใช้สีเป็นองค์ประกอบในการสร้างอารมณ์ให้กับเรื่องราวและเหตุการณ์ในภาพ ซึ่งการนำเสนอความแจ่มจรัสของสีสันเป็นวิธีการที่สำคัญอย่างหนึ่งของการสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ทั้งนี้รูปแบบของการใช้สีสันอาจเป็นไปได้โดยสภาพธรรมชาติของภาพสถานที่ท่องเที่ยวเช่น สีสันของอาคารสถาปัตยกรรม ประติมากรรม เครื่องบูชาที่ประชาชนนำมาสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของสถานที่นั้น ๆ ในขณะที่ภาพอีกส่วนหนึ่งเป็นสีสันที่เกิดจากการเติมแต่งของช่างภาพเองเช่น การนำบุคคลไปประกอบเรื่องราวในสถานที่นั้น ๆ โดยที่ภาพบุคคลมีการออกแบบภัตราภรณ์ที่มีสีสันอย่างโดดเด่นและชูเป็นองค์ประกอบหลักของการเล่าเรื่องของภาพนั้น ๆ ดังตัวอย่างรูปที่ 5.14 และ 5.15



รูปที่ 5.14 ศาลเจ้าหน้าจาช่าไต้จื้อ จังหวัดชลบุรี

ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 1 และ 100 (ปกหน้าและปกหลัง)

รูปที่ 5.14 ส่วนหนึ่งของโครงสร้างหลังคาอาคารสถาปัตยกรรมศาลเจ้าหน้าจาช่าไต้จื้อ จังหวัดชลบุรี ประดับด้วยประติมากรรมรูปมังกร ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับเทพเจ้า มีการสื่อ

ความหมายถึงความมีอำนาจ พลังอันยิ่งใหญ่ ความเจริญรุ่งเรือง ความอุดมสมบูรณ์ ฝน และเป็นสัญลักษณ์ประจำพระองค์ของจักรพรรดิจีน ในฐานะโอรสแห่งสวรรค์ การออกแบบสถาปัตยกรรมของศาลเจ้าจีนต้องมีสัญลักษณ์มังกรประกอบเสมอ เนื่องจากการเชื่อมโยงแบบแผนทางสถาปัตยกรรมจากประเทศจีนและเป็นการเชื่อมโยงระหว่างโลกมนุษย์กับสวรรค์ โดยศาลเจ้าแห่งนี้มีศิลปกรรมรูปมังกรประดับถึง 2,840 องค์

การสร้างมนต์เสน่ห์ผ่านการสร้างความแจ่มจรัสของสีสันสามารถจำแนกได้สองประการ ได้แก่ การใช้สีเชิงสัญลักษณ์และการใช้สีเพื่อสื่อความหมายแฝงในเชิงจิตวิทยา โดยสีในเชิงสัญลักษณ์จะเห็นได้ว่าสีของมังกรประกอบด้วยสีแดง สีเหลืองทอง สีเขียว ซึ่งเป็นสีสัญลักษณ์ตามความหมายในเชิงมายาคติ (myth) ว่าเป็นเทพเจ้า ซึ่งสีในระบบสัญลักษณ์เป็นแบบแผนที่ได้รับการถ่ายทอดสืบต่อกันมาจนเป็นจารีตของการใช้สี ในขณะที่ความหมายแฝงเชิงจิตวิทยา เป็นมิติที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลต่ออารมณ์และความรู้สึกของผู้พบเห็น ดังนั้นสีในเชิงสัญลักษณ์กับสีในเชิงจิตวิทยาที่ส่งผลกับอารมณ์จึงเป็นสิ่งที่แยกจากกันไม่ได้ จากรูปสีแดงของมังกรความหมายเชิงสัญลักษณ์ในทางวัฒนธรรมจีนหมายถึงความโชคดี มั่งคั่ง ความสุข ในขณะที่ความหมายในเชิงจิตวิทยา คือ ความร้อนแรง ความมีอำนาจ สีเหลืองเป็นสีของจักรพรรดิจีน ในเชิงจิตวิทยา คือ ความสดใสร่าเริง มีชีวิตชีวา กระฉับกระเฉง สีเขียวคือ ความอุดมสมบูรณ์ ความหวัง การผ่อนคลาย ในขณะที่สีน้ำเงินของท้องฟ้าคือ ความกว้างขวาง ความสงบนิ่ง (สมชาย พรหมสุวรรณ, 2548)

ในส่วนของการประกอบสร้างความหมายของภาษาภาพเชิงเทคนิคเพื่อสื่อมนต์เสน่ห์ของภาพในรูปที่ 5.14 จะเห็นได้ว่า มีการจัดองค์ประกอบภาพแบบดุลสมมาตร มีโครงสร้างของรูปแบบหลังคาเป็นฐานล่าง จัดพื้นที่ว่าง (space organization) สองในสามด้านบนเป็นพื้นที่ว่างของท้องฟ้าเพื่อสื่อความหมายแฝงถึงการเชื่อมต่อระหว่างสวรรค์ (ท้องฟ้า) อันยิ่งใหญ่กับโลกมนุษย์อันเป็นที่ตั้งของสถานที่เพื่อการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ในส่วนของมุมกล้องมีการถ่ายภาพในมุมมองระดับสายตา (โดรน) ซึ่งเป็นองศามุมมองการเห็นที่แตกต่างจากสายตาปกติที่นักท่องเที่ยวหรือประชาชนจะเห็นได้ เนื่องจากอยู่ในตำแหน่งที่สูงและไกลจากการเห็นตามปกติ การวางตำแหน่งมุมมองของภาพและการจัดองค์ประกอบดังกล่าวนี้ได้เสริมสร้างมนต์เสน่ห์ผ่านสีสันที่แจ่มจรัสให้กับศาสนสถานนี้ได้เป็นอย่างดี



รูปที่ 5.15 พุทธสถานเขานาในหลวง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 5

รูปที่ 5.15 พุทธสถานเขานาในหลวง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ตั้งอยู่ท่ามกลางสภาพภูมิประเทศที่เป็นภูเขาสูงกลางคาบสมุทรมาเลย์ซึ่งถูกขนาบด้วยทะเลฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน นักแสวงบุญมีความเชื่อว่าการปฏิบัติธรรมและฝึกปฏิบัติสมาธิ ณ สถานที่แห่งนี้ จะทำให้เข้าใจสภาวะทางจิตที่สงบสุข และเป็นกุศลที่ยิ่งใหญ่ สำนักปฏิบัติธรรมแห่งนี้นับตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2525 กลุ่มเจดีย์ในเขตพุทธสถานมีความสูงจากระดับพื้นดิน 350 เมตร ประตูทางเข้ามีข้อความระบุชื่อประตูว่า “พุทธาวดี” ช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวคือ ในช่วงเช้าซึ่งจะมีช่วงเวลาที่มียโอกาสเห็นหมอกปกคลุมอาณาบริเวณและได้เห็นสภาพภูมิทัศน์ที่สวยงามดังรูปที่ 5.15

การสร้างมนต์เสน่ห์ผ่านการสร้างความแจ่มจรัสของสีสันในรูปที่ 5.15 เป็นการใช้สีเพื่อสื่อความหมายแฝงในเชิงจิตวิทยา โดยรูปสัญลักษณ์ที่สื่อผ่านสีที่มีความโดดเด่นคือ ร่มสีแดงบนพื้นฉาก

หลังเป็นแนวป่าไม้ที่ต้องแสงพระอาทิตย์สีเหลืองทองทำให้ภาพมีความแจ่มจรัสของสีส้มอย่างมาก ความหมายแฝงมีลักษณะเช่นเดียวกันกับรูปที่ 5.14 คือ ร่มสีแดงมีความหมายในเชิงจิตวิทยาคือ ความร้อนแรงสะดุดตา สีเหลืองทองของแสงพระอาทิตย์ คือ ความสดใส ร่าเริง มีชีวิตชีวา กระฉับกระเฉง ในขณะที่สีเขียวของต้นไม้คือ ความอุดมสมบูรณ์ ความหวัง การผ่องคลาย ในขณะที่สีน้ำเงินของท้องฟ้าคือ ความกว้างขวาง ความสงบนิ่ง (สมชาย พรหมสุวรรณ, 2548) อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาร่วมกับบริบทของเรื่องราวและสถานที่ดังกล่าว ความหมายแฝงของสีแดงในเรื่อง ความร้อนแรงจะเป็นความหมายแฝงเพื่อนำเรื่องราวให้โดดเด่นและมีความสะดุดตา เนื่องจากสีแดงมีพลังในการเห็นได้อย่างเด่นชัดและเร้าการเห็นได้เป็นอย่างดี

ในส่วนของการประกอบสร้างความหมายของภาษาภาพเชิงเทคนิคเพื่อสื่อมนต์เสน่ห์ของภาพในรูปที่ 5.15 จะเห็นได้ว่า มีการจัดองค์ประกอบภาพแบบดุลสมมาตรโดยการจัดวางกรอบภาพผ่านชั้นประตู “พุทธาวดี” ตำแหน่งการจัดวางภาพบุคคลซึ่งเป็นประธานภาพอยู่ในระดับสายตา ณ จุดกึ่งกลางของกรอบชั้นประตูและส่วนยอดของโครงสร้างรูปเจดีย์ การใช้กรอบภาพ (framing) ผ่านชั้นประตูมีความโดดเด่นเพื่อการบังคับสายตาของการเห็นประธานของภาพซึ่งเป็นภาพบุคคล การถ่ายภาพด้วยเทคนิคภาพโครงทึบด้วยการถ่ายย้อนแสงพระอาทิตย์ทำให้รูปทรงของตัวแบบมีความโดดเด่น นอกจากนี้มีการเน้นองค์ประกอบภาพพื้นผิว (texture) ทางเดินที่ปูด้วยก้อนหินและสะท้อนแสงอาทิตย์ร่วมขับให้ภาพบุคคลมีความโดดเด่น ด้วยคุณลักษณะดังกล่าวจึงทำให้ภาพนี้สามารถสร้างมนต์เสน่ห์ให้กับเรื่องราวและสถานที่ที่ปฏิบัติธรรมแห่งนี้ได้เป็นอย่างดี

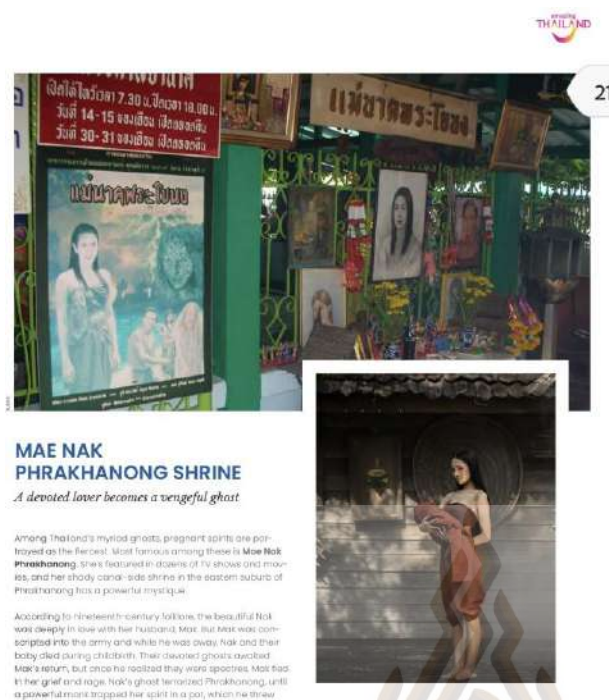
จากตัวอย่างรูปข้างต้น จะเห็นได้ว่าการสร้างมนต์เสน่ห์ให้กับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณด้วยการใช้ภาพที่มีสีส้มแจ่มจรัสเป็นเทคนิคการสร้างสรรค์ที่เน้นความสะดุดตาจากการเห็นโดยพลันหรืออาจเรียกว่า “เตะตา” เป็นอายตนะทางจักษุสัมผัส ณ ทันทีที่เห็นแรก (At first sight) มีนัยของการสื่อความหมายที่เน้นจุดเรื่องราวที่ต้องการดักขำหรือชูเป็นประเด็นหลักของเรื่องราวซึ่งอาจเป็นภาพวิถีปฏิบัติของบุคคลหรือภาพสัญลักษณ์เฉพาะตัวที่เป็นจุดขายหรือภาพหลัก (key figure) ที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้เป็นจุด check in และเผยแพร่ทางสื่อสังคม อย่างไรก็ตามเทคนิควิธีการสร้างความแจ่มจรัสผ่านองค์ประกอบเรื่องสีนี้ยังได้รับความนิยมสำหรับการสื่อสารการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ด้วย เนื่องจากจิตวิทยาของสีมีความสามารถในการเร้าสายตาและเรียกความสนใจจากผู้รับสารได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องราวที่เน้นการเร้าอารมณ์ ความตื่นเต้น เป็นอารมณ์หลักของการสื่อสาร

5.6 การสร้างสัมพันธ์

การสร้างมนต์เสน่ห์ผ่านกระบวนการสร้างสัมพันธ์ในงานภาพถ่ายการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีความเกี่ยวข้องกับภูมิหลังของผู้รับสารทั้งที่เป็นชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีความแตกต่างกันเกี่ยวกับความรู้เรื่องตัวบทปฐมภูมิ (primary text) ที่ปรากฏในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเนื่องจากตัวบทปฐมภูมิมิชอบเขตจำกัดเฉพาะในสังคมไทยดังกรณีตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวสองแห่งคือ ศาลแม่นาคพระโขนง วัดมหาบุศย์ กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีสัมพันธ์กับภาพยนตร์เรื่องแม่นาคพระโขนงจำนวน 14 เรื่อง ในปีพ.ศ. 2502 ถึง 2566 และศาลพุ่มพวง ดวงจันทร์ จังหวัดสุพรรณบุรี มีสัมพันธ์กับความเป็นนักร้องลูกทุ่งและภาพยนตร์ไทยที่พุ่มพวง ดวงจันทร์ เป็นนักแสดงนำ 19 เรื่อง ในช่วงปีพ.ศ. 2526 ถึง 2531

สัมพันธ์เป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทในงานหนึ่ง ๆ กับตัวบทในงานอื่น ๆ (Gerbner, 1989) ทั้งยังเป็นกระบวนการสร้างความหมายของตัวบทหนึ่งที่เกิดมาจากการอ้างอิงจากตัวบทอื่น ๆ มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการหมุนเวียนและแลกเปลี่ยนความหมาย (Schirato & Yell, 2000) ดังนั้น ทั้งผู้สร้างสรรค์งานและผู้รับสารจะต้องใช้ “ความหมาย” ที่เก็บสะสมไว้จากตัวบทก่อน ๆ มาใช้ร่วมอยู่ด้วยจึงจะทำให้รูปแบบการสื่อสารผ่านการสร้างสัมพันธ์มีพลวัตของการเล่าเรื่องได้อย่างราบรื่น แต่หากผู้รับสาร ไม่มีตัวบทปฐมภูมิก็ต้องอาศัยข้อมูลแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการสร้างสัมพันธ์กับเนื้อหาภาพถ่ายของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

รูปที่ 5.16 ศาลแม่นาคพระโขนง วัดมหาบุศย์ กรุงเทพมหานคร เนื้อหาแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวได้กล่าวถึงแม่นาคว่าเป็นผู้หญิงที่มั่นคงในความรักสามีและนำมาสู่ความแก่นพยาบาท แม่นาคเสียชีวิตในขณะที่คลอดบุตร วิญญาณของเธอได้รอสามีที่กลับมาจากราชการทหาร เมื่อสามีกลับมาในช่วงแรกได้อยู่กินกับผีแม่นาคจนกระทั่งพระภิกษุผู้มีอาคมได้นำวิญญาณนาคบรรจุลงในหม้อและถ่วงน้ำลงในคลองมหาบุศย์ ผู้หญิงที่ปรารถนาขอพรให้คลอดบุตรง่ายจะมายังสถานที่แห่งนี้เพื่อขอพรจากแม่นาค ภาพศาลแม่นาคได้นำเสนอดังรูปที่ 5.16



MAE NAK PHRAKHANONG SHRINE

A devoted lover becomes a vengeful ghost

Among Thailand's myriad ghosts, pregnant spirits are portrayed as the fiercest. Most famous among these is **Mae Nak Phra Khanong**. She's featured in dozens of TV shows and movies, and her shoddy canal-side shrine in the eastern suburb of Phra Khanong has a powerful mystique.

According to nineteenth-century folklore, the beautiful Nak was deeply in love with her husband, Mak. But Mak was conscripted into the army and while he was away, Nak and their baby died during childbirth. Their deceased ghosts awaited Mak's return, but once he realized they were spirits, Mak fled in fear and rage. Nak's ghost terrorized Phra Khanong, until a powerful monk trapped her spirit in a pot, which he threw

รูปที่ 5.16 ศาลแม่นาคพระโขนง วัดมหาบุศย์ กรุงเทพมหานคร
ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 21

รูปที่ 5.16 เน้นเนื้อหาสรุปบุคคลเพื่อสื่อเป็นสัญลักษณ์ถึงแม่นาค มีตัวอย่างภาพใบปิดภาพยนตร์เรื่อง “แม่นาคพระโขนง” เพื่อสื่อถึงเรื่องราวภาพยนตร์ของแม่นาคที่ได้รับการผลิตซ้ำมาถึง 14 เรื่อง มีภาพบุคคลเป็นภาพถ่ายที่ทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นเรื่องราวการแสดงในสื่ออื่น ๆ รวมทั้งรายการโทรทัศน์ ลักษณะการเชื่อมโยงเนื้อหาดังกล่าวนี้คือ การสร้างสัมพันธ์ระหว่างศาลแม่นาค ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณกับภาพถ่ายของสถานที่ท่องเที่ยว และภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ โดยเป็นรูปแบบของการอ้างอิง (Quotation) โดยตรงผ่านใบปิดภาพยนตร์ที่ระบุชื่อเรื่อง ชื่อตัวละคร สัญลักษณ์ภาพของตัวละครที่เป็นภาพผู้หญิงนุ่งกระโจมอกด้วยผ้าสีน้ำตาลแดง ในมืออุ้มห่อผ้าสีแดงซึ่งสื่อความหมายโดยตรงถึงบุตรชายตามท้องเรื่องนั่นเอง

ในส่วนของการประกอบสร้างความหมายของภาษาภาพเชิงเทคนิคเพื่อสื่อมนต์เสน่ห์ของภาพในรูปที่ 5.16 จะเห็นได้ว่าเป็นการสื่อสารด้วยภาพแบบตรงไปตรงมาเน้นข้อความชื่อสถานที่เหมือนแผ่นใบปิดภาพยนตร์ โดยเน้นอารมณ์ภาพผ่านสภาพแสงร่มเงาภายในอาคารเพื่อสร้างบรรยากาศของความลึกลับน่ากลัวของสถานที่แห่งนี้



รูปที่ 5.17 ศาลพุ่มพวง ดวงจันทร์ วัดทับกระดาน จังหวัดสุพรรณบุรี

ที่มา E-book Connecting to spiritual Thailand หน้า 32

รูปที่ 5.17 ศาลพุ่มพวง ดวงจันทร์ เนื้อหาแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวได้กล่าวถึงสักการะรูปปั้นพุ่มพวง ดวงจันทร์จากแฟนเพลงในวัดเขตชนบทของจังหวัดสุพรรณบุรี เธอเสียชีวิตในปีพ.ศ. 2535 ในวัย 30 ปี ในงานศพของเธอมีผู้เข้าร่วมกว่าสองแสนคน มีเรื่องเล่าว่าหลังจากเธอเสียชีวิตหนึ่งเดือน พระภิกษุรูปหนึ่งได้ฝันว่าเธอมาขอให้สร้างอนุสรณ์สถานให้กับเธอ จึงเป็นที่มาของศาลพุ่มพวง ดวงจันทร์ เครื่องสักการะบูชาที่นี้จะมากด้วยเสื้อผ้าอาภรณ์ เครื่องสำอาง กระຈก สถานที่แห่งนี้เป็นที่นิยมของเหล่าดารานักแสดงที่มาขอพรเพื่อให้ประสบความสำเร็จและควมมีชื่อเสียง ดังเช่นอดีตราชินีลูกทุ่งพุ่มพวง ดวงจันทร์

ในส่วนการสร้างสัมพันธ์มีลักษณะการเชื่อมโยงเนื้อหาศาลพุ่มพวง ดวงจันทร์ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ได้จัดแสดงรูปประติมากรรมของพุ่มพวง ดวงจันทร์ โดยมีภาพถ่ายของเธอในชุดนักร้องเพลงลูกทุ่งเป็นรูปแบบของการอ้างอิงโดยตรงเพื่อเชื่อมโยงไปยังผลงานเพลงและภาพยนตร์ในอดีต การประกอบสร้างความหมายของภาษาภาพเชิงเทคนิคเพื่อสื่อมนต์เสน่ห์ของภาพในรูปที่ 5.17 จะเห็นได้ว่าเป็นการสื่อสารด้วยภาพแบบตรงไปตรงมา สื่ออารมณ์ภาพผ่านการจัดไฟส่องสว่างไปยังวัตถุบูชาที่เกี่ยวข้องกับสิ่งของเครื่องใช้ที่สื่อถึงความเป็นนักร้องยอดนิยม

ทั้งรูปที่ 5.16 และ 5.17 เป็นวิธีการสร้างสัมพันธ์ผ่านความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันระหว่างประวัติของบุคคลในอดีตที่เกี่ยวข้องกับผลงานภาพยนตร์ ผลงานเพลง และสื่อมวลชนอื่น ๆ โดยที่ผู้รับสารเคยมีประสบการณ์รับรู้ตัวบทปฐมภูมิมาแล้ว ทำให้เกิดกระบวนการหมุนเวียนและแลกเปลี่ยนความหมายเป็นการยุบรวมความหมาย (Implosion of meaning) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของมนต์ขลัง ณ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ อย่างไรก็ตามในกรณีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไม่มีตัวบทปฐมภูมิก่อนจะเชื่อมโยงเรื่องราวในอดีตได้ผ่านสารสนเทศที่เกี่ยวข้องในสถานที่ท่องเที่ยวหรือสื่อออนไลน์ต่าง ๆ

จากผลการศึกษาดังที่กล่าวมานี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลวิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณได้ดังนี้

1) การใช้รูปสัญลักษณ์ที่แตกต่างไปจากสัญลักษณ์แนวจารีตดั้งเดิม พบว่าการใช้รูปสัญลักษณ์ที่แตกต่างไปจากสัญลักษณ์ที่มีอยู่ในสภาพธรรมชาติดังเดิมมีคุณลักษณะย่อยจำแนกได้ 5 ประการคือ ก) ภาพเทพที่มีลักษณะชีวทัศน์ทางประติมานวิทยาต่างจากมนุษย์ ดังตัวอย่างภาพพระคณศ จังหวัดฉะเชิงเทรา ข) การใช้สัญลักษณ์ที่แตกต่างจากแนวนวนบเพื่อสร้างความหมายใหม่ในเชิงมายาคติ ดังตัวอย่างภาพเจดีย์หอย จังหวัดปทุมธานี ค) การออกแบบสถาปัตยกรรมโบสถ์คริสต์แบบโกธิคเพื่อเป็นพระอุโบสถในพุทธศาสนา ดังตัวอย่างสถาปัตยกรรมตะวันตกของโบสถ์แบบโกธิคของวัดนิเวศธรรมประวัติ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ง) การวางองค์ประกอบเคียงกันของงานประติมากรรมแบบตุ๊กตารัสเซีย ดังตัวอย่างรูปงานประติมากรรมพระพุทธรูปวัดผาซ่อนแก้ว จังหวัดเพชรบูรณ์ จ) การใช้สัญลักษณ์ทางเพศในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ดังตัวอย่างงานประติมากรรมไม้แกะสลักเป็นรูปอวัยวะเพศชายหรือที่เรียกว่า “ปลัดขิก” เป็นจำนวนมากบริเวณถ้ำพระนาง จังหวัดกระบี่

2) การสร้างบรรยากาศของความไม่ชัดเจน เป็นการนำเสนอภาพที่มีการลดทอนรายละเอียดของภาพด้วยจังหวะเวลาของเหตุการณ์เช่น ค่ำวันที่ฟุ้งขึ้นในเทวสถาน เมฆหมอกที่ลอยเข้ามาบดบังทัศนียภาพพระพุทธรูป ซึ่งเป็นสภาวะที่เกิดขึ้นได้ทั้งที่เป็นจังหวะทางธรรมชาติและความจงใจที่เร้าสร้างสถานการณ์ขึ้น จนถึงความจงใจในการสร้างรูปแบบเนื้อหาผ่านกลไกทางเทคนิคการถ่ายภาพเช่น ภาพบรรยากาศกิจกรรมการเวียนเทียนที่แสดงเนื้อหาภาพบุคคลเป็นเพียงภาพลายเส้นความเคลื่อนไหวของแสงเทียน

3) การใช้รูปสัญลักษณ์เพื่อเป็นเครื่องหมายสื่อเวลาในอดีต (Sign of the times) เป็นสถานที่ที่มีนัยของการเชื่อมโยงกับกิจกรรมทางจิตวิญญาณ ส่วนหนึ่งมีความเกี่ยวข้องกับประวัติความเป็นมา และมีความสำคัญในฐานะที่เป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์เช่น วัดในเขตอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

4) การใช้รหัสเชิงคู่ (Double codes) เรื่องแสงกับสัญลักษณ์ภาพ เป็นการใช้รหัสทางการสื่อสารสองระบบเช่น รหัสที่ใช้จัดระบบองค์ประกอบของสัญลักษณ์ประธานภาพร่วมกับรหัสการใช้แสงเพื่อการสื่อความหมายเชิงอารมณ์นอกเหนือจากสารสนเทศที่ปรากฏจากประธานภาพ ดังตัวอย่างภาพแสงอาทิตย์ลอดผ่านช่องประตูปราสาทหินเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์

5) การสร้างความแจ่มจรัสของสีซึ่งสื่อความหมายทั้งในเชิงสัญลักษณ์และความหมายแฝงในเชิงจิตวิทยา ดังตัวอย่างสีของภาพมังกรบนหลังคาศาลเจ้าหน้าจาช่าไถ่จื่อ จังหวัดชลบุรี ภาพสตรีการร่่มแดงในกรอบซุ้มประตูพุทธสถานเขานาในหลวง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

6) การสร้างสัมพันธ์ผ่านรูปแบบการอ้างอิงตัวบทปฐมภูมิ (primary text) ที่ปรากฏในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ดังกรณีตัวอย่างภาพศาลแม่นาคพระโขนง วัดมหาบุศย์ กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีสัมพันธ์กับภาพยนตร์เรื่องแม่นาคพระโขนงจำนวน 14 เรื่อง ศาลพุ่มพวง ดวงจันทร์ จังหวัดสุพรรณบุรี มีสัมพันธ์ในรูปแบบการอ้างอิงความเป็นนักร้องลูกทุ่งและผลงานภาพยนตร์ที่เธอเป็นนักแสดงนำ 19 เรื่อง

จากวิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ดังกล่าวมานี้ ผลที่เกิดขึ้นคือความดึงดูดใจที่เกิดขึ้นกับผู้รับสาร ทั้งผู้ที่เป็นนักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ในกรณีนี้พบว่านักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมีพฤติกรรมการสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและเผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ตนเป็นสมาชิก บางส่วนมีการแบ่งปันเนื้อหาจากนักท่องเที่ยวคนอื่น ปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็นการมีส่วนร่วมทางการสื่อสารที่เพิ่มศักยภาพการแพร่กระจายเนื้อหาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณด้วย ในบทถัดไปผู้วิจัยจะได้นำเสนอผลการศึกษาประเด็นเนื้อหาจากประสบการณ์ที่ผู้ใช้สื่อมีการสร้างและแบ่งปันรวมทั้งการเขียนวิจารณ์ผ่านภาพและสัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อให้เห็นภูมิทัศน์ของการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณได้อย่างเป็นองค์รวม

บทที่ 6

แก่นประเด็นเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์

ดังที่คณะกรรมการจัดทำพจนานุกรมศัพท์นิเทศศาสตร์ร่วมสมัย (2566) ได้อธิบายความหมายของคำ “เนื้อหาที่ผู้มีส่วนร่วมสร้างสรรค์” ว่าเป็นเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ซึ่งผู้ใช้งานสามารถสร้างสรรค์หรือมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนให้ข้อมูล ความเห็น หรือเล่าเรื่องที่จะทำให้นำไปสู่แง่มุมใหม่ จนอาจทำให้แก่นของเรื่องเปลี่ยนไปจากเดิมก็ได้

ในมิติของการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในงานวิจัยนี้เป็นขอบเขตของเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์ขึ้น โดยอาจเป็นนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่ติดตามแพลตฟอร์ม Facebook หรือ Instagram ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ แล้วเขาเหล่านั้นได้สร้างเนื้อหาขึ้นในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวทางจิตวิญญาณที่ตนได้ไปท่องเที่ยว การแสดงทัศนะ “comment” เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวโดยเปิดเผยข้อความนั้น ๆ ผู้สาธารณะ รวมทั้งอาจมีการร่วมแบ่งปันรูปภาพ วิดีทัศน์ ภาพกราฟิกรวมถึงสัญลักษณ์ (Emoticon)

เนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์เป็นองค์ประกอบในกระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างมนต์เสน่ห์ของเนื้อหาการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ เนื่องจากผู้ที่ทำหน้าที่สร้างเนื้อหาของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจะได้เข้าใจถึงทัศนคติมุมมองอันเป็นข้อมูลย้อนกลับสู่ผู้สร้างสรรค์ นอกจากนี้การแบ่งปันประสบการณ์ของผู้ใช้สื่อยังเป็นการเปิดประเด็นที่แตกต่างจนอาจเป็นการแต่งแต้มเรื่องราวอย่างมีสีสันจนก่อให้เกิดแก่นจินตนาการ (Fantasy themes) ที่ผูกโยงร่วมกันอย่างเป็นกลุ่มก้อนของความหมาย (Package of meaning) ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการขยายเรื่องราวแบบไม่รู้จบ ทำให้เนื้อหาใหม่สดซึ่งสอดคล้องกับธรรมชาติของการสื่อสารเนื้อหาบนแพลตฟอร์มออนไลน์

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนสร้างสรรค์ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook และ Instagram โดยการสืบค้นผ่านแฮชแท็กชื่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณทั้ง 60 แห่ง โดยสืบค้นแฮชแท็กที่ตั้งขึ้นตามชื่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่มีการโพสต์ในระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม 2568 ถึง 31 ตุลาคม 2568 ผลการศึกษาพบว่าเนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนสร้างสรรค์จำแนกเป็นแก่นประเด็น (Theme) ได้ 7 ประเด็นดังต่อไปนี้

6.1 การอธิษฐานขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์

การอธิษฐานขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นการตั้งจิตอธิษฐานด้วยความศรัทธาและสมาธิเพื่อขอความช่วยเหลือทางด้านต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ มนต์เสน่ห์เกี่ยวกับการขอพรเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ แต่ละสถานที่มักมีตำนานประวัติที่มาเกี่ยวกับการขอพรทั้งที่เป็นการทั่วไปและการขอพรเฉพาะด้านที่สอดคล้องกับคุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวทางจิตวิญญาณนั้น ๆ เช่น ศาลสมเด็จพระนเรศวรมหาราช จังหวัดพิษณุโลก มักเชื่อกันว่ามีความเหมาะสมกับการขอพรให้ได้รับชัยชนะในการแข่งขันหรือความปลอดภัยในการปฏิบัติหน้าที่ของทหาร ตำรวจ ซึ่งเป็นการขอพรที่สอดคล้องกับกฎของความเชื่อมโยง (Law of Association) ของการสื่อสารในทางสัญลักษณ์วิทยา ทั้งนี้การอธิษฐานขอพรเป็นกิจกรรมที่ผู้ศรัทธาและนักท่องเที่ยวนิยมหวังผลทางด้านจิตใจ ความสมหวังในสิ่งที่ตนปรารถนาโดยพบตัวอย่างคำขอพรเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

6.1.1 การขอพรเรื่องสุขภาพ

ประเด็นเรื่องสุขภาพเป็นประเด็นหลักที่สำคัญประการหนึ่ง สืบเนื่องจากในยุคปัจจุบันเป็นยุคสังคมผู้สูงอายุ ปัญหาเกี่ยวกับโรคภัย สุขภาพที่เสื่อมสภาพตามกาล จึงเป็นประเด็นสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ดังตัวอย่าง

“...Good Health Brings More Wealth🙏” (Facebook #หลักเมืองเชียงราย 5 กรกฎาคม 2568)

“สวัสดียามเช้าของวันอังคารขอให้ท่านซูเปอร์ปรมาจารย์สุขภาพแข็งแรงจะได้ท่องเที่ยวทั่วไทยและต่างประเทศครับ” (Facebook #วัดเจติยหอย 8 กรกฎาคม 2568)

“น้อมกราบสาธุครับปู่ย่าสวัสดีมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงขอให้สุขสมหวังสวัสดิ์ตอนบ่ายครับ” (Facebook#คำชะโนด 12 กรกฎาคม 2568)

“สาธุเด้อองค์พ่อขออย่าให้ลูกมีโรคภัยลูกพอใจแล้วเรื่องปากท้องลูกหาเลี้ยงเองสาธุ” (Facebook#คำชะโนด 12 กรกฎาคม 2568)

“...กราบสาธุครับปู่ย่าพ่อปู่ศรีสุทโธแม่ย่าศรีปทุมมา สวัสดิ์ขอให้มีความสุขสุขภาพร่างกายแข็งแรงครับ...ขอตั้งศรัทธาในสากลโลกนี้จึงเป็นบันดาลให้ท่านจงมีแต่ความสุขความเจริญ...สาธุ สาธุ สาธุครับ” (Facebook#คำชะโนด 31 กรกฎาคม 2568)

“Happy Birthday ขอให้สุขภาพแข็งแรงนะลูกนะ มีแต่ความสุขความเจริญ” (Facebook #พระพรหมเอราวัณ 3 สิงหาคม 2568)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า การอธิษฐานขอพรเกี่ยวกับสุขภาพมีแนวโน้มว่าจะสัมพันธ์กับโอกาสที่ดีในเรื่องต่าง ๆ เช่น การเชื่อมโยงกับความสามารถในการทำมาหาได้ทางการเงินเช่น คำว่า “Good Health Brings More Wealth” หรือ “ขออย่าให้ลูกมีโรคภัยลูกพอใจแล้วเรื่องปากท้องลูกหาเลี้ยงเอง” หรือการเชื่อมโยงกับโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวต่อไปในอนาคตย่อมมีรากฐานมาจากสุขภาพที่ดี

6.1.2 การขอพรเรื่องทรัพย์

ประเด็นการขอพรเรื่องทรัพย์มีความหลากหลายของวิธีการที่ทำให้ได้มาซึ่งทรัพย์ นับตั้งแต่การได้ทรัพย์ด้วยวิธีการปฏิบัติอาชีพการงานโดยสัมมาชีพเพื่อให้ได้มาซึ่งปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต การงานที่เกี่ยวกับลงทุนที่ก่อให้เกิดผลในระดับความมั่งคั่งร่ำรวยจนถึงการให้ได้มาซึ่งทรัพย์ด้วยวิธีการที่พึงพาโชคชะตาจากการเสี่ยงโชคเช่น การขอให้ถูกรางวัลจากการซื้อหวยหรือลอตเตอรี่ ในหลายกรณีพบว่า การขอพรเรื่องทรัพย์มีความเชื่อมโยงกับการขอพรร่วมประการอื่น ๆ ด้วย เช่น ขอให้มีความสุขที่ดีที่สามารถนำร่างกายที่แข็งแรงไปใช้ประกอบการงานเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพย์ ดังตัวอย่าง

“...สาธุ ขอบารมีพ่อปู่ช่วยให้ลูกหมดทุกข์ด้วยเถิด ขอให้ลูกมีดวงการเงินเปิดโชคลาภเกิดต่อไปนี้ขอให้ชีวิตของลูกสว่างไสวรุ่งเรืองมีเงินมาใช้หนี้เขาให้หมดเร็ว ๆ ด้วยเทอญ สาธุสาธุสาธุค่ะ” (Facebook#คำชะโนด 9 กรกฎาคม 2568)

“...เขาบอกกันว่า ไม่มีที่ไหนแรงเท่าที่นี่แล้วละ โดยเฉพาะการเงิน งาน และธุรกิจ...”

(Instagram#พระพรหมเอราวัณ 13 กรกฎาคม 2568)

“...ให้ลูกหลานเคี้ยวยานาคราชวงนี้ขอให้ร่ำรวย 6 ล้านเคี้ยว” (Facebook#คำชะโนด 16

กรกฎาคม 2568)

“...ณ วัดจุฬามณี อ.อัมพวา จ.สมุทรสงครามขอให้ลูกอยู่เย็นเป็นสุข ประสบผลสำเร็จในทุกด้านมีเงินทองไหลมาเทมา มีโชคลาภด้วยเทอญ” (Instagram #วัดจุฬามณี 20 กรกฎาคม 2568)

“...สาธุปู่ย่าขอให้ลูกมีเงินเป็นเงินค่าสุขภาพกายใจแข็งแรงตลอดจากโรคภัยไข้เจ็บปลอดภัยสาธุทำมาหากินเจริญรุ่งเรืองคิดสิ่งใดให้สมหวังปรารถนา สาธุสาธุ” (Facebook#คำชะโนด 22 กรกฎาคม 2568)

“...ศักดิ์สิทธิ์วัดเขาอ้อ ไปครั้งแรกก็เจอเลย ขอให้ลูกหลานปังๆ ไม่ติดขัด ไม่ขัดสน ได้กลับไปอีกครั้งแน่นอน” (Instagram#วัดเขาอ้อ 28 กรกฎาคม 2568)

“...ไม่ติดขัดแล้ว ขอให้เช้าวันนี้ ของลูก การเงินเปิด โชคลาภเปิด เงินทองไหลมาเทมาด้วยเถิดสาธุๆๆ” (Facebook#คำชะโนด 1 สิงหาคม 2568)

“...ได้รับทรัพย์ เยอะจะแบ่ง ถวายบุญเยอะ ทรัพย์น้อยถวายน้อยนะค่ะสาธุค่ะ” (Facebook#คำชะโนด 1 สิงหาคม 2568)

“...โอม ศรี กณเฑาะยะ นะมะหะ 🙏🙏🙏 ขอให้ดวงการเงินเปิด ดวงชะตาชีวิตเปิด ลูกจะนำเงินไปสร้างบุญกุศล สร้างกรรมดีต่อไป ขอจงประทานพรให้ลูกมีเงิน เหลือกินเหลือเก็บ เหลือใช้ มีไม่ขาดมือ มีช่องทางทำมาหากิน เป็นลูกรักของสิ่งศักดิ์สิทธิ์เจริญรุ่งเรือง ไม่เจ็บไม่จน ด้วยเถิด สาธุ สาธุ สาธุ” (Instagram #วัดสมานรัตนาราม 3 สิงหาคม 2568)

“...สาธุปู่ย่าค้าขายร่ำรวยปลดหนี้ปลดสิน...” (Facebook#คำชะโนด 4 สิงหาคม 2568)

“...สาธุหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืดสาธุให้มีเงินมีวาสนาด้วยเทอญสาธุเจ้าค่ะ” (Facebook #เกาะนุ้ยนอก 4 สิงหาคม 2568)

“...ครั้งแรกมาตอนต้นปี กลับไปก็มีโชคมีลาภตั้งใจที่ปรารถนา และเมื่อไม่นานมานี้ #พ่อปู่ ศรีสุทโธ #แม่ย่าศรีปทุมมา ได้มาเข้าฝัน ลูกจึงกลับมากราบอีกรอบในปี นี้ ก็ขอให้ลูกกลับไป ค้าขาย ร่ำรวยเงินทอง มีโชคมีลาภ เฮงๆ ปังๆ เค้อจ้า สาธุ” (Instagram #คำชะโนด 19 สิงหาคม 2568)

“...กราบขอพรศาลหลักเมือง 🙏 พระสยามเทวาธิราชร่วมอนุโมทนาบุญขอให้เกิดความ มั่นคง ร่ำรวย โชคดี สมหวังทุกประการเปิดทางแห่งความสำเร็จ การเงินมั่งคั่ง การงานก้าวหน้า ครอบครัวร่มเย็น เจริญรุ่งเรืองยิ่งขึ้น ไปขอให้เกิดความสำเร็จงดงามที่ยิ่งใหญ่” (Instagram # ศาลหลักเมืองกรุงเทพ 28 สิงหาคม 2568)

“...ช่วงนี้ไครงานไม่คืบหน้า เงินไม่มา ความรักไม่ชัด ต้องลองไปมุขที่ “ศาลหลักเมือง กรุงเทพมหานคร” และชีวิตจะได้รู้แน่ใหม่ ... เราลองมาแล้ว บอกเลยฟีลแตกต่างจริง (Facebook # ศาลหลักเมืองกรุงเทพ 19 กันยายน 2568)

“...One day walk in the capital. 🧑🏻‍🦰🧑🏻‍🦱🧑🏻‍🦳 #พระแม่ลักษมี ตัวแทนแห่งความมั่งคั่ง โชคลาภ ความอุดมสมบูรณ์ และความสำเร็จในชีวิต” (Facebook #เทพอินทราขประสงค์ 20 กันยายน 2568)

“...บุญกฐินปีนี้ คณะผู้บริหาร เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลพระพุทธบาท และผู้มีจิตศรัทธา ได้ ร่วมกันทำบุญมอบเงินทำบุญจำนวน 100,000 บาท ให้กับวัดโกมลกิติ (สระลำไย) อำเภอพระพุทธ บาท จังหวัดสระบุรี ทางวัดได้มอบหลวงพ่อรวย วัดตะโก มาให้เป็นการอนุโมทนาบุญขอให้บุญ ส่ส่งผลให้รพ.รวยขยขยเจ้าหน้าที่รวยขยขย ข้างเจ้าสวและรวยมากกกกก ด้วยเทอญ (Facebook #วัดพระพุทธบาท 12 ตุลาคม 2568)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการขอพรเรื่องทรัพย์สินทั้งการให้ประสบความสำเร็จจาก การประกอบหน้าที่การเงินและการเสี่ยงโชค ในบางกรณีมีลักษณะการผูกโยงกับ “การบนบานศาล กล่าว” ซึ่งจะส่งผลให้มีการประกอบพิธีกรรมการแก้บนตามมาในรูปแบบต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับความ นิยมและความเชื่อที่มีต่อวิธีการแก้บนของสถานที่นั้น ๆ ทั้งในรูปแบบของการบริจาคเงินคืนให้กับ สถานที่ของสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือการแสดงออกในรูปแบบอื่นเช่น การจัดชุดนางรำถวายดังที่เป็นที่นิยม ในกรณีของการแก้บนที่ศาลพระพรหม โรงแรมเอราวัณ การจุดประทัด การจัดเครื่องเซ่นเป็นของ ถวาย เป็นต้น

6.1.3 การขอพรเรื่องความปลอดภัย

ประเด็นการขอพรเรื่องความปลอดภัยในขอบเขตช่วงระยะเวลาของการวิจัยนี้ มีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์การสู้รบบริเวณชายแดนระหว่างประเทศไทยกับกัมพูชา ทำให้การอธิษฐานขอพรเป็นไปโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทหารไทยที่ต้องต่อสู้กับทหารกัมพูชา ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการให้กำลังใจทหารและครอบครัว สถานที่หลักที่เป็นที่นิยมในการขอพรเรื่องความปลอดภัยคือ ศาลหลักเมืองทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จนถึงศาลพระพรหมดังตัวอย่าง

“...ส่งกำลังใจขอให้(ทหารชายแดน) ทุกคนปลอดภัยจ้า” (Facebook #ศาลหลักเมืองกรุงเทพ 24 กรกฎาคม 2568)

“ขอบารมีของพระพรหมปกป้องรักษาทหารไทยประชาชนให้ทุกคนปลอดภัยนะค่ะ” (Facebook #พระพรหมเอราวัณ 25 กรกฎาคม 2568)

“ขอบารมีองค์กรมหลวงฯ รักษาปกป้องทหารไทยทุกคนปลอดภัยค่ะ” (Facebook #ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ 26 กรกฎาคม 2568)

“ขอบารมีเสด็จเตี่ยคุ้มครองทหารแนวหน้าทุกท่านให้ปลอดภัย” (Facebook#ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ 26 กรกฎาคม 2568)

“ถึงเวลาของนาวิกจันทรบุรี ตราด วางใจได้ ขอบารมีเสด็จเตี่ยคุ้มครองลูกหลานทหารไทยและประชาชนไทยทุกคนค่ะ 🙏🙏🙏 สาธุคุ้มครองพรสาธุค่ะ” (Instagram #ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร 26 กรกฎาคม 2568)

ขอให้น้องแฟนบอล และทหารแนวหน้าทุกคนปลอดภัยค่ะ (Facebook #ศาลหลักเมืองสงขลา 12 สิงหาคม 2568)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า เป็นคำขอพรที่มีความรักชาติเป็นที่ตั้ง สถานที่ขอพรมีความเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ทางการเมือง การปกครอง และการทหาร ดังเช่นที่ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ศาลหลักเมืองซึ่งมีมาชาติที่เกี่ยวกับความมั่นคงของประเทศชาติ ในกรณีอื่น ๆ หากสถานการณ์บ้านเมืองเป็นปกติสุข การขอพรเกี่ยวกับความปลอดภัยมักเป็นประเด็นเกี่ยวกับ

ความแคล้วคลาดจากภัยอันตรายต่าง ๆ ของผู้ประกอบการอาชีพที่มีความเสี่ยงเช่น ตำรวจ พนักงานขับรถสาธารณะ เป็นต้น

6.1.4 การขอพรเพื่อปลงใจในการดำเนินชีวิต

ประเด็นการขอพรเพื่อปลงใจในการดำเนินชีวิตถือเป็นเป้าหมายสำคัญของการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ เป็นพรที่มุ่งสู่ความสุข ซึ่งเป็นหลักธรรมในการดำเนินชีวิต ในหลายกรณีพบว่าเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อสร้างสรรค์ไม่ได้ระบุความชัดเจนในการขอพรต่อสาธารณชน แต่เป็นการแบ่งปันเพื่อสื่อสารถึงความสงบภายในจิตใจหรือความสำเร็จบางประการที่ตนได้อิทธิฐานขอพรไว้ ดังตัวอย่าง

“วันที่เรากังวลใจมากจนต้องไปขอพร คุณย่านาค (แม่นาคพระโขนง) วัดมหาบุศย์ ภายในวันนั้นเราก็ได้คำตอบเลย ซึ่งคำตอบนั้นออกมาจากปากคุณอาแท้ ๆ ของเราเอง คุณอาเป็นหมอคู่มือแม่นามาก ๆ ทักบ้านเรามาตั้งแต่เด็ก แม่จนไม่อยากจะฟัง... (Instagram #วัดมหาบุศย์ 1 กรกฎาคม 2568)

“คิดถึงแม่จังเลย...วันเกิดปีนี้ขอได้ตามที่ลูกได้เอ่ยปากขอไปนะคะสาธุ แล้วจะมาหาใหม่” (Instagram #วัดมหาบุศย์ 12 กรกฎาคม 2568)

“มาขอพรไอ้ไข่ที่วัดเจดีย์ นครศรีธรรมราช เป็นหนึ่งในที่ที่อยากมานานแล้ว พอมีโอกาสก็เลยแวะมาไหว้ ขอพรแบบเรียบง่าย คนเยอะจริง แต่บรรยากาศโอเค ไม่วุ่นวายอย่างที่คิด มีจุดให้ไหว้ จุดรูป จุดประทัด มีร้านขายของไหว้ให้ครบหมดเราขอเรื่องทั่วไป ชีวิต การงาน แบบที่รู้สึกว่าการปลงใจบวกลบกันช่วงนี้ ไม่ได้คาดหวังว่าจะสมหวังทันที แค่อยากมาเพราะศรัทธา (Instagram #วัดเจดีย์ 28 กรกฎาคม 2568)

“วันนี้หน้างานใกล้ๆ สาธุ องค์หลวงพ่отันใจแห่งวัดพระธาตุคอกยคำ ตามที่ลูกเคยมาขอหลวงพ่อไว้ บัดนี้ลูกได้สมความปรารถนาของลูกแล้ว ลูกจึงได้นำมาลัยมะลิสดจำนวน 500 พวง มาถวายหลวงพ่อดำที่เคยตั้งจะวาจาไว้” (Instagram #วัดพระธาตุคอกยคำ 10 สิงหาคม 2568)

“ขอให้มีความสุขคิดหวังสิ่งใดสมหวัง การมากราบสักการะศาลหลักเมืองจะนำพาความเป็นสิริมงคลมาให้ทุกท่าน ศรัทธาและเชื่อมั่นในพลังของสิ่งศักดิ์สิทธิ์” (Facebook #ศาลหลักเมือง กรุงเทพฯ 29 กันยายน 2568)

“เริ่มต้นวันดี ๆ ด้วยการไหว้พระขอพรเพื่อเป็นสิริมงคลให้กับชีวิตที่ ศาลหลักเมือง กรุงเทพมหานคร ที่นี้ศักดิ์สิทธิ์มากๆ เลย ใครมาก็ต้องแวะกราบไหว้ เทพารักษ์ทั้ง 5 และขอพรให้ชีวิตมั่นคงเหมือนเสาหลัก...” (Facebook #ศาลหลักเมืองกรุงเทพ 2 ตุลาคม 2568)

“พระแม่กาลีผู้ทรงเมตตา พระองค์สถิตย์อยู่ในจุดที่มีคนมากราบไหว้ทุกวันที่เราารู้สึกมีดมน ในวันแบบนั้นพระแม่จะคอยหนุนกำลัง ให้เราหลุดพ้นขึ้นมาจากความเศร้าหมองมีดมนทั้งหลาย เป็นพลังงานอันยิ่งใหญ่ ใครที่เคยสัมผัสย่อมเข้าใจดี นอกจาก รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส ในโลกที่ท่านทั้งหลายปรารถนาขอพรจากพระแม่แล้ว ลองเข้าไปในส่วนของจิตวิญญาณความปรารถนาทางใจคุณนะครับ วันที่อ่อนแอ เหงื่ออึดอัด ระลึกถึงพระแม่แล้วขอกำลังใจจากพระองค์ คุณจะได้รับกำลังใจและพรทันทีแบบไม่ต้องรอเวลา โดยส่วนตัวรู้สึกแบบนี้ะครับอธิบายสั้นๆก็คือ พระแม่เป็นเพื่อนทางใจในวันที่คิดถึงว่าเป็นอย่างดี โอ้ม กาลี มา สักดิเทวี” (Instagram #วัดแขกสีลม 3 ตุลาคม 2568)

“...มาวัดพระธาตุคอกคำ เชียงใหม่ จุดหมายของสายมู ขึ้นมาบนคอกคำ เพียงไม่กี่ไกลจากเมือง พอถึงก็เจอ “หลวงพ่อบัณฑิต” องค์ศักดิ์สิทธิ์ที่หลายคนมา “ขอพรแล้วสำเร็จ” จุดชมวิวกว้างบนวัด มองเห็นเชียงใหม่ในมุมสูง ลมเย็น ๆ พัดผ่าน ทำให้รู้สึกสงบ เดินชมองค์พระ ธรรมชาติรอบ ๆ และลงมาด้วยใจอิ่ม ... ถ้ามีโอกาส อยากกลับมาอีก” (Facebook #วัดพระธาตุคอกคำ 16 ตุลาคม 2568)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า เนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนสร้างสรรค์และแบ่งปันส่วนหนึ่งจะปกปิดประเด็นการอธิษฐานขอพร แต่สิ่งที่ผู้รับสารทั่วไปตีความหมายได้คือ ความสมหวังในสิ่งที่ปรารถนา ในขณะที่ส่วนหนึ่งมีความมุ่งหวังในการสื่อสารเชื่อมโยงจิตของตนกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ตนศรัทธาและนำมาซึ่งพลังใจในการดำเนินชีวิตต่อไป

6.2 “สาธุ” ยินดีกับการประกอบกิจอันเป็นมงคล

ในบริบทของการประกอบพิธีกรรมในทางพุทธศาสนาจะมีมนต์พิธีร่วมด้วยเสมอ เมื่อการสวดอำนวยการเสร็จสิ้นลง ผู้ร่วมพิธีจะเปล่งคำว่า “สาธุ” คำว่า “สาธุ” มีความหมายว่า ดีแล้ว ชอบแล้ว การเปล่งวาจาแสดงความเห็นว่าชอบแล้วหรืออนุโมทนาด้วย ว่า “อนุโมทนา” หมายถึง “ยินดีตาม ยินดีด้วย พลอยยินดี” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) ทั้งนี้คำว่า “อนุโมทนาสาธุ” มักเป็นคำที่อาจใช้ควบคู่กันในการแบ่งปันเนื้อหาและข้อแสดงความคิดเห็นของผู้รับสารคนอื่น ๆ ที่มีต่อสารที่แบ่งปันเกี่ยวกับกิจกรรม ณ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ โดยมักการแสดงทัศนะเชิงบวก

ความรู้สึกที่เห็นด้วย รวมทั้งความรู้สึกที่อยากไปมีส่วนร่วมหรือยินดีต่อผู้ที่ได้ไปสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

การแสดงความคิดเห็น “สาธุ” หรือ “อนุโมทนาสาธุ” ในหลายกรณีพบว่าจะมีเนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนสร้างสรรค์ระบุว่า “สาธุ” พร้อมกับปรากฏสัญลักษณ์มือและมิลิต่อท้ายที่มีความหมายคู่เดียวกัน ความหมายของคำว่า “สาธุ” จึงเป็นแก่นมโนทัศน์ที่ผู้ใช้สื่อมีส่วนร่วมในการแบ่งปันจนเป็นแก่นประเด็นเนื้อหาทางสังคมที่ปรากฏในหมู่พุทธศาสนิกชนเนื่องด้วยคำดังกล่าวเป็นคำหลักที่ใช้ในการประกอบพิธีกรรมทางพุทธศาสนา เป็นคำที่ใช้ขานรับท้ายพิธีกรรมทั้งในส่วนของพระสงฆ์และฆราวาสผู้เข้าร่วมในพิธีกรรมต่าง ๆ ตัวอย่างเนื้อหาที่ปรากฏบนสื่อ Facebook และ Instagram ที่เป็นเนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนร่วมสร้างสรรค์มีดังต่อไปนี้

“สาธุๆๆๆ รุ่งสังขารนี้ ขอน้อมรำลึกหาท่านพ่อปู่ท่านแม่ย่าด้วยกายวาจาใจ เจ้าคะ กระยะวาจะจิตตังอะหังวันทา...พ่อปู่ศรีสุทโธแม่ย่าศรีปทุมมาวิสุทธิเทวาปู่เชมมิ ทุติยัมปิกายะวาจาจิตตังอะหังวันทา นาคาธิบตีพ่อปู่ศรีสุทโธแม่ย่าศรีปทุมมาวิสุทธิเทวาปู่เชมมิ กายะวาจาจิตตังอะหังวันทานาคาธิบตี เข้าพรรษานี้ลูกหลานขอน้อมระลึกหาพ่อปู่แม่ย่า ขอให้ลูกให้หลานสุขกายสุขใจ ทำการสิ่งใดขอให้สำเร็จด้วย นะโมพุทธายะสาธุๆๆเจ้าคะ” (Facebook#คำชะโนด 9 กรกฎาคม 2568)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า “สาธุๆๆๆ” ใช้ประกอบข้อความเพื่อแสดงความศรัทธาที่มีต่อพ่อปู่ศรีสุทโธและแม่ย่าศรีปทุมมาผู้เป็นประธานสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ณ คำชะโนด ช่วงท้ายมีการขอพรให้ครอบครัวมีความสุขกายสุขใจและขอพรให้ได้รับความสำเร็จในการทำงานต่าง ๆ ปิดประเด็นด้วยคำว่า “สาธุๆๆเจ้าคะ” ซึ่งสื่อความหมายด้วยความมุ่งหวังว่า สิ่งที่ได้ไปลงวาจาไว้นั้นเป็นสิ่งที่ดีแล้ว เป็นสิ่งที่น่ายินดี ซึ่งเป็นคำกล่าว “สาธุ” ที่ผู้ขอพรอธิษฐานให้พรนั้นสำเร็จ

“อนุโมทนาสาธุกับทุกๆท่าน นะคะ เนื่องจากเป็นโอกาสที่ตรงกับรอบเจ้าภาพบวงสรวงพอดีเลยคะ ทางเราได้รับอนุญาตจากท่านเจ้าภาพให้นำรายชื่อไปร่วมในงานใหญ่สำคัญครั้งนี้ หากเรามีโอกาสดี ๆ จังหวะที่เหมาะสม เราไม่ลืมที่จะเสริมสิ่งดี ๆ ให้ กับทุก ๆ ท่านอย่างแน่นอนคะ” (Facebook #ศาลหลักเมืองกรุงเทพ 3 สิงหาคม 2568)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่าคำว่า “อนุโมทนาสาธุ” มีการสื่อความหมายร่วมกับการประกอบพิธีบวงสรวงบูชาศาลหลักเมืองกรุงเทพ โดยผู้แสดงความคิดเห็นมีความยินดีกับการ

ประกอบพิธีกรรมของผู้ร่วมพิธี ในการนี้จะมีข้อความ “สาธุ” จากบุคคลอื่น ๆ ร่วมแบ่งปันในส่วน
ของพื้นที่ “comment” ด้วยเป็นจำนวนมาก

นอกจากนี้ คำว่า “สาธุ” ถือเป็นคำหลักที่พบในการ comment ท้ายโพสต์โดยผู้รับสารที่มีทั้ง
เพื่อนบนสื่อสังคมออนไลน์และสาธารณชนที่เข้ามาชื่นชมยินดีกับกิจกรรมที่เกิดขึ้น เช่น การ
อนุโมทนาในการประกอบกิจอันเป็นบุญกุศลหรือแม้แต่การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิต
วิญญาณ ดังตัวอย่าง

“อนุโมทนาสาธุบุญด้วยนะคะ(Facebook #วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร 11 ตุลาคม 2568)

“เที่ยวไกลเลยสาธุคับ” (Facebook #วัดเจติย 19 ตุลาคม 2568)

นอกจากข้อความ “สาธุ” หรือ “อนุโมทนาสาธุ” ที่แสดงถึงความยินดีด้วยแล้ว ยังพบว่าผู้ใช้
สื่อร่วมสร้างสรรค์เนื้อหาที่เป็นสัญลักษณ์ (Icon) และภาพกราฟิกต่าง ๆ ร่วมด้วยและใช้แทนการพิมพ์
ข้อความ “สาธุ” ทำให้ภาพสัญลักษณ์สามารถสื่อเนื้อหาในเชิงอารมณ์ (emotional content) ได้มาก
เพิ่มขึ้นจากการสื่อด้วยข้อความตามปกติดังตัวอย่างรูปที่ 6.1 และ 6.2



รูปที่ 6.1 สัญลักษณ์อัญชลีสาธุ (Facebook#คำชะโนด 17 กรกฎาคม 2568)



รูปที่ 6.2 กราบสาธุ (Facebook#คำชะโนด 9 กรกฎาคม 2568)

จากสัญรูปที่ 6.1 จะเห็นได้ว่าภาพสุภาพสตรีที่ผ่านการประกอบสร้างขึ้นโดย AI ออกแบบการแต่งกายด้วยชุดไทยสีขาวนวล ฉากหลังเป็นประติมากรรมรูปดอกบัวซึ่งนิยมใช้เป็นสัญลักษณ์ในฐานะเครื่องบูชาในพิธีกรรมทางพุทธศาสนา ทำให้สัญรูปมีความเชื่อมโยงกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนาสอดคล้องกับกิจกรรมการสักการะบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ณ วัดคำชะโนด ทั้งนี้โดยมีคำว่า “สาธุจรั” ประกอบการสื่อความหมายในทางภาษาอีกทางหนึ่งด้วย ซึ่งข้อความดังกล่าวทำหน้าที่ในการกำกับความหมาย (anchorage) ตามหลักแนวความคิดวาทศิลป์เชิงภาพ (Rhetoric of the image)

ส่วนภาพที่ 6.2 จะเห็นได้ว่าเป็นภาพลายเส้นสุภาพบุรุษในท่ากราบแบบเบญจางคประดิษฐ์ ซึ่งเป็นท่ากราบพระสงฆ์และ/หรือพระพุทธรูป ทำให้สัญรูปมีความเชื่อมโยงกับพิธีกรรม ณ สถานที่คำชะโนด โดยมีคำว่า “กราบ สาธุ สาธุ สาธุ ครับผม” ซึ่งเป็นวิธีการประกอบสร้างความหมายเช่นเดียวกับรูปที่ 6.1 แต่มีความแตกต่างในการสื่อความหมายเพื่อสื่อความเป็นเพศชายของผู้ใช้สื่อมีส่วนร่วมสร้างสรรค์

ในกลุ่มคำที่เป็นเนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนร่วมสร้างสรรค์ คำว่า “สาธุ” เป็นคำที่พบในการ comment ภาพสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณทุกแห่งที่เป็นสถานที่ทางศาสนา เทวาลัย รวมทั้งการประกอบพิธีกรรมตามความเชื่อทั้งทางศาสนาพุทธและพราหมณ์ฮินดู โดยจัดเป็นคำสื่อสารพื้นฐานที่ผู้ใช้มีส่วนร่วมสร้างสรรค์และพบได้เป็นจำนวนมาก มีความซ้ำกันอย่างมากทั้งคำที่ใช้รวมทั้งสัญรูปที่เกี่ยวข้องกับคำว่า “สาธุ” โดยแสดงภาษาท่าทางด้วยการกราบและ/หรือพนมมือ ทั้งภาพลายเส้นแบบการ์ตูนและภาพบุคคลที่สร้างสรรค์ขึ้นโดย AI ซึ่งอยู่ในช่วงกระแสนิยมของการใช้ภาพสัญรูปที่สร้างผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลาย

6.3 ความประทับใจต่อความสวยงามของงานสถาปัตยกรรมและประติมากรรม

งานสถาปัตยกรรมและงานประติมากรรมที่สร้างขึ้นเพื่อสนองต่อความศรัทธา ล้วนเป็นงานที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของหลักสุนทรียศาสตร์ โดยการออกแบบงานกลุ่มนี้จะถูกกำกับไว้ตามหลักคัมภีร์ที่มีบทบัญญัติไว้เป็นการเฉพาะ ในขณะที่บางส่วนมีการออกแบบสร้างสรรค์ที่ผิดแผกแตกต่างไปจากจารีตปฏิบัติดังที่บัญญัติไว้ในเอกสารคัมภีร์ที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตามในบริบทของการสื่อสารผ่านภาพถ่ายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวย่อมเกี่ยวข้องกับความงามของภาพถ่ายที่มีต่อสถานที่หรืองานประติมากรรมนั้น ๆ ในที่นี้ความสวยงามของงานสถาปัตยกรรมและประติมากรรมย่อมมีอยู่ในฐานะที่เป็นวัตถุแห่งความงาม แต่งานศิลปะภาพถ่ายจัดเป็นงานอีกแขนงหนึ่งที่มีการใช้องค์ประกอบเรื่อง คุณค่าของแสง มุมมอง การจัดองค์ประกอบภาพ รวมทั้งการสร้างเรื่องราวเข้าร่วมเป็นองค์ประกอบเพื่อการเล่าเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานสถาปัตยกรรมและประติมากรรมนั้น ๆ

ในส่วนของเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์ มักเป็นการแบ่งปันความรู้สึกที่มีต่อความสวยงามที่ตนได้พบเห็น ณ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณนั้น ๆ โดยนำเสนอเป็นคำบรรยายที่มีต่อภาพและเรื่องราวของสถานที่นั้น ๆ บางกรณีมีการแบ่งปันภาพความสวยงามที่ตนสร้างขึ้นร่วมนำเสนอไว้ที่ comment ของโพสต์นั้น ๆ โดยจำแนกลักษณะองค์ประกอบความงามในลักษณะต่าง ๆ ได้ดังนี้

6.3.1 งามด้วยลักษณะทางประติมานวิทยา

ลักษณะทางประติมานวิทยา เป็นองค์ประกอบความงามตามที่บัญญัติไว้ในคัมภีร์ทางศาสนาหรือในจารีตตามแบบวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ในทางศาสนา ดังตัวอย่างรูปที่ 6.3



รูปที่ 6.3 พระศิวะ (Facebook #สี่แยกราชประสงค์ร่วมเทพ 27 กรกฎาคม 2568)

รูปที่ 6.3 งามตามลักษณะทางประติมานวิทยา (Iconology) เป็นการแบ่งปันภาพถ่ายของผู้ที่เดินทางไปสักการะรูปประติมากรรมพระศิวะ ณ สี่แยกราชประสงค์ กรุงเทพฯ โดยรูปประติมากรรมมีความสวยงามตามแบบอย่างประติมานวิทยาโดยมีข้อความบรรยายประกอบดังนี้

“สาธุ นะคะขอให้มีความสุขค่ะ คิดสิ่งใดก็ขอให้สมความปรารถนา นะคะ ภาพสวยงามมากเลยคะ องค์กรฟอสตูดมากที่นี้ (Facebook #สี่แยกราชประสงค์ร่วมเทพ 27 กรกฎาคม 2568)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า ความประทับใจต่อความสวยงามของประติมากรรมมีเนื้อหาควบคู่กับคำว่า “สาธุ” เชื่อมโยงกับการขอพร “ขอให้มีความสุข...สมความปรารถนา” ก่อนจะกล่าวถึงความสวยงาม ซึ่งเป็นคุณลักษณะของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความสวยงามที่มักเชื่อมโยงกับบริบทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

6.3.2 งามเนื่องด้วยบริบทที่ตั้ง

ประเด็นความประทับใจที่มีต่อความสวยงามของสถาปัตยกรรมและประติมากรรมข้างต้น ยังมีความเกี่ยวข้องกับบริบทที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณด้วย ดังกรณีที่ตั้งของคำชะโนดซึ่งเป็นป่าศักดิ์สิทธิ์อายุกว่า 2,000 ปีที่ลอยอยู่กลางน้ำได้ ทำให้บริบทและลักษณะพิเศษ

ด้านที่ตั้งเป็นองค์ประกอบความสวยงามกับงานประติมากรรมตลอดจนพิธีกรรมที่เกิดขึ้นดังตัวอย่าง

“...เกาะสวรรค์แห่งอีสาน ความงดงามที่ต้องมาสัมผัส” (Instagram #คำชะโนด 26 กรกฎาคม 2568)

จากตัวอย่างข้างต้น เป็นการชูประเด็นด้วยคำว่า “เกาะสวรรค์” โดยมีการละความในเรื่องพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ที่มีลักษณะภูมิประเทศเป็นการเฉพาะตัว ซึ่งพื้นที่เช่นนี้นักนำมาเชื่อมโยงกับแนวคิดเรื่องพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ทั้งในทางพุทธศาสนาและศาสนาพราหมณ์อื่นๆ

6.3.3 งามด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ต่างไปจากแนวจารีตนิยม

ความสวยงามในทางสถาปัตยกรรมในทางพุทธศาสนา พบประเด็นที่น่าสนใจประการหนึ่ง คือ การออกแบบที่แตกต่างจากงานศิลปะแนวจารีตนิยมทำให้เกิดความน่าสนใจ และความสวยงามที่แปลกตาไปจากประสบการณ์เดิม ๆ ที่นักท่องเที่ยวเคยพบเห็นดังเช่นกรณีเจดีย์หอย จังหวัดปทุมธานี โดยมีการประดับเจดีย์ทั้งองค์ด้วยเปลือกหอยจนเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่แห่งนี้และพระอุโบสถวัดนิเวศธรรมประวัติ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นการออกแบบงานสถาปัตยกรรมโบสถ์ในทางคริสต์ศาสนาตามแบบตะวันตก ดังตัวอย่าง comment นี้

“...สวยและ แปลกมากเลยครับ” (Facebook #วัดเจดีย์หอย 8 กรกฎาคม 2568)

“วัดนิเวศธรรมประวัติ” วัดไทยพุทธสวย คล้ายโบสถ์คริสต์ สไตล์โกธิค หนึ่งเดียวของไทย ในอยุธยา” (Instagram #วัดนิเวศธรรมประวัติ 3 มิถุนายน 2568)

“...วัดสวยมากครับ ยังดูใหม่ด้วยขนาดอยู่มา 100 กว่าปี” (Facebook #วัดนิเวศธรรมประวัติ 10 กรกฎาคม 2568)

“...สวยงามละ ต้องหาโอกาสไปวัดนี้บ้างละ” (Facebook #วัดนิเวศธรรมประวัติ 31 กรกฎาคม 2568)

“...มีความสวยงามและคลาสสิคละมุนมากละ” (Facebook #วัดนิเวศธรรมประวัติ 1 สิงหาคม 2568)

จากตัวอย่างที่ชนะข้างต้น จะเห็นได้ว่าความแปลกที่แตกต่างทำให้เกิดประสบการณ์ความงาม อย่างไรก็ตามไม่ได้หมายความว่าทุกความแตกต่างจะเป็นความงามเสมอไปเพราะบริบทความเป็นมารวมทั้งองค์ประกอบอื่น ๆ ยังคงมีบทบาทสำคัญในการสื่อคุณค่าของความงาม

6.3.4 งามด้วยมุมมองที่แตกต่างจากประสบการณ์การเห็นปกติ

นอกจากความสวยงามที่เกิดจากการออกแบบงานสถาปัตยกรรมที่มีความแปลกตาต่างข้างต้น ยังพบว่าความสวยงามส่วนหนึ่งเกิดจากการนำเสนอภาพถ่ายที่มีมุมมองแตกต่างไปจากภาพในระดับสายตาปกติที่นักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นได้ กล่าวคือเป็นภาพจากมุมสูงหรือมุมโดรน ทำให้เห็นบรรยากาศภาพกว้างอันเป็นองค์รวมของสถานที่นั้น ๆ ดังเช่นภาพพระมหาธาตุพนมทนิคัล จังหวัดเชียงใหม่และสุสานเจ้าเมืองระนอง จังหวัดระนอง ด้วยมุมมองดังกล่าวทำให้เกิดประสบการณ์ใหม่ในการเห็นสถานที่ท่องเที่ยวและนำมาซึ่งความประทับใจต่อความงามของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ดังตัวอย่าง comment นี้

“พระมหาธาตุเจดีย์นภเมทนีดล สวยงามและทรงคุณค่าทางประวัติศาสตร์มากเลยคะ ฉันชอบเที่ยวชมสถานที่แบบนี้มาก” (Facebook #พระมหาธาตุเจดีย์นภเมทนีดล 12 สิงหาคม 2568)

“...เพิ่งเคยเห็นภาพมุมสูง ออกแบบสวยสง่าครับ” (Facebook #สุสานเจ้าเมืองระนอง 3 สิงหาคม 2568)

จากตัวอย่างข้างต้น ด้วยคุณลักษณะของภาพจากมุมสูงจะสื่อความหมายรวมถึงความยิ่งใหญ่ของอาณาบริเวณสถานที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวอย่างดังกล่าวล้วนเป็นสถานที่ตั้งอยู่บนภูมิประเทศที่เป็นภูเขา ภาพฉากหลังที่ยิ่งใหญ่ของภูเขาจึงเข้ามาเป็นองค์ประกอบร่วมของความงามของสถานที่ดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

6.3.5 งามด้วยคุณค่าแสง

ความงามที่เกิดจากคุณค่าแสงจำแนกได้ 2 ลักษณะคือ คุณค่าแสงยามค่ำคืนและคุณค่าแสงในช่วงรอยต่อระหว่างกลางวันและกลางคืนในจังหวะที่พระอาทิตย์ขึ้นและตก ดังกรณีการจัดแสงยามค่ำคืน ณ วัดพระมหาธาตุนครศรีธรรมราช และแสงพระอาทิตย์ส่องผ่านช่องประตูของปราสาทหินเขาพนมรุ้ง

ในแง่ของการจัดแสงไฟส่องสว่างถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งของจัดแสง เพื่อต้องการทบทวนโบราณสถานที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ทั้งนี้ก็ท่องเที่ยวส่วนหนึ่ง นิยมกิจกรรมการท่องเที่ยวชมทัศนียภาพในเวลาค่ำคืนซึ่งเป็นมนต์เสน่ห์อันลักษณะหนึ่ง การ ประดับไฟส่องสว่างในช่วงเวลากลางคืนทำให้เกิดการลดทอนรายละเอียดที่ชัดเจนจนเกินไปใน แบบที่ตาเห็นในช่วงเวลากลางวัน แต่เมื่อใช้ไฟส่องสว่างในเวลากลางคืนจะทำให้ได้บรรยากาศของ ความเป็นมนต์ลึกลับจากความไม่ชัดเจนของรายละเอียดพื้นผิวของอาคารสถาปัตยกรรม เป็นการ สื่อสารในเชิงอารมณ์ได้ดียิ่งขึ้น ดังตัวอย่าง

“...ส่งความสวยงามของคำคืนนี้กับเพื่อนๆ @ วันพระธาตุนครศรีธรรมราช #วัดพระธาตุ นครศรีธรรมราชให้ทุกคนหลับฝันดี” (Instagram #วัดพระธาตุนครศรีธรรมราช 26 กันยายน 2568)

เนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์ดังกล่าวมีการนำเสนอภาพเจดีย์วัดพระธาตุนครศรีธรรมราช ร่วมประกอบด้วย โดยองค์พระธาตุที่มียอดทองคำเมื่อต้องแสงไฟยามค่ำคืนทำให้เป็นภาพที่สื่อ แสดงความสวยงามของยอดเจดีย์แต่คงไว้ซึ่งความความเรียบง่ายบนพื้นท้องฟ้าที่เป็นความมืด วิธีการสื่อสารดังกล่าวถือเป็นสุนทรียภาพของรหัสเชิงคู่ระหว่างการจัดแสงส่องสว่างและคุณค่า ความมั่งคั่งของแสงสะท้อนสีทองของยอดพระเจดีย์ประกอบกับพระเจดีย์วัดพระธาตุ นครศรีธรรมราชเป็นสถานที่ที่มีประวัติศาสตร์มายาวนานทำให้สื่อสภาวะมนต์ลึกลับของแหล่ง ท่องเที่ยวได้ดี

ในส่วนของปราสาทหินเขาพนมรุ้ง ในจะมีช่วงจังหวะเวลาที่แสงพระอาทิตย์ส่องผ่านช่อง ประตูทุกช่อง ทำให้เกิดปรากฏการณ์ความมั่งคั่งของแสงในองค์ปราสาทที่สร้างขึ้นจากหิน ทรายสีชมพู ทำให้เกิดเป็นภาพที่สวยงามน่าประทับใจดังตัวอย่างที่เสนอต่อไปนี้

“...เพื่อนเคยไปครั้งหนึ่ง สวยมาก ไปตรงกับพระอาทิตย์ส่องตรงทุกบานพอดี (Facebook # ปราสาทหินเขาพนมรุ้ง 2 สิงหาคม 2568)

“...สวยงามมากจำเป็นบุญได้ไปเที่ยวจ้า” (Facebook #ปราสาทหินเขาพนมรุ้ง 3 สิงหาคม 2568)

“พระอาทิตย์ ตรง 15 ช่อง ประตู บรรยายภาพที่ ปราสาทหินพนมรุ้ง จ.บุรีรัมย์ เมื่อ ช่วงเย็น 9 ก.ย.68 ที่ผ่านมา คึกคักไปด้วยนักท่องเที่ยวกว่า 200–300 คน ที่ตั้งใจมารอชม ปรากฏการณ์พระอาทิตย์ตกตรง 15 ช่องประตูโบราณ คู่มากับการรอคอย” (Facebook #ปราสาทหินเขาพนมรุ้ง 10 กันยายน 2568)

จากลักษณะคุณค่าแสงดังกล่าว ถือเป็นมนต์เสน่ห์ที่สำคัญของงานภาพถ่าย เนื่องจากภาพถ่ายได้สื่อสารสุนทรียภาพผ่านสภาวะของแสงในช่วงเวลาที่เหมาะสม โดยเป็นช่วงจังหวะเวลาของปรากฏการณ์ที่ต้องติดตามและรอคอย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของแสงพระอาทิตย์ที่ส่องผ่านช่องประตูปราสาทหินเขาพนมรุ้งที่เกิดขึ้นเพียง 4 ครั้งต่อปี ทำให้จังหวะและโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะเห็นได้ด้วยตนเองจะต้องผ่านการวางแผนมาเป็นอย่างดี

6.3.6 งามด้วยความยิ่งใหญ่และมีความแตกต่างเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของงานสถาปัตยกรรม

ความสวยงามของงานสถาปัตยกรรมของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบางแห่งมีลักษณะเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นและแตกต่างจากงานสถาปัตยกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณอื่น ๆ ดังกรณีปราสาทสังขารม จังหวัดชลบุรี ด้วยเหตุที่เป็นปราสาทไม้ที่มีลายแกะสลักที่ละเอียดและสวยงาม อีกทั้งโครงสร้างและองค์ประกอบของปราสาทมีความยิ่งใหญ่โดดเด่นตระหง่านริมฝั่งทะเลมีความแตกต่างจากงานสถาปัตยกรรมใด ๆ บนโลกนี้ ด้วยความยิ่งใหญ่และแตกต่างอย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทำให้เกิดเป็นสุนทรียภาพความงามที่ทรงเสน่ห์ ดังตัวอย่าง

“...Beautiful pictures...thank you for sharing the beauty of an amazing piece...”
(Facebook #ปราสาทสังขารม 29 กรกฎาคม 2568)

“Where wood breathes spirit and sunset ignites soul. The Sanctuary of Truth isn’t just architecture—it’s a philosophy carved into teak. Every figure tells a story, every shadow whispers history. ศิลปะที่มีชีวิต ณ ปราสาทสังขารม—ทุกลายไม้คือความเชื่อ ทุกแสงเงาคือจิตวิญญาณ”
(Instagram #ปราสาทสังขารม 8 สิงหาคม 2568)

จากทัศนะข้างต้นจะเห็นได้ว่าเป็นการย้ำความถึงองค์ประกอบด้านความงามผ่านภาพถ่ายที่สื่อสารงานที่มีคุณค่าในระดับ “amazing piece” โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีองค์ประกอบคุณค่าของ

แสงในช่วงเวลาพระอาทิตย์ลับฟ้า ทำให้พลังการสื่อสารของสถานที่ท่องเที่ยวทั้งคุณค่าในเชิงปรัชญาและศิลปะ

6.4 การมีส่วนร่วมในการประกอบพิธีกรรม

การมีส่วนร่วมในการประกอบพิธีกรรมมีความแตกต่างหลากหลาย นับตั้งแต่พิธีกรรมในระดับปัจเจกบุคคลที่เป็นกิจวัตรตามความสะดวก พิธีกรรมที่จัดขึ้นตามโอกาสต่าง ๆ และพิธีกรรมที่มีการกำหนดเป็นแผนปฏิบัติประจำปี ในประเด็นการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณให้ความสำคัญกับพิธีกรรมในทุกระดับ เนื่องจากพิธีกรรมเป็นขั้นตอนของการลงมือปฏิบัติที่สร้างปฏิสัมพันธ์กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่บุคคลเชื่อถือ สถานที่บางแห่งจะจัดให้มีพิธีกรรมให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมทุกวันและจัดทั้งวันเช่น กำชะ โนค จังหวัดอุดรธานี จะมีผู้นำประกอบพิธีบูชาปู่ศรีสุทโธเป็นรอบ ๆ บางแห่งจะจัดให้มีพิธีกรรมใหญ่ประจำปีเช่น งานบุญบั้งไฟพญานาค วัดไทยพนาลัย จังหวัดหนองคาย งานเทศกาลนวราตรี วัดแขกสีลม เป็นต้น

การมีส่วนร่วมในการประกอบพิธีกรรมในกรณีของผู้แบ่งปันเรื่องราวทั้งภาพและคำบรรยายจะเล่าเรื่องเกี่ยวกับกิจกรรมที่ตนได้เข้าร่วม ในขณะที่ผู้รับสารเป็นการร่วมแสดงความคิดเห็นเช่นการพิมพ์ข้อความดังเช่นการเปล่งวาจา “สาธุ” ตัวอย่างข้อความที่สื่อแสดงถึงการมีปฏิสัมพันธ์กับกิจกรรมเชิงพิธีกรรม ดังตัวอย่าง

6.4.1 กิจกรรมการทำบุญและ/หรือสักการะตามโอกาส

โดยวิถีปฏิบัติของศาสนิกชนเมื่อได้เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจะมีแบบแผนปฏิบัติขั้นพื้นฐานคือ การทำบุญและ/หรือแสดงความสักการะต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามรูปแบบพิธีกรรมของศาสนานั้น ๆ ซึ่งอาจมีการขอพรประกอบตามอานิสงค์ของพิธีกรรมหรืออาจไม่ขอพรใด ๆ ก็ได้ ดังตัวอย่าง

“...ด้วยบุญญาบารมีลูกหลานแต่ปางก่อนจึงได้มาทำบุญที่นี่ค่ะ” (Facebook #ศาลหลักเมืองกรุงเทพ 3 สิงหาคม 2568)

“...วัดนี้พี่เองก็ได้มีโอกาสไปกราบไหว้รับพรรับบุญมา2ครั้งแล้วครับ” (Facebook#วัดป่าพุทธารามราชบุรี 31 กรกฎาคม 2568)

“วันนี้ วันเสาร์ ที่ 5 เป็นแรงแสทางโค้งใครสักการะบูชาจะปังๆๆทั้งปี...เลยแอบแว๊ปไป
สักการะเสาหลักเมืองเชียงราย อายุ 1830 ปี จำนวนเสาทั้งหมด 108 ต้น ไม่ได้ไปหวนนะแต่เป็น
ข้อมูลที่น่ามาประกอบการตัดสินใจครับ” (Instagram #หลักเมืองเชียงราย 5 กรกฎาคม 2568)

“วัดที่๘ วัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหาร ถวายเทียน๙วัด ประจำปี ๒๕๖๘” (Instagram #
วัดนิเวศธรรมประวัติ 7 กรกฎาคม 2568)

“เจอกันทุกวันพระไม่เกินจริง 🙏😊🌸 กราบอนุโมทนาสาธุกับพี่ๆ ด้วยครับ”
(Instagram #วัดนิเวศธรรมประวัติ 18 มิถุนายน 2568)

“พาน้อง ๆ มาไหว้ย่านาค ... ครั้งแรกที่ได้เข้ามาเช่นกันคะ คนเยอะกิจกรรมหลากหลายดี
งามเลยนะคะ ปล.เลขลั้วไหของเปรี้ยว จัดว่าเด็ดมากคะ” (Instagram #วัดมหาบุศย์ 20 กรกฎาคม
2568)

“ชวนมาสะสมแต้มบุญได้เลยทุกศาสนา!ศาลเจ้าเงินก็ไป 🏯 วัดแขกก็ถึง 🏯 วัดไทยไม
ขาด 🏯 ศรีทธาไม่มีพรมแดน ใจพร้อมบุญพร้อม ทำบุญครั้งหน้าไปด้วยกันมัยครับ” (Instagram
#ศาลเจ้าหน้าชาจาไท้จื้อ 20 กรกฎาคม 2568)

“มีโอกาสร่วมบุญกับ... และทีมคนพิเศษขอบคุณโอกาสที่ร่วมบุญ ในช่วงวันพิเศษวัน
แม่ นี้ ขอ กุศล ผล บุญ บา ร มี จ ง ป ระ ตี ท ธิ์ ส ำ ร ะ จ ใ ก้ ทุ ก ผู้ ทุ ก คน เ ท อ ญ
อนุโมทนาสาธุ” (Instagram #วัดพระธาตุคอกสุเทพ 13 สิงหาคม 2568)

“...แวะมาไหว้พระ ขอพร เต็มพลังใจ พร้อมซึมซับความสงบงามจากศรัทธา ✨ “รอย
พระพุทธรูปหนึ่งเดียวในสยาม เมืองแห่งบุญและบารมี” (Instagram #วัดพระพุทธรูป 25
กรกฎาคม 2568)

“...พຽ່ງນີ້ໂກໂມງເຂົ້າມີນັດໄສບາດຣ ໂກຣສະດວກ ມາຮ່ວມທຳບຸນດັກບາດຣດ້ວຍກັນນະ ທີ່ #ວັດ
ພຣະຣາດຸພນມ (Instagram #วัดพระธาตุพนม 16 สิงหาคม 2568)

จากตัวอย่างที่เสนอข้างต้น จะเห็นได้ว่าการประกอบกิจกรรมทำบุญและ/หรือการสักการะเป็นวิถีปฏิบัติตามปกติของศาสนิกชน กิจกรรมของบุคคลกลุ่มนี้อาจไม่ใช่วิถีการท่องเที่ยวตามนิยามของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ หากแต่เป็นวิถีชีวิตที่มีการปฏิบัติเป็นปกติ อย่างไรก็ตามกิจกรรมดังกล่าวถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเนื่องจากนักท่องเที่ยวจะได้เห็นวิถีปฏิบัติที่งดงามอันเป็นองค์ประกอบที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณสื่อถึงมิติที่งดงามทางวัฒนธรรมและเป็นมนต์เสน่ห์ที่สำคัญของสถานที่ท่องเที่ยววนั้น ๆ

6.4.2 พิธีการบนบานศาลกล่าว

การบนบานศาลกล่าวเป็นกิจกรรมที่สื่อถึงความศรัทธาที่มีต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ โดยมีความเชื่อพื้นฐานว่าเป็นสิ่งที่มีพลังพิเศษที่ผลักดันหรือดลบันดาลให้ผู้ที่ตั้งจิตอธิษฐานได้รับในสิ่งที่ขอได้ โดยอาจมีระยะเวลาที่กำหนดตามที่หวังผลไว้ หากผู้อธิษฐานได้บนบานสิ่งใดแล้วได้ผลตามที่ปรารถนาจะมีกิจกรรมที่ตามมาในเรื่องการแก้บน หากว่าในการขอนั้นมีการระบุถึงวิธีการแก้บน ดังตัวอย่าง

“เมื่อสมปรารถนาในสิ่งใดบนบานเอาไว้ กะมาแก้บนกันให้เรียบร้อย อิติ อิติ กุมาร ไข่เจียว จมมหาโร ลาภะลาภา ะวันตุเม” (Instagram #วัดเจดีย์ 19 กรกฎาคม 2568)

“ถวายพวงมะลิ 500,000 พวงแด่หลวงพ่อบ้านใจ วัดพระธาตุคอกคำ” (Instagram #วัดคอกคำ 28 มิถุนายน 2568)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่าการแก้บนจะมีวิถีปฏิบัติตามธรรมเนียมปฏิบัติของแต่ละสถานที่ ในกรณีของกุมารไข่เจียว มักเป็นการแก้บนด้วยชุดเสื้อผ้าเด็กชายแบบทหาร ไข่ต้ม ประติมากรรมรูปไก่ ของเด็กเล่น การจุดประทัด ในขณะที่วัดคอกคำเป็นสถานที่ที่มีเอกลักษณ์ในการแก้บนด้วยพวงมะลิ กรณีดังกล่าวได้ถวายถึง 5 แสนพวง ซึ่งถือว่าการแก้บนที่ทางวัดต้องมีวิธีการบริหารจัดการที่มากขึ้น ทั้งในเชิงพื้นที่และการจัดการสิ่งแวดล้อมที่จะตามมาจากวิธีการแก้บนดังกล่าว

6.4.3 การประกอบพิธีกรรมตามฤกษ์เวลาที่กำหนดไว้ล่วงหน้า

ความเชื่อเรื่องฤกษ์ยามเป็นวิถีปฏิบัติที่เป็นที่นิยมในการกำหนดเวลา “ที่ดี” ในการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ดังนั้นการประกอบพิธีกรรมตามฤกษ์เวลาที่กำหนดจึงเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เข้าร่วม

ประกอบพิธีกรรมเกิดความสบายใจ ทั้งยังเป็นการกำหนดเวลาล่วงหน้าที่จะทำให้ผู้ร่วมพิธีมีความพร้อมเพรียงกัน กิจกรรมในลักษณะดังกล่าวนี้มักกระทำในพื้นที่ที่ต้องมีการจัดเตรียมวางแผนล่วงหน้า ทั้งในการบริหารเวลา การจัดเตรียมเครื่องพิธี ซึ่งมักเป็นพิธีกรรมใหญ่ที่มีผู้เข้าร่วมเป็นจำนวนมาก และถือได้ว่าเป็นกิจกรรมหนึ่งที่เพิ่มความสำคัญและความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาแห่งพิธีกรรมนั้น ๆ ดังตัวอย่าง

“...วันที่ 24 กันยายนเวลา 7 โมงเช้าได้ทำพิธีบวงสรวงศาลหลักเมืองกรุงเทพมหานครมีประธานฝ่ายสงฆ์หลวงพ่อบารมีวัดผาซ่อนแก้ว ประธานฝ่ายฆราวาส... รับเป็นประธานในพิธีครับ ขอให้ได้นิบุญบารมีด้วยกัน” (Facebook #ศาลหลักเมืองกรุงเทพ 24 กันยายน 2568)

“คณะศิษยานุศิษย์พระอาจารย์ตะร่วมเป็นเจ้าภาพ บายศรี ของควาหวาน ผลไม้ของสักการะไปบวงสรวงถวายต่อศาลหลักเมืองกรุงเทพ เพื่อความเป็นสิริมงคลตลอดทั้งปี โดยมีพราหมณ์ธรรมา โทณะศรี เป็นพราหมณ์ผู้บอกกล่าวพรหมเทวดา ณ ศาลหลักเมืองกรุงเทพมหานครสามารถร่วมบุญได้ตามกำลังศรัทธาและไปร่วมบวงสรวงกันได้ครับ” (Facebook #ศาลหลักเมืองกรุงเทพ 2 ตุลาคม 2568)

“ประกาศบูชาฤกษ์ สักเวทเทวดา ในการบวงสรวงพระหลักเมืองกรุงเทพฯ และมหาลักขัผู้รักษาแผ่นดิน ณ #ศาลหลักเมืองกรุงเทพมหานคร โดยมี คณะผู้ศรัทธา นำโดย คุณ...ถวายเครื่องบวงสรวงสักการะเบื้องหน้า แด่องค์พระหลักเมือง พระเสื้อเมือง พระทรงเมือง พระกาฬไชยศรี เจ้าเจตคุปต์ และเจ้าหอกลอง ขอให้ทุกๆท่านสำเร็จดังประสงค์ทุกประการพิธี โดย...” (Instagram #ศาลหลักเมืองกรุงเทพ 14 กรกฎาคม 2568)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่าการประกอบพิธีกรรมบูชา ณ ศาลหลักเมืองกรุงเทพ เป็นพิธีกรรมที่มุ่งเน้นความมั่นคงในแง่ต่าง ๆ ของผู้ร่วมพิธีกรรม เนื่องจากศาลหลักเมืองมีคติความเชื่อที่เชื่อมโยงกับเรื่องความมั่นคงขององค์กรและชีวิตของผู้คน แต่เนื่องจากศาลหลักเมืองกรุงเทพเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ การประกอบพิธีกรรมที่มีคณะผู้ร่วมกิจกรรมจำนวนมากจำเป็นต้องมีระบบการบริหารจัดการที่ดีซึ่งสอดคล้องกับการกำหนดคุณธรรมที่เอื้อต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

6.4.4 พิธีกรรมตามปฏิทินที่กำหนดล่วงหน้า

พิธีกรรมที่มีการกำหนดปฏิทินการจัดกิจกรรมไว้ล่วงหน้า มักเป็นพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับวันสำคัญทางศาสนาหรือวันที่มีปรากฏการณ์สำคัญที่ล่วงรู้ล่วงหน้าเช่น งานนพวราตรีตามปฏิทินของวัดแขกสีลมซึ่งกำหนดในช่วงต้นเดือนตุลาคมของทุกปี งานบุญบั้งไฟพญานาคในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 11 ณ วัดไทยโพธิ์พิสัย จังหวัดหนองคาย งานเทศกาลกินผักของศาลเจ้าในจังหวัดต่าง ๆ กิจกรรมที่มีการกำหนดปฏิทินล่วงหน้าเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในจังหวัดต่าง ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการเดินทางได้อย่างเหมาะสม นักท่องเที่ยว ศาสนิกชน หรือผู้ศรัทธาได้มีการแบ่งปันเนื้อหาเกี่ยวกับพิธีกรรมในลักษณะดังกล่าวดังตัวอย่าง

“นพวราตรี 2568 เทศกาลแห่งศรัทธาที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประเทศไทย งานเฉลิมฉลองเพื่อบูชาพลังอำนาจแห่งพระแม่ผู้เป็นใหญ่ ทั้งพระแม่อุมาเทวี พระแม่ลักษมี และพระแม่สรัสวดี เป็นโอกาสอันดีที่จะได้เข้าร่วมพิธีสำคัญเพื่อขอพรและรับพลังบวกให้ชีวิตมีแต่ความสำเร็จและความสุขตลอดปีใครที่ตั้งใจจะไปเสริมสิริมงคลหรือตามรอยศรัทธา งานนี้คือที่สุดที่ไม่ควรพลาด” (Facebook #วัดแขกสีลม 1 ตุลาคม 2568)

“คณะศุภฤดี ราชประสงค์ เมื่อวันเสาร์ที่ 6 กันยายน 2568 ทางเทวาลัยสยามคณะศุภฤดีร่วมกับ บิ๊กซีราชดำริ จัดงานคณะศุภฤดีขึ้นอย่างยิ่งใหญ่ภายในงานได้มีการประกอบพิธีบูชาองค์พระพิฆเนศอย่างเข้มข้น...ยังมีแขกรับเชิญพิเศษที่มาร่วมสร้างความอึดอัดใจอีกหลายท่าน ไม่ว่าจะเป็นพี่โก้ Mr.Saxman ที่มาบรรเลงแซกโซโฟนอันไพเราะถวายแด่พระองค์ นุจรี ศรีราชา ที่ขับร้องบทเพลง "เทพผู้มีงาช้างเดียว" ถวายพระพิฆเนศอย่างไพเราะกังวาน และทีมนักแสดงจากซีรีส์ดอยแก้ว ... พิธีกรรมบูชาพระพิฆเนศครั้งนี้ผ่านไปอย่างสมบูรณ์ มีการสวดพระเวทบูชา สรรเสริญและขอพรต่อพระองค์อย่างครบถ้วน นำมาซึ่งความสุขความซาบซึ้งให้แก่ผู้ร่วมพิธีหลังจากพิธีบูชาอันศักดิ์สิทธิ์เสร็จสิ้นลง ก็เข้าสู่ช่วงเวลาแห่งความสนุกสนานกับการแห่องค์พระพิฆเนศ พระคิระ และพระแม่อุมาเทวี เพื่อส่งเสด็จพระองค์กลับสู่วิมาน เหล่าผู้ศรัทธาทุกคนต่างร่วมขบวนแห่และโห่ร้องส่งเสด็จกันอย่างสนุกสนานและอึดอัดใจอย่างยิ่ง...” (Facebook #เทพอินดุราชประสงค์ 6 กันยายน 2568)

“...Brown Sugar Cafe ออกโรงทาน แจกเส้นหมี่ไก่ฉีกเจ 100 กล้อง ณ.ศาลเจ้านาจา อ่างศิลา ขอนุนุ โทนบุญกับคุณลูกค้าทุกๆท่านด้วยค่ะ” (Facebook #ศาลเจ้านาจาอ่างศิลา 29 ตุลาคม 2568)

“ช่วงเทศกาลกินเจ ปี2568 ร่วมเล่นเกี้ยวประตักเจ้าขององค์นางาชาให้จ้อ อ่างศิลาจังหวัด ชลบุรีคืนวันพุธนี้ที่27/10/68เจอกันที่งานลุยไฟ ที่ศาลนางาอ่างศิลาชลบุรี นะครับ” (Facebook #ศาลเจ้านางาอ่างศิลา 26 ตุลาคม 2568)

นอกจากพิธีกรรมที่มีการกำหนดล่วงหน้าตามปฏิทินทางศาสนาแล้ว ยังพบว่ามีเนื้อหาเกี่ยวกับพิธีกรรมที่มีการกำหนดขึ้นล่วงหน้าที่ไม่นานมากนัก โดยมีความสัมพันธ์กับสถานการณ์สำคัญดังกรณีการประกอบพิธีกรรมเพื่อเป็นกำลังใจให้ทหารไทยที่ต้องสู้รบที่ชายแดนกัมพูชา ดังตัวอย่าง

“เช้านี้หญิงได้มีโอกาสร่วมพิธีอันศักดิ์สิทธิ์ ที่ทำให้ขนลุกน้ำตาปรึ้มตลอด เป็นการส่งพลังจิตพลังใจ ให้กับเหล่าทหารกล้าทุกคน และประเทศไทย...ณ ศาลหลักเมืองกรุงเทพฯ ในช่วงเวลาแห่งการสักการะอันเปี่ยมด้วยความมุ่งมั่นเข้มข้นสุดพลัง ปราภฏการณ์ "พระอาทิตย์ทรงกลด" ได้เผยโฉมเบื้องบน เป็นดุจสัญญาณแห่งบุญฤทธิ์และพลังงานศักดิ์สิทธิ์ที่รวมเป็นหนึ่งเดียวท่ามกลางพิธีอันศักดิ์สิทธิ์ เสียงอธิษฐานจิตเพื่อบูชาปกป้องประเทศชาติแลผืนแผ่นดิน ดังกึกก้อง มุ่งหมายให้ชาติบ้านเมืองร่มเย็นเป็นสุข ปลอดภัยจากภัยอันตรายทั้งปวง พลังบุญที่ส่งไปถึงเหล่า ทหารและประชาชนตามแนวชายแดน สะท้อนถึงความห่วงใยและกำลังใจอันบริสุทธิ์ ขอให้ทุกท่านปลอดภัย มีขวัญกำลังใจเข้มแข็งในการปกป้องผืนแผ่นดินเกิด และส่งพลังบุญแผ่กระจายถึงพี่น้องไทยที่กำลังเผชิญภัยพิบัติและพิษเศรษฐกิจ ขอให้ปลอดภัย มีความเจริญรุ่งเรืองมั่นคง ...”

(Instagram #ศาลหลักเมืองกรุงเทพ 26 กรกฎาคม 2568)

จากตัวอย่างการเข้าร่วมกิจกรรมพิธีกรรมที่กำหนดล่วงหน้าดังกล่าวข้างต้น พบได้ว่าล้วนเป็นกิจกรรมที่มีประชาชนทั้งในพื้นที่และนักท่องเที่ยวเข้าร่วมเป็นจำนวนมาก และเป็นกิจกรรมที่มักจัดขึ้นต่อเนื่องทุกปี (ยกเว้นกรณีกิจกรรมที่ศาลหลักเมือง) จึงถือได้ว่าเป็นวิธีการที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณได้เป็นอย่างดี

6.5 สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชุมชนรวมทั้งธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับวิถีการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณนั้น ๆ ผลการวิจัยพบว่าเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์มีการสื่อประเด็นที่เกี่ยวกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ได้แก่ วัฒนธรรมอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ร้านจัดเตรียมเครื่องบูชาสำหรับพิธีการแก้บน การเช่าบูชาวัตถุมงคลตามความเชื่อ ดังตัวอย่าง

“...มีใหม่ร้านอร่อยบรรยากาศดีช่วยรีวิวน้อยนะครับ” (Facebook #วัดเจดีย์หอย 27 กรกฎาคม 2568)

“...แท้นหลวงพ่อบลูกละ...ตัวดำของมีดมีพระคาถา พระพุทธเจ้า 5 พระองค์ ซึ่งเป็นพระคาถาที่มิพุทธคุณ เหนือยันต์ทั้งปวง” (Facebook #วัดบ้านถ้ำ กาญจนบุรี 6 สิงหาคม 2568)

“กราบขอพรหลวงพ่อบ้านใจ วัดพระธาตุคอกคำ เสงพานอาร์ทและเชรามิคสวยๆ ฝีมือคนไทย ต่อแถวทานข้าวซอยเจ้าดัง ฟินๆค่ะ” (Instagram #วัดพระธาตุคอกคำ 3 กรกฎาคม 2568)

“เหรียญท้าวเวสสุวรรณ วัดจุฬามณี ลอยองค์ พิมพ์เล็ก เลี่ยมกันน้ำ เนื้อทองแดงผิวไฟ องค์เล็ก เหมาะกับเด็ก และ ตุ๊กตาสตรี พร้อมใบคาถาบูชา ท้าวเวสสุวรรณของวัดจุฬามณี” (Instagram #ท้าวเวสสุวรรณวัดจุฬามณี 20 กรกฎาคม 2568)

“วัดสมานรัตนาราม ละเชิงเทรา ให้ออพรพระพิณเฑาะค์นอนเสวยสุข ที่จ.ละเชิงเทรา : เดินให้ออพรเสร็จเดินไปซื้อของกินตลาดในวัด ของเยอะมาก แถมราคาถูกเริ่มต้น 10 บาท” (Instagram #วัดสมานรัตนาราม 7 สิงหาคม 2568)

“เป็นแม่สาวลงเรือ ไม่ได้พาย เพราะมีคนพายให้ 555 แต่ตอนนั่งต้องหลังตรงแหม่วพุงตลอด เพราะต้องทรงตัวในเรือมาก มันเล็กและโคลง ชอบเมคอัพวันนี้ รวมถึงทรงผมด้วย แต่งหน้าทำผมไปเองจากบ้าน ไปใส่ชุดเซาที่นั่น ต่างหูก็ใส่ไปแบบเหมือนรู้งาน เข้ากับสีชุดมาก555 แต่งสีชุดมาก ทำไมตอนถ่ายเรือสไปถึงสีฟ้าขนาดนี้ แต่ก็ดีเหมือนได้ใส่ 2ชุด” (Instagram #ปราสาทสังขาร 12 สิงหาคม 2568)

“ขอขอบคุณ น้องเต้และคณะ อุดหนุนประทัดกับทางร้าน 40000 นัด ใ้ขนาด 80 cm. จำนวน 2 คู่ทั้งเก็บและขอพร สมหวังทุกประการครับ เฮงๆ รวยๆกิจการเจริญรุ่งเรือง ขอบารมีไว้ไปปกป้องคุ้มครองครับ (Instagram #วัดเจดีย์ 4 สิงหาคม 2568)

“วันนี้ คณะ กนกพร ทิพย์โส เข้าเวลา 08:00น. ถึง 21:00น. และ เข้าเวรเดือน ตุลาคม... ที่ศาลพระพรหมเอราวัณ สีแบกราชประสงค์” (Facebook #พระพรหมเอราวัณ 1 ตุลาคม 2568)

จากตัวอย่างเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์ข้างต้น จะเห็นได้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวจะมีพื้นที่สำหรับธุรกิจชุมชนเพื่อความสะดวกของ

กิจกรรมการท่องเที่ยว และอาจมีกิจกรรมแบบเนื่องที่เสริมการถ่ายภาพ ณ สถานที่นั้น ๆ เช่น ธุรกิจให้เช่าชุดไทยดั่งกรณีปราสาทสังขารม จังหวัดชลบุรี ซึ่งกิจกรรมในลักษณะนี้จะช่วยกระตุ้นให้เกิดการถ่ายภาพบุคคลและมีการแบ่งปันภาพและเรื่องราวสู่สังคมออนไลน์ ทำให้เกิดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวไปด้วยในขณะเดียวกัน

6.6 การแบ่งปันเรื่องราวภาพถ่ายและความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว

กิจกรรมการแบ่งปันเรื่องราวภาพถ่ายและความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเกิดจากการที่เพจของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้จัดกิจกรรมให้ผู้ซื้อได้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์เนื้อหาดีเช่นกรณีเพจวัดพระธาตุพนมได้จัดกิจกรรมรำลึกการครบรอบ 50 ปีที่พระธาตุพนมได้พังลงดังตัวอย่าง

“11 สิงหาคม ครบ 50 ปี พระธาตุพนมล้ม กิจกรรมปั่นจักรยาน น้อมรำลึก” (Instagram #พระธาตุพนม 11 สิงหาคม 2568)

“เพจวัดพระธาตุพนมรวมหาวีหาร ขอเชิญรำลึกส่งภาพเก่าเล่าเรื่องสั้น ครบ ๕๐ ปี วันรำลึกพระธาตุพนมล้มผ่านการคอมเมนต์ ในโพสต์ facebook” ดังตัวอย่างรูปที่ 6.4



รูปที่ 6.4 ภาพในอดีตพระธาตุพนมล้ม

ที่มา(Facebook #วัดพระธาตุพนมรวมหาวีหาร 6 สิงหาคม 2568)

จากตัวอย่างดังกล่าวได้พบว่ามีภาพถ่ายและเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์ร่วมนำเสนอลงในสื่อ Facebook ในช่วงเวลาที่มีการจัดกิจกรรมดังกล่าวจนถึงวันที่ 11 สิงหาคม 2568 กิจกรรมการแบ่งปันดังกล่าวถือเป็นการขยายขอบเขตของประเด็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณได้เป็นอย่างดีและยังเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์การมีส่วนร่วมทางการสื่อสารบนเพจสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณได้อีกทางหนึ่งด้วย

เนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์ที่เป็นการแบ่งปันเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมักเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของสถานที่นั้น ๆ วิธีปฏิบัติในการสักการะรวมทั้งกิจกรรมร่วมอื่น ๆ ที่น่าสนใจ ดังตัวอย่าง

“ศาลกรมหลวงชุมพรฯ เป็นอนุสรณ์สถานของ พลเรือเอก พระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ซึ่งเป็นที่เคารพสักการะของประชาชนทั่วไป ศาลตั้งอยู่บนเนินเขา และมีเรือรบหลวงพระร่วงจำลองหันหน้าออกสู่ทะเล ซึ่งเป็นจุดที่สามารถมองเห็นทิวทัศน์ของหาดทรายรีได้อย่างชัดเจน และสวยงามมากค่ะ” (Facebook #ศาลกรมหลวงชุมพรหาดทรายรี 14 สิงหาคม 2568)

“ศาลสมเด็จพระนเรศวรตั้งอยู่ในบริเวณโรงเรียนพิษณุโลกพิทยาคม ซึ่งเป็นพระราชวังจันทน์มาก่อนในอดีต ตัวศาลเป็นศาลาทรงไทยโบราณตรีมุข พระรูปสมเด็จพระนเรศวรมหาราชมีขนาดเท่าองค์จริง ประทับนั่ง พระหัตถ์ทรงพระสุวรรณภิงคารหลังน้ำในพระอิริยาบถประกาศอิสรภาพที่เมืองแครง สร้างโดยกรมศิลปากร เสร็จเมื่อปี พ.ศ. 2404 มีการจัดงานสักการะพระบรมรูปในวันที่ 25 มกราคมของทุกปีตั้งอยู่ในโรงเรียนพิษณุโลกพิทยาคม ติดกับเสาหลักเมือง ถัดเข้าไปตามถนนเลียบริมแม่น้ำ นับเป็นหลักฐานทางโบราณคดีอีกชิ้นที่สำคัญของจังหวัด ซึ่งจากการที่กรมศิลปากรได้เข้ามาขุดค้นบริเวณที่ตั้งของศาลฯ ได้พบว่าเดิมเคยเป็นแนวเขตพระราชฐานพระราชวังจันทน์ อันเป็นสถานที่ประสูติของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช และปัจจุบันกรมศิลปากรได้จัดสร้างศาลาทรงไทยโบราณตรีมุข โดยมีพระรูปสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ขนาดเท่าองค์จริง ประทับนั่ง พระหัตถ์ทรงพระสุวรรณภิงคารหลังน้ำ ในพระอิริยาบถประกาศอิสรภาพที่เมืองแครง พร้อมกับการจัดงานสักการะพระบรมรูปในวันที่ 25 มกราคมของทุกปี” (Instagram #ศาลสมเด็จพระนเรศวรพิษณุโลก 21 สิงหาคม 2568)

“ศาลหลักเมืองสงขลาเป็นสถานที่สำคัญทางความเชื่อของชาวสงขลา มีความเชื่อว่าศาลหลักเมืองเป็นที่สถิตของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่คอยปกป้องคุ้มครองเมือง และเป็นศูนย์รวมจิตใจของผู้นับในพื้นถิ่น นอกจากนี้ยังมีศาลเจ้าพ่อหลักเมือง (เซ่งห่องเหล่าเอี้ย) ซึ่งเป็นเทพตามคติจีนที่สถิตอยู่ด้านหลังศาลหลักเมือง ทำให้ศาลหลักเมืองสงขลามีความพิเศษตรงที่เป็นศูนย์รวมความศรัทธาของ

ทั้งชาวไทยพุทธและชาวจีนความเชื่อเกี่ยวกับศาลหลักเมืองสงขลา: การปกป้องคุ้มครองเมือง: เชื่อว่า ศาลหลักเมืองเป็นที่สถิตของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่คอยปกป้องคุ้มครองเมืองสงขลาจากภัยอันตรายต่าง ๆ ” (Instagram #ศาลหลักเมืองสงขลา 27 กรกฎาคม 2568)

“...อภิเษกสมรสแห่งเทพศรัทธา” สุดยิ่งใหญ่แห่งปี ณ วัดแขกสีลม เทศกาลนวราตรี 2568 พิธีอภิเษกสมรสขององค์พระศิวะมหาเทพ และองค์พระแม่ศรีมหาอุมาเทวี ภายใต้เทศกาล “นวราตรี” สะท้อนความงดงามของวัฒนธรรมศาสนาฮินดูและพิธีกรรมดั้งเดิมที่สืบทอดจากอินเดียสู่ใจกลางกรุงเทพฯ พิธีนี้ จัดขึ้นเพียงปีละครั้ง และได้รับความสนใจจากทั้งศาสนิกชนและผู้ที่ไม่ศรัทธาในเรื่องความรัก ความสมหวัง และความสำเร็จในชีวิต...ให้ทุกคนได้สัมผัสบรรยากาศแห่งความศักดิ์สิทธิ์และความรักของเทพเจ้า...” (Facebook #วัดแขกสีลม 30 กันยายน 2568)

“ศาลย่านาค พระโขนง – วัดมหาบุศย์ ตำนานความรักอมตะของ “แม่นาคพระโขนง” หญิงสาวผู้รอคอยสามีด้วยความผูกพันไม่เสื่อมคลาย จนกลายเป็นหนึ่งในตำนานเล่าขานที่คนไทยรู้จักกันดี ผู้คนหลั่งไหลมาสักการะศาลย่านาค เพื่อขอพรในเรื่องความรัก ครอบครัว และโชคลาภ โดยเฉพาะหนุ่ม ๆ ที่ต้องเกณฑ์ทหาร มักมาบนบานให้ผ่านพ้นอย่างราบรื่น...” (Facebook #วัดมหาบุศย์ 3 ตุลาคม 2568)

“...ที่แรกคิดว่าค่าตัว 500 บาทจะแพงไปหน่อย แต่พอเข้าไปเห็นของจริงถึงเข้าใจเลยว่า... ของดีขนาดนี้ 500 บาทยังน้อยไป! 🙏💎 งานไม้ทั้งหลัง ประทับใจมากกับความอลังการของปราสาทสังขาร เป็นงานศิลปะประติมากรรมที่น่าทึ่งจริง ๆ 🙏💎 ทุกมุมเต็มไปด้วยความประณีตและเรื่องราว...ภายในเต็มไปด้วยรูปแกะสลักเทพเจ้าและสัญลักษณ์จากทั้งพุทธศาสนา ฮินดู และปรัชญาตะวันออกที่สะท้อนถึงความเชื่อเรื่องความดี ความงาม และความจริง...ปราสาทสังขารเริ่มสร้างขึ้นเมื่อราวปี พ.ศ. 2524 จนถึงวันนี้ก็ผ่านมาแล้วกว่า 40 ปี แต่ก็ยังไม่แล้วเสร็จ และนั่นเองคือที่มาของคำว่า “ปราสาทที่สร้างไม่มีวันเสร็จ” เพราะไม้ทุกชิ้นต้องได้รับการดูแล ซ่อมแซม และแกะสลักใหม่อยู่เสมอด้วยเหตุผลสองอย่าง — เพื่อให้โครงสร้างคงอยู่ได้อย่างยาวนานท่ามกลางกาลเวลา เพื่อสื่อถึงแนวคิดที่ว่า “ความงดงามของศิลปะและจิตวิญญาณของมนุษย์ ไม่มีวันสิ้นสุด” นี่จึงไม่ใช่แค่สถานที่ท่องเที่ยว แต่คือ พิพิธภัณฑ์มีชีวิตของศิลปะไม้ไทย...” (Facebook #ปราสาทสังขาร 19 ตุลาคม 2568)

“วัดใจเดินเลี้ยวขึ้นบันไดเวียนไม้ 7 ชั้น สร้างด้วยแรงคนล้วนๆ นาน 5 ปี! ภูตอก คือ 1 ในสถานที่ๆต้องมาให้ได้ เมื่อมาถึงจังหวัดบึงกาฬ ส่วนการจะขึ้นไปยังด้านบนของภูตอก นั้นจะต้องเดินขึ้นบันไดเวียน 7 ชั้นด้วยกัน ซึ่งอยากจะบอกว่าบันไดทั้ง 7 ชั้น สร้างด้วยแรงคนล้วนๆ ใช้เวลา

ก่อสร้างนานถึง 5 ปีด้วยกัน แต่ละชั้นจะเห็นมุมมองที่แตกต่างกัน ซึ่งส่วนตัวแล้วคิดว่าชั้น 5 คือชั้นที่เห็นวิวได้สวยงามคงามที่สุด ส่วนชั้น 6-7 แม้จะสวยไม่เท่า แต่รับรองว่าเสียสุดใจแน่นอนตอนเดินขึ้นไป” (Facebook #วัดภูทอก 13 ตุลาคม 2568)

“...หอยนางรมยักษ์โบราณขนาดใหญ่ หนึ่งในหลักฐานที่อธิบายถึงพื้นที่ชายฝั่งทะเลโบราณที่ระดับน้ำทะเลลึกเข้าไปถึงบริเวณภาคกลางตอนล่างของไทย เมื่อช่วงประมาณ 5,500 ปีก่อน คือ ซากสัตว์ทะเลโบราณ ทั้งเปลือกหอย กระดุก ซากปะการัง เป็นต้นเช่น ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีที่พบซากหอยนางรมทับถมหนาประมาณ 1 เมตร หลวงพ่อทองกลึงเจ้าอาวาสจึงได้นำซากหอยโบราณมาก่อเป็นเจดีย์ขึ้นที่ด้านหน้าทางเข้าและในวัด สร้างเป็นเจดีย์ขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2538 จึงเป็นที่มาของชื่อวัดเจดีย์หอย” (Facebook #วัดเจดีย์หอย 6 ตุลาคม 2568)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า การร่วมแบ่งปันเนื้อหาภาพถ่ายโดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพสำคัญในทางประวัติศาสตร์ที่หาได้ยากเป็นกิจกรรมที่ควรส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือจากสาธารณชนเนื่องจากการอนุรักษ์หลักฐานที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และมีคุณค่าในการอนุรักษ์และการต่อยอดเพื่อการศึกษาต่อไปได้ ในขณะที่การแบ่งปันทัศนะ มุมมองที่น่าสนใจจะช่วยกระตุ้นความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่มีความโน้มเอียงในการเดินทางท่องเที่ยว การเปิดประเด็นแบ่งปันดังกล่าวจึงถือเป็นแนวปฏิบัติที่ดีของการจัดกิจกรรมการสื่อสารในเชิงรุกและสร้างสรรค์

6.7 ปัญหาการบริหารจัดการพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

เนื้อหาส่วนหนึ่งที่เป็นสัดส่วนที่น้อยมากแต่มีความน่าสนใจอย่างยิ่งเนื่องจากเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการผลักดันเชิงนโยบายเพื่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ โดยพบว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีผู้คนเป็นจำนวนมากนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ได้กลายเป็นพื้นที่ที่มีปัญหาทางด้านการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ได้แก่ ปัญหาการจราจร การกีดขวางการสัญจรทางเท้าโดยมีการเชื่อมโยงกับความจงใจด้อยประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเพื่อเอื้อประโยชน์ให้กับคนบางกลุ่ม การเรียกเก็บเงินนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เกินสมควร ปัญหาแม่ค้าชาวต่างด้าว ดังตัวอย่าง

“...เคยลองไปถามพวกรถแผงลอยที่อยู่แถวๆชอยราชดำริ 1 และ 2 ที่มากีดขวางทางจราจรว่าทำไมถึงยังอยู่ได้ทั้งที่เทศกิจมาเดินทุกวันแม่ค้าชาวต่างด้าวตอบว่า "ก็ให้เงินนายไปแล้ว" 🙄🙄 เบ็ดคำสิ่ววาวว” (Facebook #พระพรหมเอราวัณ 2 สิงหาคม 2568)

“...เทศกาลมานั่งให้เกะกะ ทำไม คนที่ขายก็ขายกันไป หาสินใจไม่ สิ้นเปลืองเงิน กทม สมควรใช้เงิน ไปเพิ่มถังขยะริมทางให้มาก ๆ จะมีประโยชน์ คຸ້มค่าเงินของแผ่นดิน” (Facebook #พระพรหมเฮอร์วัน 2 สิงหาคม 2568)

“คำว่าปิดตาข้างหนึ่งไหมละ นั้นแหละ แล้วก็จ้องตรงคอขวด หน้า ไฮแอต ทำให้รูดคิด เพราะเหลือเลนเดียว ตำรวจยังไม่แก่เลย” (Facebook #พระพรหมเฮอร์วัน 3 สิงหาคม 2568)

“...ราคาเก็บบนางรำพระพรหมในปี 2568 จะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับจำนวนนางรำและ ความต้องการของแต่ละบุคคล โดยทั่วไปแล้วจะมีการให้บริการที่ศาลพระพรหมเฮอร์วัน กรุงเทพฯ แต่จะไม่ได้มีราคามาตรฐานที่แน่นอนเนื่องจากขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการและจำนวนคนที่มาเก็บด้วย” (Facebook #พระพรหมเฮอร์วัน 19 กันยายน 2568)

“ถ้าวัดนี้เป็นขำคังเหมือนวัดอื่นๆที่ผ่านมานั้นไม่แปลกใจเลยละ... ทุกครั้งที่ไปมักจะมีความคาใจตลอด แต่ตอนนั้นกลัวบาปเลยช่างมัน เพราะยังไม่มีข่าวเสียหายเรื่องวัด เราเป็นแค่ ปชช.คนธรรมดาได้แต่คิดในใจ...ถ้าไปมองวัดแกในแง่ลบ ...สิ่งที่เจอมาและสงสัยมาตลอด และทำให้ไม่อยากไปอีกเลย คือ 1.บรรยากาศภายในวัด ไม่เหมือนวัด แต่เหมือนคนในครอบครัวช่วยกันทำ มาหากินมากกว่า 2.เจอพระ โยนสังฆทานต่อหน้า และเลือกเก็บแต่ซองเงินไว้ 3.จุดปล่อยปลา จะเดินไปปล่อยปลาและพนมมือเปล่าๆไม่ได้ ต้องจ่ายตั้งค้ค่ารูปก่อนค่อยปล่อยได้ ตอนนั้นจำได้ว่ามี เหยียญจะหยอดตามกำลังศรัทธา แต่มีป้ายมาห้ามบอกค่ากับบอกตลอดว่าถ้าเป็นเหยียญก็ต้อง 20 บาทขึ้นไป ยิ่งถ้าอยากให้อธิฐานเป็นจริงต้อง 50 บาทขึ้นไป...ไม่ใช่ละ แต่ก็ต้องยอมจ่ายไม่จั้นมัน ไม่ให้ผ่าน พอปล่อยเสร็จ มีเด็กวิ่งมาเก็บถึงปล่อยปลาและขอเงินเพิ่มค่าเก็บถึงอีก ไปทุกครั้งก็เจอ แบบเดิมแทบทุกครั้ง 4.จุดไหว้...เริ่มตั้งแต่จุดถอดรองเท้า เจอสายดาพิฆาตจากป่าๆตลอด พอเดิน เข้าไปหีบรูปเทียน เจอป้ายมาห้ามคนนั่งพูดจาแย่มากวันนั้นมีแบงค์ 500 แล้วก็สามารถโอนจ่ายใน มือถือได้ แถบออกต้องไปแลกมาให้พอดีเท่านั้น ประมาณว่าไม่จ้อถ้ามีไม่พกเงินสดมาพอดีกับค่า รูปเทียน 5.ที่จอดรถ ถ้าเกินเวลามาแค่่นิดเดียวก็ไม่ได้เก็บทุกเม็ด และสายดา คือ จ้องเหมือนเราไป ทำผิดคืออาชญากรรมมา...จากที่ไปบ่อยๆก็เริ่มไปน้อยลง...มันคู่อึดอัด ดูเหมือนทุกอย่างเป็นเงินเป็น ทองไปหมด เหมือนโดนมิฉาชีพ คอยสั่งให้เดินไปตรงนั้นให้จ่ายเท่านี้ ซึ่งปกติ การทำบุญมันคือ ต้องทำตามกำลังศรัทธาไม่ใช่หรือ...” (Facebook #วัด(ปกปิดโดยผู้วิจัย) 21 กันยายน 2568)

“...จากแม่ค้าส้มตำ แปลงร่างมาเป็นเจ้าแม่คุมวัด เก็บกวาดเงินทุกบาทที่คนมาทำบุญใส่ กระเป๋ารวบรวมญาติโกโหติกา รวบรวมตระกูลเพราะเงินวัด!...ตอนนี้ป่าก็โดนพระที่สนิทกับ(ปกปิด) ไปไม่ให้ขายของในพื้นที่วัดนี้แล้ว ประวัติส่วนตัวไม่ธรรมดา! จากแม่ค้าขายส้มตำ ผันตัวเอง นิสัย

กร่าง! ขอบขี้ฉี่วันพระเนร แม่คำในวัดรู้นิสัยเจ้า แต่ไม่อยากจะเข้าไปยุ่ง เพราะไม่มีใครอยากจะมัว
เรื่องด้วย ของที่ชาวบ้านมาบูชา เจ้าจะเอามาให้ญาติของตัวเองไปขายต่อ! (Facebook #วัด(ปกปิด
โดยผู้วิจัย) 21 กันยายน 2568)

เนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาการบริหารจัดการในพื้นที่ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการร้องทุกข์ผ่านสื่อและเป็นการแสดงออกถึงความไม่พึงพอใจต่อบุคคลที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เนื่องจากพื้นที่บนสื่อออนไลน์มีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล ผู้ที่นำเสนอข้อมูลในลักษณะดังกล่าวไม่ต้องกังวลกับความไม่ปลอดภัยจากผู้ที่ถูกร้องเรียน อย่างไรก็ตามเนื้อหาในลักษณะดังกล่าวนี้ถือว่ามิใช่ประโยชน์ต่อการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเพื่อการพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น

จากผลการศึกษาดังที่กล่าวมานี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปแก่นเนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ 7 ได้ดังนี้

1) การอธิษฐานขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โดยประเด็นของการขอพรมักมีความเชื่อมโยงกับมิตินานประวัตินั้นๆ ทั้งผู้ศรัทธาและนักท่องเที่ยวนิยมนำขอพรเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ ทรัพย์ ความปลอดภัย และพลังใจในการดำเนินชีวิต

2) การอนุโมทนาสาธุ เป็นเนื้อหาที่ผู้เข้าชมส่วนสร้างสรรค์มากที่สุด พบในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นศาสนสถาน เทวาลัย และศาลบุคคลสำคัญทุกแห่ง โดยมีรูปแบบของสัณฐานประกอบคำกล่าวอนุโมทนาสาธุ รวมทั้งสัณฐานที่มีข้อความ “สาธุ” กำกับไว้แล้ว

3) ความประทับใจต่อความสวยงามของงานสถาปัตยกรรมและประติมากรรม เป็นความงามทั้งที่ถูกกำกับไว้ตามหลักคัมภีร์ที่มีบทบัญญัติไว้เป็นการเฉพาะและการออกแบบสร้างสรรค์ที่ผิดแผกแตกต่างไปจากจารีตปฏิบัติ ทั้งนี้พบประเด็นเกี่ยวกับความงามคือ งามด้วยลักษณะทางประติมานวิทยา งามเนื่องด้วยบริบทที่ตั้ง งามด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ต่างไปจากแนวจารีตนิยม งามด้วยมุมมองที่แตกต่างจากประสบการณ์การเห็นปกติ งามด้วยคุณค่าแสง งามด้วยความยิ่งใหญ่และมีความแตกต่างเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของงานสถาปัตยกรรม

4) การมีส่วนร่วมในการประกอบพิธีกรรม พบทั้งระดับปัจเจกบุคคลที่เป็นกิจวัตรตามปกติ พิธีกรรมที่จัดขึ้นตามโอกาสสำคัญและพิธีกรรมที่มีการกำหนดเป็นแผนปฏิบัติประจำปีได้แก่ กิจกรรมการทำบุญและ/หรือสักการะตามโอกาส การบนบานศาลกล่าวรวมทั้งการแก้บน การ

ประกอบพิธีกรรมตามฤกษ์ยามที่กำหนดและพิธีกรรมที่มีการกำหนดปฏิทินการจัดกิจกรรมไว้ล่วงหน้า โดยมักเป็นพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับวันสำคัญทางศาสนาหรือวันที่มีปรากฏการณ์สำคัญที่กำหนดรู้ล่วงหน้า

5) สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมักมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชุมชนรวมทั้งธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับวิถีการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณนั้น ๆ เช่นอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ร้านจัดเตรียมเครื่องบูชาสำหรับพิธีการแก้บน การเช่าบูชาวัตถุมงคล รวมทั้งการ “ฝากร้าน” ในพื้นที่ comment ซึ่งทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง

6) การแบ่งปันเรื่องราวภาพถ่ายและความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว พบทั้งรูปแบบที่เกิดจากการที่เพจของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องจัดกิจกรรมให้ผู้ใช้สื่อได้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์เนื้อหา และรูปแบบที่เป็นการแบ่งปันตามความปรารถนามีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคล

7) ปัญหาการบริหารจัดการพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ เป็นประเด็นการร้องเรียนหรือการเสนอแนะเพื่อนำสู่การผลักดันเชิงนโยบายเพื่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

แก่นเนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ทั้ง 7 ประการนี้ ถือได้ว่าช่องทางการสื่อสารออนไลน์ได้ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ทางสังคมทั้งในกลุ่มผู้ใช้สื่อ นักท่องเที่ยว ผู้ที่ทำหน้าที่บริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ รวมทั้งหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน และถือได้ว่าการสื่อสารแบ่งปันเป็นเครื่องมือชี้วัดประการหนึ่งถึงความนิยมของผู้คนที่ติดต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณนั้น ๆ ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นบนเพจทั้งที่มีนัยของเนื้อหาในเชิงบวกและเชิงลบล้วนมีคุณค่าต่อการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ในส่วนที่เป็นเชิงบวกจะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นสิ่งบ่งชี้ถึงนัยทางการปฏิบัติที่สมควรธำรงรักษาไว้ให้มั่นคง ในขณะที่เนื้อหาเชิงลบ หากพิจารณาในเชิงสร้างสรรค์นั้นคือปฏิกิริยาย้อนกลับของผู้ที่มีความปรารถนาดีและต้องการสื่อสารเพื่อให้มีการปรับปรุงพัฒนาอันจะส่งผลต่อความยั่งยืนของการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณซึ่งเป็นทุนวัฒนธรรมอันเป็น soft power ที่สำคัญของประเทศต่อไป

บทที่ 7

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “การสร้างมโนทัศน์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแก่นประเด็นเนื้อหาภาพถ่ายและเรื่องประกอบภาพเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่นักวิชาชีพทางการสื่อสารสร้างสรรค์ขึ้นบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย วิธีการสร้างมโนทัศน์และแก่นประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์ แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยแนวคิดเรื่อง การสื่อสารการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ปรัชญาชีวิตร่วมกัน (Philosophy of Symbiosis) แบบจำลองการสื่อสารของ Jakobson การวิเคราะห์ภาพ เนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์ (User-Generated Content) และสื่อใหม่ (New Media) และแนวคิดเรื่องสัมพันธบท

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เอกสารและตัวบทเพื่อค้นหาแก่นประเด็น(Theme) เนื้อหาภาพถ่ายและเรื่องประกอบภาพเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย เป็นการศึกษาด้วยการวิเคราะห์เอกสาร วิธีการสร้างมโนทัศน์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย เป็นการศึกษาด้วยการวิเคราะห์ตัวบท การวิเคราะห์แก่นประเด็นเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อสังคมสร้างสรรค์ใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสารที่เป็นเนื้อหาการแบ่งปันของผู้คนในชุมชนออนไลน์

แหล่งข้อมูลจำแนกได้ 2 จำแนกได้สองประเภทคือ 1) หนังสือE-book เรื่อง “Connecting to Spiritual Thailand A Guide to 60 Powerspots” เผยแพร่สู่สาธารณะด้วยการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยมีบริษัท Palotai Design เป็นผู้สร้างสรรค์และเผยแพร่ในปี พ.ศ.2566 โดยนำเสนอเรื่องราวและภาพถ่ายของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในประเทศไทยจำนวน 60 แห่งรวมทั้งภาพประกอบสถานที่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง 2) ข้อมูลเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์ เป็นข้อมูลที่แสดงถึงการแบ่งปันของผู้ใช้สื่อสังคมที่มีส่วนร่วมทางการสื่อสารด้วยการนำเสนอภาพและ/หรือข้อความเกี่ยวกับเนื้อหาหรืองานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่ผู้ใช้

สื่อสังคมสร้างขึ้นเพื่อแบ่งปันบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กและอินสตาแกรมในปี 2568 ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นปัญหานั้นวิจัยสรุปได้ดังนี้

7.1 สรุปผลการวิจัย

จากปัญหามานำวิจัยของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามประเด็นปัญหาการวิจัยดังต่อไปนี้

7.1.1. แก่นประเด็นเนื้อหาภาพถ่ายและเรื่องประกอบภาพเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาภาพถ่ายและเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณทั้ง 60 แห่ง จากภาพถ่ายจำนวน 184 ภาพผู้วิจัยพบว่าเนื้อหา 5 ประเภหาดังต่อไปนี้

1) ลักษณะทางกายภาพของงานสร้างสรรค์ด้านสถาปัตยกรรมและประติมากรรม เป็นเนื้อหาสำคัญที่มีความดึงดูดใจนักท่องเที่ยว โดยเป็นภาพที่สื่อแสดงความเชื่อมโยงกับวัตถุประสงคทางศาสนกิจหรืออนุสรณ์สถานที่เป็นสัญลักษณ์เทพเทวดาและบุคคลสำคัญทางศาสนา ทั้งนี้ลักษณะทางสถาปัตยกรรมถือเป็นระบบสัญลักษณ์ภาพที่เป็นจุดสังเกต (landmark) มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ นักท่องเที่ยวนิยมใช้เป็นฉากหลังประกอบการถ่ายภาพ ในขณะที่ประติมากรรมมักเป็นรูปสัญลักษณ์แทนศาสนานั้น ๆ และใช้ประกอบพิธีกรรมหรือการสักการะ

2) ความมหัศจรรย์ทางธรรมชาติที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ทั้งนี้โดยมีเรื่องราวหรือตำนานเกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ จนกลายมาเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับภูมิหลังของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่ผสานกับความมหัศจรรย์ทางธรรมชาติ ได้แก่ ปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาคจากแม่น้ำโขงซึ่งมีความเชื่อมโยงกับสถานที่ทางศาสนาที่วัดไทยโพธิ์พิสัย จังหวัดหนองคายและวัดอาฮงศิลาวาส จังหวัดบึงกาฬ ปรากฏการณ์แสงผ่านช่องประตูปราสาทหินเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ มีความเชื่อมโยงกับเทพเจ้าในศาสนาพราหมณ์ฮินดู เขตดินแดนป่าศักดิ์สิทธิ์มีความเชื่อมโยงกับพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่มีพันธุ์ไม้ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เชื่อมโยงกับวัดคำชะโนด จังหวัดอุดรธานี

3) การแสดงออกเชิงพิธีกรรม เป็นแบบแผนปฏิบัติที่สืบเนื่องจากความเชื่อของบุคคลที่แสดงออกต่อสัญลักษณ์ในทางศาสนาหรือสัญลักษณ์ที่เกิดจากความเชื่อของผู้คนในชุมชนศาสนา

สถานนั้น ทั้งนี้สามารถจำแนกกลุ่มกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการแสดงออกเชิงพิธีกรรมได้ 4 ลักษณะ ดังนี้ ก) พิธีกรรมตามปฏิทินทางศาสนาที่มีความเป็นสากล พบทั้งศาสนาพุทธและศาสนาพราหมณ์ ฮินดู ข) พิธีกรรมการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามช่วงเวลาที่ศาสนสถานกำหนดขึ้นเอง ค) พิธีกรรมที่มีลักษณะเป็นวิถีปฏิบัติตามปกติ ง) พิธีกรรมตามความเชื่อส่วนบุคคล

4) การอธิษฐานขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นกิจกรรมที่ผู้ศรัทธาและนักท่องเที่ยวปฏิบัติเพื่อหวังผลทางด้านจิตใจทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ ก) ความมั่นคงในทรัพย์และความร่ำรวยเช่น ความมั่นคงทั้งที่ได้จากผลตอบแทนจากการทำงานที่มีความเสถียร การได้งานสำคัญที่ส่งผลต่อรายได้สูง และความร่ำรวยที่เป็นจังหวะของความโชคดี (good luck) ตามลักษณะปฏุชนวิสัย ข) ความปลอดภัยจากภยันตราย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ประกอบอาชีพที่มีความเสี่ยงเกี่ยวกับชีวิตร่างกาย โดยตรงเช่น ทหาร ตำรวจ หรือผู้ที่ทำงานที่มีภารกิจการเดินทางไกลบ่อยครั้ง ค) ความมีสุขภาพดี ซึ่งเป็นเหตุปัจจัยเบื้องต้นของผละกำลังในการประกอบอาชีพซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของความมั่นคงเรื่องทรัพย์ ง) ความมีชัยชนะมักเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการแข่งขันของนักกีฬา งานอาชีพด้านตำรวจ ทหาร เป็นมิติที่เกี่ยวข้องกับการต่อสู้ที่มีชีวิตเป็นเดิมพัน จ) ความสงบสุข เป็นประสบการณ์ทางสุนทรียะหรืออารมณ์ขั้นมูลฐานที่เกิดขึ้นจากการรับชมงานศิลปะทางการสื่อสารเนื่องในศาสนา

5) ประวัติความเป็นมาของสถานที่ ปรากฏทั้งประวัติตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และมายาคติจากคำบอกเล่าของผู้คนในอดีต โดยพบว่ามีการก่อตั้งสถานที่ที่มีแนวเนื้อหา 2 ประการคือ ก) ประวัติการก่อตั้งสถานที่ที่มีวัตถุประสงค์เป็นการเฉพาะได้แก่ การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การปกปักรักษาเมือง การขอให้สิ่งก่อสร้างเสร็จลุล่วงดังเจตนารมณ์ ข) ประวัตินุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสถานที่แห่งนั้น

7.1.2 วิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

การสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมีการใช้รหัสทางการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรมหรือหลักคำสอนทางศาสนาหรือลัทธิความเชื่อร่วมกับรหัสสุนทรีภาพในทางความงามทางศิลปะ โดยมีสารแฝงที่แนบเนื่องพร้อมกับสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเล่าเรื่อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างคุณค่าทั้งในเชิงการจัดแสดง (Exhibition value) และคุณค่าเชิงพิธีกรรม (Cult value) ให้กับสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ผลการวิจัยพบว่าวิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ประกอบด้วยวิธีการดังนี้

1) การใช้รูปสัญลักษณ์ที่แตกต่างไปจากสัญลักษณ์แนวจารีตดั้งเดิม การใช้รูปสัญลักษณ์ที่แตกต่างไปจากสัญลักษณ์ที่มีอยู่ในสภาพธรรมชาติ (natural symbol) มีคุณลักษณะย่อย 5 ประการ คือ ก) ภาพเทพที่มีลักษณะชีวทัศน์ทางประติมานวิทยา (Iconology) ต่างจากมนุษย์ ข) การใช้สัญลักษณ์ที่แตกต่างจากแนวขนบเพื่อสร้างความหมายใหม่ ค) การออกแบบสถาปัตยกรรมโบสถ์คริสต์แบบโกธิคเพื่อเป็นพระอุโบสถในพุทธศาสนา ง) การวางองค์ประกอบเคียงกันของงานประติมากรรมแบบตุ๊กตารัสเซีย จ) การใช้สัญลักษณ์ทางเพศในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ คุณลักษณะของการใช้รูปสัญลักษณ์ดังกล่าวเป็นผลให้มนต์เสน่ห์ของสัญลักษณ์ที่เป็นสิ่งใหม่ กระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นและการเรียนรู้ เนื่องจากระบบสัญลักษณ์ตามความเชื่อแบบดั้งเดิมไม่สามารถอธิบายหรือให้ความหมายกับรูปสัญลักษณ์ใหม่ ๆ ได้

2) การสร้างบรรยากาศของความไม่ชัดเจน เป็นการนำเสนอภาพที่มีการลดทอนรายละเอียดและขาดความคมชัดในรายละเอียดอาจถูกลดทอนลงด้วยจังหวะเวลาของเหตุการณ์เช่น ควันธูปที่ฟุ้งขึ้น เมฆหมอกที่ลอยเข้ามาบดบังทัศนียภาพ เป็นสภาวะที่เกิดขึ้นได้ทั้งที่เป็นจังหวะทางธรรมชาติและ ความตั้งใจที่เราสร้างสถานการณ์ขึ้น จนถึงความตั้งใจในการสร้างรูปแบบเนื้อหาผ่านกลไกทางเทคนิคการถ่ายภาพ ความไม่ชัดเจนอาจเป็นความพร่ามัว ด้วยลักษณะดังกล่าวจึงเปิดโอกาสให้ผู้รับสารต้องตีความการรับรู้ตามกรอบประสบการณ์การเห็นที่มีมาแต่เดิม

3) การใช้รูปสัญลักษณ์เพื่อเป็นเครื่องหมายสื่อกาลเวลาในอดีต

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมักมีความเกี่ยวข้องกับแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี บางแห่งได้รับการประกาศให้เป็นมรดกโลก ดังนั้นการสื่อสารที่มีมิติที่เกี่ยวข้องกับการคิดคำนึงสู่การย้อนเวลาสู่โลกในอดีตจึงเป็นวิธีการที่สำคัญประการหนึ่งในการสร้างมนต์เสน่ห์ให้กับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณแบบดั้งเดิมมีคุณลักษณะร่วมที่สำคัญคือมี “special aura” เป็นกลิ่นอายพิเศษที่มีพลังดึงดูดใจบนฐานความเชื่อและความเป็นต้นฉบับดั้งเดิมแบบแท้จริง (authenticity)

4) การใช้รหัสเชิงคู่เรื่องแสงกับสัญลักษณ์ภาพ ทั้งนี้แสงเป็นรหัสของการจัดองค์ประกอบภาพและเรื่องราวเพื่อการสื่อความหมายที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ภาพ โดยพบว่ามีการใช้แสงร่วมเป็นรหัสเชิงคู่กับสัญลักษณ์ภาพเพื่อสร้างมนต์เสน่ห์ให้กับภาพถ่ายของสถานที่ ตัวอย่างภาพที่มีความโดดเด่นคือ ถ้ำพระยานคร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และปราสาทหินเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งมีการใช้รหัสเชิงคู่ของภาพสถาปัตยกรรมและมนต์เสน่ห์จากทิศทางแสงทั้งสองภาพข้างต้น เน้นการ

สื่อสารในเรื่องบรรยากาศและอารมณ์ของสถานที่ที่มีมันต์ลึงและบังเกิดเป็นพลังมหัศจรรย์จากปรากฏการณ์แสงที่มหัศจรรย์ จัดเป็นมันต์เสน่ห์ที่เล่นกับคุณค่าของแสงและเงา

5) การสร้างความแจ่มจรัสของสีสัน โดยสีมีความหมายในเชิงสัญลักษณ์และความหมายแฝงในเชิงจิตวิทยา รูปแบบของการใช้สีสันเป็นไปโดยสภาพธรรมชาติของภาพสถานที่ท่องเที่ยว เช่น สีสันของอาคารสถาปัตยกรรม ประติมากรรม เครื่องบูชาที่ประชาชนนำมาสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของสถานที่นั้น ๆ ในขณะที่ภาพอีกส่วนหนึ่งเป็นสีสันที่เกิดจากการเติมแต่งของช่างภาพเอง เช่น การนำบุคคลไปประกอบเรื่องราวในสถานที่นั้น ๆ โดยที่ภาพบุคคลมีการออกแบบพัสดราภรณ์ที่มีสีสันอย่างโดดเด่นและชูเป็นองค์ประกอบหลักของการเล่าเรื่องของภาพนั้น ๆ การใช้ภาพที่มีสีสันแจ่มจรัสเป็นเทคนิคการสร้างสรรค์ที่เน้นความสะดุดตาจากการเห็นโดยพลันหรืออาจเรียกว่า “เตะตา” เป็นอายตนะทางจักขุสัมผัส ณ ทันทีที่เห็นแรก (At first sight) มีนัยของการสื่อความหมายที่เน้นจุดเรื่องราวที่ต้องการตอกย้ำหรือชูเป็นประเด็นหลักของเรื่องราวซึ่งอาจเป็นภาพวิถีปฏิบัติของบุคคลหรือภาพสัญลักษณ์เฉพาะตัวที่เป็นจุดขายหรือภาพหลักที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้เป็นจุด check in และเผยแพร่ทางสื่อสังคม

6) การสร้างสัมพันธ์ เป็นการเชื่อมโยงด้วยบทของเรื่องราวสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับภูมิหลังและความรู้ของผู้รับสารดังกรณีตัวอย่างศาลแม่ναคพระโขนง วัดมหาบุศย์ กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีสัมพันธ์กับภาพยนตร์เรื่องแม่ναคพระโขนงจำนวน 14 เรื่อง ในปีพ.ศ. 2502 ถึง 2566 และศาลพุ่มพวง ดวงจันทร์ จังหวัดสุพรรณบุรี มีสัมพันธ์กับความเป็นนักร้องลูกทุ่งและภาพยนตร์ไทยที่พุ่มพวง ดวงจันทร์ เป็นนักแสดงนำ 19 เรื่อง ในช่วงปีพ.ศ. 2526 ถึง 2531

7.1.3 แก่นประเด็นเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์

เนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์เป็นผลจากการแบ่งปันประสบการณ์ของผู้ใช้สื่อยังเป็นการเปิดประเด็นที่แตกต่างจนอาจเป็นการแต่งแต้มเรื่องราวอย่างมีสีสันจนก่อให้เกิดแก่นจินตนาการที่ผูกโยงร่วมกันอย่างเป็นกลุ่มก้อนของความหมายซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการขยายเรื่องราวแบบไม่รู้จบ ผลการวิเคราะห์เนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook และ Instagram โดยการสืบค้นผ่านแฮชแท็กชื่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณทั้ง 60 แห่ง พบว่ามีเนื้อหาที่ผู้มีส่วนสร้างสรรค์จำแนกเป็นแก่นประเด็น (Theme) ได้ 7 ประเด็นดังต่อไปนี้

1) การอธิษฐานขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นการตั้งจิตอธิษฐานด้วยความศรัทธาและสมาธิ เพื่อขอความช่วยเหลือทางด้านต่าง ๆ ทั้งนี้การอธิษฐานขอพรเป็นกิจกรรมที่ผู้ศรัทธาและนักท่องเที่ยวนิยมหวังผลทางด้านจิตใจ ความสมหวังในสิ่งที่ตนปรารถนาโดยพบตัวอย่างคำขอพรเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ เรื่องสุขภาพ เรื่องทรัพย์ ความปลอดภัย พลังใจในการดำเนินชีวิต

2) การเขียนคำ“สาธุ” ยินดีกับการประกอบกิจอันเป็นมงคล รวมทั้งคำว่า “อนุโมทนาสาธุ” มักเป็นคำที่อาจใช้ควบคู่กันในการแบ่งปันเนื้อหาและข้อแสดงความคิดเห็นของผู้รับสารคนอื่น ๆ ที่มีต่อสารที่แบ่งปันเกี่ยวกับกิจกรรม ณ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ โดยมักการแสดงทัศนะเชิงบวก รวมทั้งความรู้สึกที่อยากไปมีส่วนร่วมหรือยินดีต่อผู้ที่ได้ไปสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ทั้งนี้อาจมีสัญลักษณ์รูปมือและมีลิต่อท้ายที่มีความหมายคู่เดียวกัน คำว่า “สาธุ” เป็นคำที่พบในการ comment ภาพสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณทุกแห่งที่เป็นสถานที่ทางศาสนา เทวาลัย รวมทั้งการประกอบพิธีกรรมตามความเชื่อทั้งทางศาสนาพุทธและพราหมณ์ฮินดู โดยจัดเป็นคำสื่อสารพื้นฐานที่ผู้ใช้มีส่วนสร้างสรรค์และพบได้เป็นจำนวนมาก

3) ความประทับใจต่อความสวยงามของงานสถาปัตยกรรมและประติมากรรม งานสถาปัตยกรรมและงานประติมากรรมที่สร้างขึ้นเพื่อสนองต่อความศรัทธาล้วนเป็นงานที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของหลักสุนทรียศาสตร์ เนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนสร้างสรรค์ มักเป็นการแบ่งปันความรู้สึกที่มีต่อความสวยงามที่ตนได้พบเห็น ณ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณนั้น ๆ โดยจำแนกลักษณะองค์ประกอบความงามในลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ ความงามตามลักษณะทางประติมานวิทยา ความงามเนื่องด้วยบริบทอันเป็นที่ตั้ง งามด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ต่างไปจากแนวจารีตนิยม งามด้วยมุมมองที่แตกต่างจากประสบการณ์การเห็นปกติ งามด้วยคุณค่าแสง งามด้วยความยิ่งใหญ่และมีความแตกต่างเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของงานสถาปัตยกรรม

4) การมีส่วนร่วมในการประกอบพิธีกรรม นับตั้งแต่พิธีกรรมในระดับปัจเจกบุคคลที่เป็นกิจวัตรปกติในการดำเนินชีวิต พิธีกรรมที่จัดขึ้นตามโอกาสต่าง ๆ และพิธีกรรมที่มีการกำหนดเป็นแผนปฏิบัติประจำปี ในประเด็นการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณให้ความสำคัญกับพิธีกรรมในทุกระดับ เนื่องจากพิธีกรรมเป็นขั้นตอนของการลงมือปฏิบัติที่สร้างปฏิสัมพันธ์กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่บุคคลเชื่อถือ สถานที่บางแห่งจะจัดให้มีพิธีกรรมให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมทุกวันและจัดทั้งวัน อันเป็นการส่งเสริมบรรยากาศของการท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ โดยมีลักษณะของการมีส่วนร่วมในพิธีกรรมได้แก่ กิจกรรมการทำบุญและ/หรือสักการะตามโอกาส พิธีการบนบานศาลกล่าว การประกอบพิธีกรรมตามฤกษ์เวลาที่กำหนดไว้ล่วงหน้า พิธีกรรมตามปฏิทินที่กำหนดล่วงหน้า

5) สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ วิถีชุมชนรวมทั้งธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับวิถีการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณนั้น ๆ ผลการวิจัยพบว่าเนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนสร้างสรรค์มีการสื่อประเด็นที่เกี่ยวกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ได้แก่ วัฒนธรรมอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ร้านจัดเตรียมเครื่องบูชาสำหรับพิธีการแก้บน การเช่าบูชาวัตถุมงคลตามความเชื่อ

6) การแบ่งปันเรื่องราวภาพถ่ายและความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว มีทั้งเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อแบ่งปันตามความสนใจและเกิดจากการจัดกิจกรรมของเพจสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เชิญชวนให้ผู้ใช้สื่อได้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์เนื้อหา โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพสำคัญในทางประวัติศาสตร์ที่หาได้ยากซึ่งเป็นการอนุรักษ์หลักฐานที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และมีคุณค่าในการอนุรักษ์และการต่อยอดเพื่อการศึกษา การเปิดประเด็นแบ่งปันดังกล่าวจึงถือเป็นแนวปฏิบัติที่ดีของการจัดกิจกรรมการสื่อสารในเชิงรุกและสร้างสรรค์

7) ปัญหาการบริหารจัดการพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ เป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการผลักดันเชิงนโยบายเพื่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ได้แก่ ปัญหาการจราจร การกีดขวางการสัญจรทางเท้าโดยมีการเชื่อมโยงกับความจงใจด้อยประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเพื่อเอื้อประโยชน์ให้กับคนบางกลุ่ม การเรียกเก็บเงินนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เกินสมควร ปัญหาแม่ค้าชาวต่างด้าว

จากประเด็นการวิจัยข้างต้นสามารถสรุปความเชื่อมโยงของประเด็นเนื้อหา วิธีการสร้างมโนทัศน์และเนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนสร้างสรรค์ (UGC) ได้ดังตารางที่ 7.1 ดังนี้

ตารางที่ 7.1 สรุปความเชื่อมโยงของเนื้อหา วิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ เนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างสรรค์

เนื้อหาที่นัก สร้างสรรค์นำเสนอ	วิธีการสร้างมนต์เสน่ห์						เนื้อหาที่ผู้ใช้ สร้างสรรค์
	รูปลักษณ์ แตกต่าง	พรา มัว	สัญญาณ กาลเวลา	รหัส เชิงคู่	สีสัน สคไส	สัมพันธ บท	
1) ลักษณะทางกายภาพ สถาปัตยกรรม ประติมากรรม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ความประทับใจต่อ ความงามทางศิลปะ เนื่องในศาสนา
2) ความมหัศจรรย์ทาง ธรรมชาติ			✓	✓		✓	ความประทับใจต่อ ความงามและความ มหัศจรรย์
3) พิธีกรรม	✓	✓	✓			✓	การแสดงคำ “สาธุ” การร่วมพิธีกรรม การแก้บน
4) การขอพร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	การอธิษฐานขอพร การแสดง “สาธุ”
5) ประวัติ	✓		✓			✓	การแบ่งปันเนื้อหา ภาพ เรื่องราว สินค้าและบริการ วัตถุมงคล อาหาร
							ปัญหาการบริหาร จัดการในสถานที่

จากตารางที่ 7.1 เมื่อพิจารณาความเชื่อมโยงของเนื้อหาที่นักสร้างสรรค์นำเสนอทั้ง 5 ประเภท จะเห็นความสอดคล้องกับเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างสรรค์ว่ามีความสอดคล้องเชื่อมโยงกันดังนี้

1) เนื้อหาลักษณะทางกายภาพของงานสถาปัตยกรรมและประติมากรรมมีวิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ที่หลากหลายแตกต่างกันไปตามลักษณะธรรมชาติของลักษณะทางกายภาพของงานแต่ละประเภท ในขณะที่เนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อสร้างสรรค์เป็นแก่นประเด็นเกี่ยวกับความประทับใจที่มีต่อความงามอันเป็นสุนทรีภาพทางการสื่อสารของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งเช่น ปราสาทหินเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์มีลักษณะแบบแผนทางสถาปัตยกรรมที่สวยงามตามแบบศาสนาพราหมณ์ฮินดู ในงาน

ภาพถ่ายมีการสร้างมนต์เสน่ห์ผ่านรหัสเชิงคู่ระหว่างความงามของสถาปัตยกรรมกับจังหวะเวลาที่แสงส่องผ่านบานประตู ด้วยสุนทรียภาพทางการสื่อสารดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยเอื้อให้ผู้ใช้สื่อร่วมสร้างสรรค์เนื้อหาที่สอดคล้องกับเนื้อหาที่ผู้สร้างสรรค์นำเสนอบนสื่อดิจิทัล

2) เนื้อหาเกี่ยวกับความมหัศจรรย์ทางธรรมชาติที่เชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณสอดคล้องกับความประทับใจที่เป็นความงามของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเช่นกัน ตัวอย่างเช่นกรณีของป่าคำชะโนดซึ่งเป็นป่าศักดิ์สิทธิ์ที่มีความมหัศจรรย์ในเรื่องของพื้นที่เกาะลอยน้ำผสานกับมายาคติในเรื่องพญานาคผ่านวิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ผ่านสัญญาณของกาลเวลา การสร้างสัมพันธ์กับเรื่องเล่าพญานาค จึงทำให้เนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อสร้างสรรค์มีความสอดคล้องกับเนื้อหาที่นักสร้างสรรค์นำเสนอ

3) เนื้อหาเกี่ยวกับพิธีกรรมที่ผู้สร้างสรรค์นำเสนอมีความสอดคล้องกับเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อสร้างสรรค์ขึ้นเช่น กิจกรรมตามประเพณีสำคัญในโอกาสต่าง ๆ พิธีกรรมเกี่ยวกับการบนบานศาลกล่าวและการแก้บน เป็นประเด็นเนื้อหาที่สอดคล้องกันโดยมีวิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ทั้งเทคนิคการพรวนมัดไม้อัดเจดีย์ การใช้รหัสเชิงคู่ในเรื่องแสงสลับและการสร้างสัมพันธ์กับเรื่องราวในสื่ออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำให้เนื้อหาเกี่ยวกับพิธีกรรมเป็นเนื้อหาหลักที่ได้รับความนิยมเนื่องจากพิธีกรรมเป็นกระบวนการสื่อสารที่เน้นปฏิสัมพันธ์ทางการสื่อสารและบางแห่งมีความเป็นเอกลักษณ์ที่เป็นจุดขายของสถานที่ท่องเที่ยว

4) เนื้อหาเกี่ยวกับการอธิษฐานขอพรมีความสอดคล้องกันระหว่างเนื้อหาของผู้สร้างสรรค์และเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อสร้างสรรค์ มักมีแก่นประเด็นการแสดงคำ “สาธุ” ร่วมด้วย ทั้งนี้เนื้อหาเกี่ยวกับการขอพรพบว่ามีวิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ที่แตกต่างหลากหลายไปตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณแต่ละแห่ง

5) เนื้อหาเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาที่ผู้สร้างสรรค์นำเสนอมีความสอดคล้องกับเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อสร้างสรรค์ในบางประเด็นเช่น การแบ่งปันภาพถ่ายในอดีต การขยายความเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ โดยวิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ได้แก่การสื่อถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสถาปัตยกรรมหรือประติมากรรม สัญญาณสื่อกาลเวลา การสร้างสัมพันธ์ อย่างไรก็ตามพบว่ามีเนื้อหาบางประเด็นที่ผู้ใช้สื่อสร้างสรรค์เพิ่มเติมขึ้นเช่น เนื้อหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการ วัตถุมงคล แนะนำแหล่งอาหารในพื้นที่สถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น

อนึ่ง ผลการวิจัยพบว่าเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการพื้นที่เป็นเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อสร้างขึ้นจากสถานการณ์เรื่องราวที่ผู้ใช้สื่อพบเห็น มีลักษณะของการชี้ให้เห็นถึงปัญหาและร้องเรียนไปยังผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อจะได้ร่วมกันจัดการแก้ไขปัญหาต่อไป

7.2 อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอเสนอผลการอภิปรายข้อค้นพบบนพื้นฐานแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามประเด็นปัญหานำวิจัยดังต่อไปนี้

7.2.1. แก่นประเด็นเนื้อหาภาพถ่ายและเรื่องประกอบภาพเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

แก่นประเด็นเนื้อหาภาพถ่ายและเรื่องประกอบที่พบในงานวิจัยนี้ เป็นประเด็นที่สอดคล้องกับข้อเสนอทางด้านการศึกษาเนื้อหาของสื่อเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยว ดังที่กาญจนา แก้วเทพ (2557) กล่าวถึงการวิเคราะห์เนื้อหาในสื่อท่องเที่ยว โดยมีประเด็นสำคัญคือ ปริมาณพลเรื่องการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในโลกความเป็นจริงโดยพบว่าภาพถ่ายปริมาณพลของการท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่สื่อออนไลน์นำเสนอได้แก่ เนื้อหาการแสดงออกเชิงพิธีกรรม การอธิษฐานขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โดยนำเสนอในรูปแบบสารคดีท่องเที่ยวที่มีทั้งภาพและเรื่องราวประกอบ ทั้งยังมีการนำเสนอที่สื่ออารมณ์ความรู้สึก “Drama/Dramatized” โดยอยู่บนองค์ประกอบโครงสร้างหลักของเนื้อหาที่เกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของงานสร้างสรรค์ด้านสถาปัตยกรรมและประติมากรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะและ/หรือมีเป็นสถานที่ที่มีความมหัศจรรย์ทางธรรมชาติที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ นอกจากนี้เนื้อหาการแสดงออกเชิงพิธีกรรมมีบทบาทหน้าที่สอดคล้องกับชนัญ วังษ์วิภาค (2560) ซึ่งได้อธิบายบทบาทหน้าที่ทั้งที่เด่นชัดและที่แฝงเร้นของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณคือ ภาพการสื่อเรื่องราวการเดินทางไปร่วมประกอบกิจพิธีในเทศกาลต่าง ๆ เป็นบทบาทการแสดงออกถึงความสามัคคีของผู้คนในสังคม ภาพงานเทศกาลและงานบุญต่าง ๆ เป็นบทบาทเพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกในสังคมได้ผ่อนคลายความตึงเครียดอันเกิดจากการประกอบภารกิจการงานประจำ ทั้งยังเป็นการตอบสนองความเชื่อที่เข้าข่ายศาสนาและไสยศาสตร์ที่หวังผลระยะยาวในเรื่องของโลกหน้า การส่งสมบุญตามคำสอนทางศาสนา

การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในประเทศไทยมีปัจจัยเสริมความหลากหลายด้านเนื้อหาเกี่ยวกับสถานที่ที่กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศ เนื่องจากประเทศไทยเป็น

ดินแดนสุวรรณภูมิทำให้เสรีภาพในการนับถือศาสนาและลัทธิคำสอนที่แตกต่างหลากหลาย สอดคล้องกับวิถีโลกทัศน์ของการดำรงอยู่ของผู้คนที่มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กับวิถีทางวัฒนธรรม ที่หลากหลายดังที่ Kurokawa (1994) กล่าวถึงเปลี่ยนแปลงโลกทัศน์ในศตวรรษที่ 21 จากการยึด ลัทธิสากลนิยม (Universalism) สู่ยุคของความสัมพันธ์ที่แยกจากกันไม่ได้ขององค์ประกอบที่ หลากหลาย หนึ่งในนั้นคือมิติทางวัฒนธรรมประเพณีที่ยังคงดำรงอยู่อย่างเหนียวแน่นของผู้คนต่าง ศาสนาและลัทธิคำสอนในดินแดนต่าง ๆ แต่มีผลจุดหมายปลายทางร่วมกันคือ เป้าหมายการดำรงชีวิต เพื่อความสงบสุข ซึ่งเป็นปัจจัยเอื้อต่อบรรยากาศการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถการเรียนรู้และ ปรับตัวสู่วิถีวัฒนธรรมที่แตกต่างที่ตนเองเข้าไปสัมผัส โดยส่วนหนึ่งได้เปลี่ยนตนเองจากเพียงผู้ สังเกตปรากฏการณ์ต่างวัฒนธรรมสู่ความศรัทธาและการร่วมปฏิบัติที่เป็นหนึ่งเดียวกันกับชุมชน รวมทั้งศาสนิกที่แตกต่างหากว่ากิจกรรมนั้นไม่ขัดต่อหลักปฏิบัติตามบทบัญญัติของศาสนาแห่ง ตน

ต่อประเด็นเนื้อหาด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมนั้นมีความสอดคล้องกับผล การศึกษาของ พรชัย ฉันทวิเศษลักษณ์ (2559) ซึ่งพบว่า การนำเสนอประเด็นและเนื้อหาของรายการ สารคดีทางโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน เป็นการเลือก นำเสนอประเด็นและเนื้อหาของรายการที่มีความเชื่อมโยงผ่านวัฒนธรรมในเชิงวิถีชีวิต ประเพณี กับมิติ ทางสังคม วัฒนธรรมและมิติการเมืองและเศรษฐกิจ เพื่อให้ผู้ชมได้เข้าใจสถานการณ์แห่งการ เปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นจากการรวมตัวกันของประชาคมอาเซียน และส่งผลกระทบต่อการดำเนิน ชีวิตของประชาชนที่อยู่ในประเทศสมาชิก โดยมีองค์ประกอบแก่นเรื่องของรายการสารคดี โทรทัศน์ที่สำคัญประการหนึ่งคือ แก่นเรื่องที่บอกเล่าเรื่องเอกลักษณ์ของวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของแต่ละประเทศในอาเซียน โดยนัยของผลการศึกษาดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยว เชิงจิตวิญญาณเป็นวัฒนธรรมร่วมที่พบในประเทศอาเซียนเนื่องจากอาเซียนมีชนชาติและศาสนาที่ หลากหลายแต่อยู่ร่วมกันโดยสันติ ดังนั้นรายการสารคดีโทรทัศน์ในอาเซียนจึงเป็นช่องทางการ สื่อสารที่เป็นปัจจัยเอื้อและสนับสนุนเนื้อหาซึ่งกันและกันกับสื่อออนไลน์เพื่อการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในประเทศไทย

ภาพเนื้อหาเกี่ยวกับการปฏิบัติพิธีกรรมในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ทั้งภาพพิธีกรรม ตามปฏิทินทางศาสนาที่มีความเป็นสากล พิธีกรรมการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามช่วงเวลาศาสนา สถานกำหนดขึ้นเองและพิธีกรรมที่มีลักษณะเป็นวิถีปฏิบัติตามปกติหรือกิจกรรมพิธีส่วนบุคคล เป็นกลุ่มเนื้อหาที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ในกรณีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมักมุ่งความ สนใจต่อกิจกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยวเช่น ปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาค จังหวัดหนองคาย แต่ในส่วนพิธีกรรมทางศาสนาหรือวิถีปฏิบัติเพื่อสุขภาพจิตและจิตวิญญาณนั้น

แม้มีบ้างแต่ก็ไม่มากนัก แตกต่างจากงานวิจัยที่เสนอโดย Subhadeep, Soumendra, Seema (2020) ที่เสนอว่าการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในอินเดียมีรูปแบบเปลี่ยนแปลงไปสู่การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ โดยพบว่าการฝึกปฏิบัติทางจิตวิญญาณหลายรูปแบบของอินเดียได้รับความนิยมในบริบทของสังคมตะวันตก ส่งผลให้การกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวจากส่วนต่าง ๆ ของโลกเดินทางมายังประเทศอินเดียเพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้ในตนเอง อย่างไรก็ตามความสอดคล้องของประเด็นเนื้อหาในเชิงพิธีกรรมที่สำคัญประการหนึ่งคือ การเข้ามาของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดความสับสนจากการพบปะกับผู้คนในพื้นที่ ส่งผลต่อการกระตุ้นศักยภาพในการสร้างประสบการณ์ทางจิตวิญญาณที่ลึกซึ้งและการเติบโตทางจิตวิญญาณที่เปลี่ยนแปลงชีวิตของนักท่องเที่ยวได้ ประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Hanai และ Joseph (2017) ที่พบว่าการเดินทางแสวงบุญเป็นการเปิดทางให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวตน การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณกับการท่องเที่ยวโยคะในอินเดียเป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องกันในเรื่องของการรวมร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ

องค์ประกอบด้านเนื้อหาซึ่งประกอบด้วยเนื้อหาเชิงนามธรรมและรูปธรรมซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารผ่านภาพดังทัศนะของ Gillian (2022) โดยแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมักนำเสนอเนื้อหาเชิงนามธรรมเกี่ยวกับความศักดิ์สิทธิ์ของสถานที่ท่องเที่ยวและมนต์เสน่ห์ที่มาพร้อมกับตำนานการเล่าเรื่องที่มาอันแปลกมหัศจรรย์เกินปกติหรือวิกรรมอันยิ่งใหญ่ของเทพเจ้าหรือบุคคลผ่านภาพงานประติมากรรม โดยแฝงร่วมกับการสื่อสารเชิงอารมณ์ที่ชวนให้เกิดความประหลาดใจและจบลงด้วยอารมณ์สงบสุขผ่านการสร้างมนต์เสน่ห์ของภาพถ่ายที่เป็นเนื้อหารูปธรรม

เนื้อหาที่เป็นภาพองค์รวมของสถานที่ตั้งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่ได้รับคัดเลือกนำเสนอเป็นเนื้อหาเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวพบว่าส่วนหนึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Poggendorf (2023) โดยเป็นการเลือกนำเสนอภาพสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณแบบดั้งเดิม (Traditional spiritual tourism) ที่เน้นหลักความสมดุลระหว่างสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจบนโลกทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยที่หลายแห่งมีนัยความสำคัญทางประวัติศาสตร์ แต่ที่น่าสังเกตประการหนึ่งคือ ประเด็นสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งแม้ได้รับการประกาศให้เป็นมรดกโลกแล้วแต่ก็ไม่ได้มีการส่งเสริมให้เป็นเนื้อหาของการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณดังเช่น พระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในเขตพื้นที่มรดกโลกหลายแห่ง แต่ไม่ได้รับการนำเสนอทางสื่อออนไลน์ในการวิจัยนี้ ทั้งนี้อาจเป็นเหตุผลทางด้านชื่อเสียง ความเป็นที่รู้จักของชาวโลกที่มีอยู่ก่อนแล้ว หากแต่ภาพสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาก็กลับนำมาใช้

เป็นภาพประกอบเรื่องราวของบทความองค์รวมในแพลตฟอร์มออนไลน์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

7.2.2 วิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

การสร้างมนต์เสน่ห์ในงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นผลที่เกิดจากกระบวนการประกอบสร้างความหมายผ่านการใช้รหัสทางการสื่อสารเพื่อให้เกิดทั้งความหมายและคุณค่าแห่งมนต์เสน่ห์บนพื้นฐานของสุนทรียภาพทางศิลปะ โดยพบว่าคุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ภาพถ่ายมีมนต์เสน่ห์คือ การสร้างบรรยากาศของอารมณ์ภาพที่ไม่ชัดเจนจนเกินไป การลดทอนสารสนเทศบางประการจนอาจเป็นความพร่าสัวจนขาดลักษณะความเป็นรูปธรรมตามประสบการณ์ที่ตาเห็นตามปกติเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้รับสารต้องตีความการรับรู้ตามกรอบประสบการณ์การเห็นที่มีมาแต่เดิม

แนวทางการสร้างความไม่ชัดเจนจนเกินไปดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดปรัชญาชีวิตสามัคคีที่เสนอโดย Kurokawa (1994) ในเรื่องสุนทรียภาพในแบบคลุมเครือที่มีทั้งความสง่างามและความเรียบง่ายผ่านมนต์ลึกลับที่สื่อด้วยร่องรอยสัญลักษณ์แห่งกาลเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสัมพันธ์ของรูปแบบของกาล (space) และเวลา (time) ที่เชื่อมโยงกับแนวคิดเรื่องสุนทรียภาพของรหัสเชิงคู่ (Aesthetic of Double Code) ที่มองว่า “กาลและเวลา” เป็นสุนทรียภาพในแบบคลุมเครือ (ambiguous) และเป็น “symbiotic aesthetic” ซึ่งสื่อความยิ่งใหญ่สง่างาม (splendor) และความเรียบง่าย (simplicity) เป้าหมายของสุนทรียะแบบนี้คือ รหัสที่คลุมเครือ (Ambiguous Code) ซึ่งสัญลักษณ์สองอย่างปรากฏอยู่ร่วมกัน พร้อม ๆ กัน โดยมีทั้งความขัดกันและความคาบเกี่ยวกัน เช่นเดียวกับลักษณะของความโหยหาอดีต (Nostalgia) ในโลกที่เคยเป็นจริงในอดีตและโลกแห่งความทรงจำ ปรัชญาดังกล่าวสอดคล้องกับการสื่อนมนต์ลึกลับของสัญลักษณ์ภาพเทพเจ้าหรือประติมากรรมทางศาสนาตามแนวประติมากรรมวิทยาปรากฏร่วมกับสภาพความไม่ชัดเจนของเทคนิคการสร้างสรรค์ภาพเช่น การใช้เทคนิค Shutter Speed ต่ำหรือ Shutter B เพื่อให้เกิดภาพลายเส้นของแสงเทียนเคลื่อนที่ไปในกิจกรรมการเวียนเทียนในวันวิสาขบูชา หรือการใช้องค์ประกอบด้วยควันจากธูปหรือกำยานเพื่อบดบังความชัดเจนของประธานภาพ

สุนทรียภาพเกี่ยวกับวิธีการใช้รหัสเชิงคู่ที่ผนวกรวมทั้งรหัสทางสถาปัตยกรรมตามแบบคัวกีร์ทางศาสนาและรหัสแสงธรรมชาติที่รวมเสริมมณฑลลงไปให้กับสถานที่ผ่านภาพถ่ายในช่วงเวลาหนึ่ง เช่น รหัสของภาพโบราณสถานกับแสงที่ส่องผ่านกระต่ายประธานภาพเช่น แสงที่ส่องผ่านช่องประตูปราสาทหินเขาพนมรุ้งที่สร้างขึ้นจากหินทรายสีชมพูทำให้ได้ภาพถ่ายที่เปี่ยมด้วยมนต์เสน่ห์แห่งความมั่งคั่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Tanizaki Jun (อ้างอิงใน Kurokawa, 1994) ได้กล่าวถึงภาพที่เลอค่า ๆ งดงาม ภูมิฐาน เก๋ไก๋ จากการที่วัตถุส่องประกายแสง เป็นความงามที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันและกันจนก่อให้เกิดมนต์เสน่ห์ของภาพถ่าย

ปรัชญาชีวิตสมัยยังเกี่ยวข้องกับคุณค่าของความเก๋ไก๋อันเป็นที่มาของมนต์เสน่ห์หรือมณฑลขลังจากร่องรอยของกาลเวลาผ่านการใช้รูปสัญลักษณ์เพื่อเป็นกรณีสื่อเวลาในอดีตมักพบจากภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่เป็นโบราณสถาน ซึ่งสื่อสะท้อนคุณค่าพิเศษ (special aura) ของสถานที่นั้น ๆ

อย่างไรก็ตามไม่ได้หมายความว่ามนต์เสน่ห์ของภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจะพบเพียงภาพที่มีความสลัวคลุมเครือของบรรยากาศเท่านั้น หากแต่การสร้างความแจ่มจรัสของสีสันก็เป็นเสน่ห์ที่น่าสนใจเพราะการใช้ภาพที่มีสีสันแจ่มจรัสเป็นเทคนิคการสร้างสรรค์ที่เน้นความสะดุดตาจากการเห็นที่ทำให้ “ตะตา” มีคุณค่าในเชิงสัญลักษณ์เพื่อสื่อความโดดเด่นเหมาะกับนักท่องเที่ยวที่ใช้ภาพบุคคลเป็นเนื้อหาหลักเพื่อการเผยแพร่ทางสื่อสังคม สอดคล้องกับทัศนะของ Gillian (2022) ที่เสนอว่ามิติด้านสีเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้การรับรู้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อได้รับการเสริมอารมณ์ภาพร่วมกับมิติด้านแสง

ในส่วนของการสร้างสัมพันธ์ ดังกรณีตัวอย่างศาลแม่นาจพระโขนง วัดมหาบุศย์ กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีสัมพันธ์กับภาพยนตร์เรื่องแม่นาจพระโขนง หรือศาลพุ่มพวง ดวงจันทร์ จังหวัดสุพรรณบุรี มีสัมพันธ์กับความเป็นนักร้องลูกทุ่งและภาพยนตร์ไทยที่พุ่มพวง ดวงจันทร์ เป็นนักแสดงนำ 19 เรื่อง ในช่วงปีพ.ศ. 2526 ถึง 2531 เป็นรูปแบบของการประกอบสร้างเนื้อหา ดังที่ McQuail (2000) ได้อธิบายถึงความโน้มเอียงที่เนื้อหาของสื่อที่มีความแตกต่างกันมีการอ้างอิงถึงกันและกันในระดับที่แตกต่างกันอีกทั้งมีการข้ามประเภทงานทางการสื่อสารทำให้เกิดการบูรรวมของความหมายระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณกับงานภาพยนตร์หรืองานดนตรีที่มีอยู่ในประสบการณ์ของผู้รับสาร สอดคล้องกับทัศนะของ Schirato, Yell. (2000) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการหมุนเวียนและแลกเปลี่ยนความหมายเป็น “กลุ่มก้อน” (package of meaning) ซึ่งทำให้ชุดของการรับรู้ความหมายในมุมมองของผู้รับสารมีเรื่องราวที่หลากหลายมากขึ้นเช่น การคิดคำนึงถึงเรื่องเรื่องราวความรักที่ไม่สมหวังในภาพยนตร์ กฎหมายการเกณฑ์ทหารที่

ส่งผลต่อความผูกพันในครอบครัว คำขออธิษฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับศาลแม่นาคหรือศาลพุ่มพวง เป็นต้น

การประกอบสร้างมนต์เสน่ห์ของภาพถ่ายท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณยังสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทหน้าที่ทางการสื่อสารขององค์ประกอบด้านตัวสารที่สำคัญประการหนึ่งคือ หน้าที่ในเชิงสุนทรียภาพ ดังที่ Jakobson (1987) กล่าวถึงหน้าที่เชิงสุนทรียภาพของตัวสารในเรื่องความงดงามในการสื่อความหมาย กล่าวคือ สัญลักษณ์ภาพและวิธีการประกอบสร้างมนต์เสน่ห์อยู่ภายใต้กฎของการเลือกสรรรูปสัญลักษณ์และการเชื่อมโยงกับองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในบริบทของการสร้างสรรค์นั้น ๆ ดังเช่น การเลือกสรรเวลาการถ่ายภาพในช่วงเช้าตรู่ที่มีบรรยากาศของสายหมอกเป็นองค์ประกอบที่สร้างความไม่ชัดเจนผ่านม่านหมอก ภาพเงาสลัวเพื่อสื่อความสงบเย็นและมีมนต์เสน่ห์แทนที่การใช้ภาพที่มีความกระจ่างชัดในยามกลางวันดังเช่นภาพถ่ายพระพุทธรูปที่วัดผาซ่อนแก้ว จังหวัดเพชรบูรณ์ อันทำให้อารมณ์ “सानติ” หรือสันติสงบสุขเกิดขึ้นกับผู้รับสารซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในเรื่อง Good Eye ที่เสนอ โดย Gillian (2022) ซึ่งให้ความสำคัญต่อมิติด้านการแสดงออกของอารมณ์ภาพ (Expressive content) และยังสอดคล้องกับ Nadech Kugimiya and Grit Thonglert (2020) ซึ่งชี้ว่าการแสดงออกของอารมณ์ภาพในบรรยากาศที่อบอุ่นและภาพการแสดงท่าทีความเป็นมิตรสร้างความรู้สึกลึกซึ้งมีส่วนร่วมในการเดินทางท่องเที่ยววิถีชุมชน อีกทั้งการศึกษาของวสันต์ จันทร์ประสิทธิ์ (2561) ชี้ว่าเนื้อหาในสื่อสังคมที่ใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวควรเน้นในเชิงอารมณ์ความรู้สึกที่นำไปสู่การเชื่อมโยงผ่านเรื่องราวและการนำเสนอลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมเป็นพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม

7.2.3 แก่นประเด็นเนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนสร้างสรรค์

เนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนสร้างสรรค์เป็นผลมาจากเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์การมีส่วนร่วมเพื่อแสดงบทบาทผู้ส่งสารบนโลกออนไลน์ เป็นปรากฏการณ์สำคัญของวัฒนธรรมทางการเห็น (Visual Culture) และการแบ่งปันเรื่องราวประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวหรือศาสนิกชนที่เดินทางไปสถานที่นั้น ๆ เป็นกิจวัตร ทั้งนี้การร่วมแบ่งปันเนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนสร้างสรรค์โดยปกติมักจะต้องเป็นผู้ที่มีความสุข ความพึงพอใจและปรารถนาให้ผู้อื่นได้มีประสบการณ์ดังเช่นที่ตนได้เดินทางไปยังสถานที่นั้น ๆ ทั้งนี้พบว่าเนื้อหาส่วนหนึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความสวยงามอันน่าประทับใจทั้งในเชิงสถานที่ท่องเที่ยวและในเชิงพิธีกรรมที่ตนได้มีส่วนร่วมในสถานที่นั้น ๆ ปรากฏการณ์ดังกล่าวสอดคล้องกับองค์ประกอบเรื่องความสุขของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณดังทัศนะของ Poggendorf (2023) ในเรื่องความสุข 2 มิติคือ ความสุขภายนอก (external happiness) และความสุขภายใน (internal happiness) โดยความสุขภายนอกการแบ่งปันเนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วน

สร้างสรรค์โดยเป็นประเด็นเนื้อหาความสุขกับการเที่ยวชมสถานที่ (sightseeing) มีความพึงพอใจกับลักษณะทางกายภาพของสถานที่ที่ไปเยี่ยมชม อย่างไรก็ตามในประเด็นความสุขภายใน เป็นความสุขจากประสบการณ์ที่มีความหมายและควรค่าต่อความทรงจำ มีภาวะจิตใจที่สุขสงบ เช่น เนื้อหาเกี่ยวกับการกล่าวอนุโมทนาสาธุต่อการประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

ในส่วนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการอธิบายของพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งเป็นการตั้งจิตอธิษฐานด้วยความศรัทธาและสมาธิเพื่อขอความช่วยเหลือทางด้านต่าง ๆ นั้น เป็นกิจกรรมที่ผู้ศรัทธาและนักท่องเที่ยวหวังผลทางด้านจิตใจโดยมีการแบ่งปันภาพถ่ายและเนื้อหาอธิษฐานบนสื่อออนไลน์ พฤติกรรมการสื่อสารดังกล่าวสอดคล้องกับทัศนะของ Sammon (2019) ที่เรียกแนวทางการถ่ายภาพเพื่อการแบ่งปันดังกล่าวนี้ว่า “Photo therapy” ซึ่งมีนัยของการเชื่อมโยงกับการแสดงออกทางด้านความรู้สึก อารมณ์ และการเยียวยาจิตใจ แนวทัศนะดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Chompunuch Pongjit, Ruchi Agarwal (2023) โดยมีผลการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณของนักท่องเที่ยวที่ถนัดในประเทศไทย ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งทำการชำระล้างจิตใจให้บริสุทธิ์ก่อนการเดินทางไปถนัดมาด้วยการฝึกสมาธิ การสวดมนต์ การบำเพ็ญศีลห้า และการรับประทานอาหารมังสวิรัต นอกจากนี้อาจสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ประภาพร แสนยากุล (2563) ที่พบว่า การสื่อความหมายจิตวิญญาณท้องถิ่นส่งผลต่อประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับประกอบด้วย ในระดับขั้นแรกคือ ความเข้าใจ ในระดับที่สองคือ ความซาบซึ้งใจ และระดับสูงสุดคือ การพัฒนาจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว

เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในการประกอบพิธีกรรม การแบ่งปันเรื่องราวภาพถ่าย และความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนถึงสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ มักเป็นเนื้อหาที่สื่อสารผ่านการเล่าตำนานที่สร้างพลัง (Myth teller) รวมทั้งอาจเป็นการเปิดประเด็นทัศนะมุมมองใหม่จนอาจทำให้แก่นของเรื่องเปลี่ยนไปจากเดิมหรือเป็นการแต่งแต้มเรื่องราวอย่างมีสีสันด้วยการผนวกแต่งเติมองค์ประกอบผ่านเนื้อหาที่มีการเร้าอารมณ์ร่วมกับเนื้อหาข้อเท็จจริง ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการเล่าเรื่องและการถ่ายทอดเนื้อหาผ่านสื่อใหม่ ในกรณีที่เรื่องมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจบางประเภทเช่น การเช่าวัตถุมงคลซึ่งกลุ่มผู้ประกอบธุรกิจจะเป็นบุคคลที่สร้างเนื้อหาร่วมเข้ากับทัศนะที่มีผู้ใช้สื่อสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นวิธีการสำคัญประการหนึ่งของการเพิ่มช่องทางการมองเห็นธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

การสร้างเนื้อหาของผู้ใช้สื่อในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความประทับใจต่อความสวยงามของงานสถาปัตยกรรมยังมีความเกี่ยวข้องกับสุนทรียภาพทางความงามของสถานที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยวและวัฒนธรรมความเชื่อที่ประชาชนมีต่อสถานที่นั้น ๆ ด้วย ปรัชญาดังกล่าว

สอดคล้องกับกฎพื้นฐานในการดำรงอยู่ร่วมกันของหลักแห่งชีวิตตามหลักปรัชญาชีวสมาสัยยคังที่ Kurokawa (1994) เสนอประเด็นมิติของการยอมรับขอบเขตที่ล่วงละเมิดมิได้ (Sacred zone) ในการดำรงอยู่ร่วมกันของผู้คนที่มีความแตกต่างทางเชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ ลัทธิความเชื่อ ศาสนา ย่อมมีความแตกต่างของหลักปฏิบัติในการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันจนเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในแต่ละสังคม ทั้งนี้เนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อร่วมสร้างสรรค์ที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมักเป็นสถานที่เกี่ยวข้องกับศาสนสถานที่มีขอบเขตที่ล่วงละเมิดมิได้ มีการยอมรับกฎพื้นฐานร่วมกัน (Common rule) กฎเกณฑ์พื้นฐานนี้เป็นรหัสทางสังคม (Social Code) ที่ใช้เป็นแนวทางการดำเนินชีวิต การกำหนดรูปแบบวิธีการสื่อสารซึ่งส่งผลต่อรูปแบบและวิธีการนำเสนอเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อร่วมสร้างสรรค์

ท้ายที่สุด ไม่ปรากฏในหลักแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการท่องเที่ยวแต่เป็นประเด็นที่น่าสนใจคือ เนื้อหาที่ผู้เข้าร่วมสร้างสรรค์ในเชิงติดปัญหาที่เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ซึ่งแน่นอนว่าเป็นการหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีสู่การผลักดันเชิงนโยบายเพื่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ปรากฏการณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงพลังของสื่อสังคมในการผลักดันให้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางในการพึ่งพาผลของการสื่อสารที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ซึ่งกระบวนการนี้จำเป็นต้องมีผู้ใช้สื่อที่มีความกระตือรือร้น (Active User) ในการร่วมกันส่งพลังให้เกิดพลังอำนาจของสื่อ (Media power) ในเชิงสร้างสรรค์เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของกิจกรรมการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณอันเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญในปัจจุบัน

7.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1) สถานภาพองค์ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณประกอบด้วยฐานความคิดตามกระบวนทัศน์แบบจารีตนิยมและกระบวนทัศน์แนวใหม่ โดยแนวจารีตนิยมศึกษาการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่เป็นสถานที่เกี่ยวกับศาสนสถาน เทวาลัย หรืออนุสรณ์สถานบุคคลสำคัญ ในขณะที่กระบวนทัศน์แนวใหม่เปิดประเด็นพื้นที่ทางการศึกษาเป็นสถานประกอบการท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมการพัฒนาคุณค่าทางจิตวิญญาณเช่น โรงแรม รีสอร์ท ที่พักแบบฟาร์มสเตย์ สถานที่ส่งเสริมกิจกรรมแนวโยคะ การปฏิบัติสมาธิ เป็นต้น ดังนั้นขอบเขตการศึกษายังมีประเด็นในเชิงพื้นที่ดังตัวอย่างที่ระบุตามกระบวนทัศน์การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณแนวใหม่

2) การศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับการสร้างมโนทัศน์ของภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ยังมีประเด็นเกี่ยวกับการรับรู้องค์ประกอบทางการสร้างสรรค์งานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ โดยอาจศึกษาในมุมมองของผู้รับสารเป้าหมาย ผู้ใช้สื่อที่มีส่วนสร้างสรรค์เนื้อหา นักถ่ายภาพ นักสร้างสรรค์เนื้อหา (content creator) ตลอดจนถึงนักวิชาการ นักวิชาชีพทางการสื่อสารด้วยภาพ อันจะช่วยขยายขอบเขตเนื้อหาในการพัฒนาองค์ความรู้ทั้งทางวิชาการและวิชาชีพได้รอบด้านมากขึ้น

3) การศึกษาเกี่ยวกับผลทางการสื่อสารของงานภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนสื่อออนไลน์สามารถศึกษาผ่านเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อร่วมสร้างสรรค์ได้ โดยเป็นการวิเคราะห์แก่นประเด็น (theme) คำตอบผ่านวิธีการศึกษาชาติพันธุ์วรรณบนสื่อออนไลน์ (Netography) โดยผู้วิจัยแสดงบทบาทเป็นผู้สังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมเพื่อไม่เป็นการรบกวนหรือแทรกแซงสภาพธรรมชาติของปรากฏการณ์ ทั้งนี้ควรมีกระบวนการรองรับจริยธรรมการวิจัยในคนด้วย

7.4 ข้อเสนอแนะสำหรับนักวิชาการและนักวิชาชีพ

1) การเรียนการสอนด้านการถ่ายภาพเชิงวารสารศาสตร์และการถ่ายภาพเพื่อการสื่อสารสามารถนำหลักการข้อค้นพบเกี่ยวกับวิธีการสร้างมโนทัศน์ของภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณไปใช้เป็นแนวทางประยุกต์สู่การสร้างเนื้อหาบทเรียนในกลุ่มรายวิชาได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวทางการถ่ายภาพที่มีเรื่องราวทางด้านศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน หรือการสื่อสารการท่องเที่ยว

2) การเรียนการสอนด้านการถ่ายภาพเชิงวารสารศาสตร์และการถ่ายภาพเพื่อการสื่อสารควรให้ความสำคัญกับการสื่อความหมายในเชิงสุนทรียภาพทางการสื่อสารที่มีการใช้รหัสทางการสื่อสารสุนทรียภาพแบบเชิงคู่ (Aesthetics of double codes) เนื่องจากงานสร้างสรรค์ในแนวคิดหลังสมัยใหม่ (Postmodernity) นิยมใช้ชุดรหัสทางการสื่อสารด้วยภาพอย่างน้อยสองระบบเพื่อการเน้นหน้าที่ในเชิงความงามหรือสุนทรียภาพทางการสื่อสารของตัวสาร

3) การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณของนักวิชาชีพทางการสื่อสารควรให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่น่าสนใจที่นักท่องเที่ยวสามารถร่วมปฏิบัติได้ เนื่องจากกิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยวเป็นเนื้อหาหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการบันทึกภาพบุคคลเพื่อการแบ่งปันสู่สื่อออนไลน์ได้เป็นอย่างดี

4) นักวิชาชีพทางการสื่อสารสามารถประยุกต์ใช้วิธีการสร้างมนต์เสน่ห์สู่งานสร้างสรรค์ของตนได้ ภายใต้เงื่อนไขของการเล่าเรื่องราวที่ประกอบด้วยมายาคติเกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ อันเป็นการสวมบทบาท “myth teller” ทั้งนี้เนื่องจากเนื้อหาในเชิงมายาคติเมื่อเล่าเรื่องผ่านภาพที่มีความพราวสัวหรือถูกกลดทอนรายละเอียดลงจะช่วยให้ผู้รับสารได้ใช้จินตนาการในการเติมเต็มเนื้อหาซึ่งเป็นการกระตุ้นจินตนาการร่วมของผู้รับสารได้ดี

5) นักสร้างสรรค์งานการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณควรเลือกนำเสนอเนื้อหาที่กระตุ้นการมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ของผู้รับสาร โดยมีแนวทางสำคัญสองแนวทางคือ แนวทางแรกเป็นการเลือกนำเสนอสถานที่หรือกิจกรรมที่อยู่ในกระแสนิยมดังเช่นกรณี การบูชาหรือพิธีกรรมที่วัดคำชะโนด จังหวัดอุดรธานี วัดเจดีย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น แนวทางที่สอง เป็นการนำเสนอเนื้อหาในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ที่มีพลังในการดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร โดยเป็นสถานที่ที่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักในสัดส่วนที่เหมาะสมเพื่อกระตุ้นการร่วมแบ่งปันเนื้อหาประสบการณ์ใหม่ของผู้รับสารที่มีความแตกต่างหลากหลาย ซึ่งเนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนร่วมสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการสร้างไวรัลซึ่งช่องทางการสื่อสารบนโลกออนไลน์

6) ในแง่ของแนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว นักประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณสามารถใช้ข้อเสนอแนะที่เป็นข้อมูลเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อสร้างสรรค์ เป็นแนวทางส่งเสริมการสร้างจุดขายของสถานที่ได้เช่น ประสบการณ์ทางสุนทรียศาสตร์ที่ผู้ใช้สื่อสร้างสรรค์เนื้อหาที่เป็นความประทับใจทั้งต่อสถาปัตยกรรม ประติมากรรม และพิธีกรรม ณ สถานที่นั้น ๆ ในขณะเดียวกันสามารถใช้ข้อเสนอแนะจากข้อร้องเรียนต่าง ๆ มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวที่นั้น ๆ ได้

7) นักสร้างสรรค์สื่อภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณสามารถนำหลักการข้อค้นพบเกี่ยวกับวิธีการสร้างมนต์เสน่ห์ของภาพถ่ายเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณไปใช้เป็นแนวทางประยุกต์เพื่อการผลิตสื่อต่าง ๆ ได้ ทั้งมิติทางด้านการคัดเลือกเนื้อหาเพื่อการนำเสนอ วิธีการประกอบสร้างมนต์เสน่ห์ของภาพถ่ายเพื่อให้มีพลังในการดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2557). *เรื่องสื่อสาร-การท่องเที่ยว*. ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). *แนวพินิจใหม่ในสื่อสารศึกษา*. ภาพพิมพ์.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.). (2566). *วิสัยทัศน์ พันธกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. สืบค้นจาก <https://tat.or.th/th/about-tat/vision>.
- กัญญรัตน์ เวชศาสตร์. (2559). “มโนทัศน์เรื่องนาถของชนชาติไท”. *Veridian E Journal Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ*. 9(1), 1099-1116.
- คณะกรรมการจัดทำพจนานุกรมศัพท์นิเทศศาสตร์ร่วมสมัย. (2566). *พจนานุกรมศัพท์นิเทศศาสตร์ร่วมสมัย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน*. ธนาพรส.
- จันทน์ เจริญศรี. (2544). *โพสต์โมเดิร์น&สังคมวิทยา*. วิทยา.
- จิรพัฒน์ ประพันธ์วิทยา. (2552). *พระพิณเนศวร “เจ้าผู้มีอำนาจเหนืออุปสรรค”*. คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุนจิโร ทานิชากิ. (2553). แปลโดย สุวรรณ วลัยไวยธรรม. *เฮโรงาสสัว*. สำนักพิมพ์ Open books.
- ชนัญ วงษ์วิภาค. (2560). *การท่องเที่ยวทางจิตวิญญาณ*. สืบค้นจาก <https://www.slideshare.net/chaloempornchantong/spiritual-tourism-71953000>.
- ชลูด นิ่มเสมอ. (2542). *องค์ประกอบของศิลปะ*. ไทยวัฒนาพานิช.
- เดวิด คินส์ลีย์. (2551). *นิเวศวิทยากับศาสนา*. แปลโดย ลภาพรรณ สุกมัตรา. แปลนพรัตน์ตั้ง.
- ประภาพร แสนยากุล. (2563). *การสื่อความหมายจิตวิญญาณท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวผ่านนิเวศพิพิธภัณฑสถานของประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยนเรศวร. สืบค้นจาก <https://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/bitstream/>
- ธีรยุทธ ชูณหบดี. (2565). “สื่อมีอาชีพในยุค Digital Media”. ใน อุติษา คุรุฑะเสน (บ.ก.) *คู่มือ New Media – New Gen เส้นทางสู่สื่ออาชีพรุ่นใหม่*. (น.9-13). สมาคมวารสารศาสตร์แห่งประเทศไทย.
- นงคราญ สุขุม. (2549). “คุยเฟื่องเรื่องลิงค์”. *เมืองโบราณ*. 29(1). (มกราคม-มีนาคม): 54-60.
- พรชัย ฉันทวิเศษลักษณ์. (2559). “การนำเสนอเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนในรายการ สารคดีโทรทัศน์ไทย”. *วารสารศาสตร์*. 9(1). มกราคม-เมษายน: 33-77.

- มัทนา แซ่เตียว. (2565). “ทักษะการสร้างสรรค์ใหม่ใน New Media. ใน อุดิษา ครุฑเสน (บ.ก.)
คู่มือ New Media – New Gen เส้นทางสู่สื่ออาชีพรุ่นใหม่. (น.49-53). สมาคมวารสาร
ศาสตร์ ธรรมศาสตร์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๔ เฉลิมพระเกียรติ
พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา ๗
รอบ ๕ ธันวาคม ๒๕๕๔*. ราชบัณฑิตยสถาน.
- เลนาร์ด โครน. (2546). แปลโดย กรินทร์ กลิ่นขจร. *อะบิ-ชะบิ สำหรับศิลปิน นักออกแบบ
กวี & นักปรัชญา*. สำนักพิมพ์สวนเงินมีมา.
- วรพล สุทธินันท์. (2552). *คำราชนิพนธ์ของพราหมณ์*. ออฟเซ็ท เพรส.
- วสันต์ จันทร์ประสิทธิ์. (2561). “การใช้สื่อสังคมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว: จากงานวิจัยสู่กลยุทธ์
การตลาด”. วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร. 13(2)
พฤษภาคม-สิงหาคม: 1-17.
- ศรีศักร วัลลิโภดม. (2542). *ภูเขาศักดิ์สิทธิ์กับความเป็นสากล*. เมืองโบราณ, 25(3), 9-22.
- สมชาย พรหมสุวรรณ. (2548). *หลักการทัศนศิลป์*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2568). *ถ้าพระนางใน/ถ้าเพชร*.
สืบค้นจาก [https:// www.naturalsite.onep.go.th](https://www.naturalsite.onep.go.th).
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual
tourism) : เทรนด์ท่องเที่ยวที่ไม่ตกยุค*. Tourism Economic Review, 2(1), 55-68.
- องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ. (2563). “Tourism Human Capital Development”.
สืบค้นจาก: <https://www.unwto.org/>.
- อรุณศักดิ์ กิ่งมณี. (2552). *แกะรอยพระคณะศ*. มิวเซียมเพรส.
- อุไรศรี วรสารินและคณะ. (2545). *พระคณะศ เทพเจ้าแห่งศิลปวิทยา*. กรมศิลปากร
- Berger, A.A. (1992). *Popular, Culture, Genres : Theories and Text*. Sage.
- Chompunuch Pongjit, Ruchi Agarwal. (2023). “spiritual folklore tourism: Tourists’ experience
at Naga Cave in Thailand”. ResearchGate, 18 (2): 236-256. Available from
<https://doi.org/10.1558/firn.26830>
- De Valck, Kristine, Gerrit H., Van Bruggen and Berend Wierenga. (2009). Virtual Communities:
A Marketing Perspective. Decision Support Systems. 47 (3): 185-203. Available from
<https://doi.org/10.1016/j.dass.2009.02.008>

- Gerbner, G. (1989). *International encyclopedia of communications*. Oxford University Press.
- Fiske, J. (1987). *Reading the Popular*. Methuen.
- Gillian R. (2022). *Visual Methodologies An Introduction to Researching with Visual Materials*. Sage.
- Goddard, A. (1998). *The language of advertising*. Routledge.
- Hana, B. and Joseph M. Cheer. (2017). "Yoga tourism: Commodification and western embracement of eastern spiritual practice". *Tourism Management Perspectives*, 24, 208–216. Available from <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.013>
- Hayward, S. (2006). *Cinema Studies*. Routledge.
- InsightERA. (2024). "Update Digital2024 Thailand ๑๓๓ We are social และ Meltwater" Available from http://www.insightera.co.th/digital-2024-thailand/?utm_source=chatgpt.com
- Jakobson, R. (1987). *Language in literature*. The Belknap Press of Harvard University Press.
- Kozinets, R. V. (2002). "The field behind the screen: using Netnography for marketing research in online communities". *Journal of Marketing Research*. 39 (1): 61-72. Available from <https://doi.org/10.1509/jmkr.39.1.61.18935>
- Korokawa, K. (1994). *Philosophy of symbiosis*. Academy Editions.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media the extensions of man*. McGraw Hill.
- Palotai Design. (2023). Connecting to spiritual Thailand. Available from <https://acrobat.adobe.com/id/urn:aaid:sc:ap:583a25a2-5ab3-4f31-b59f-578601a76271?viewer%21megaVerb=group-discover>
- Poggendorf, L. (2023). "New paradigm of spiritual tourism: adding an important layer to sustainable tourism". Available from <https://www.researchgate.net/publication/362454274>.
- McQuail, D. (2000). *McQuail's mass communication theory*. Sage.
- Nadech Kugimiya and Grit Thonglert . (2020). "The creation of video clip for community tourism, Rong Kla Village, Nakhon-Thai district, Phitsanulok province.". *Proceeding of RSU International Research Conference 2020*, 1 May 2020: 1333-1341.
- Sammon, R . (2019). *Photo therapy motivation and wisdom discovering the power of pictures*. Independently Published.
- Schirato, T & S. Yell. (2000). *Communication and Culture : An Introduction*. Sage.
- Schwandt, T. A. (1997). *Qualitative inquiry a dictionary of terms*. Sage.

Siamganes.com. (2568). “พระพรหม”. สืบค้นจาก <https://www.siamganes.com>

Subhadee, M., Soumendra, B., Seema, S., Singha. (2020). “Religious to spiritual tourism: An era of paradigm shift in India”. Journal of Xi'an University of Architecture & Technology, 12(2), 427-438. Available from <https://ssrn.com/abstract=3546903>.



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณชเรศ อัมมะระัญญ

ตำแหน่งบริหาร หัวหน้าสาขาวิชาการเขียนบทและการกำกับภาพยนตร์และซีรีส์

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

ประวัติการศึกษา

- นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยรังสิต
- ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

ชื่อ รองศาสตราจารย์ ดร. กฤษณ์ ทองเลิศ

ตำแหน่งบริหาร รองอธิการบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา และคณบดีวิทยาลัยนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยรังสิต

ประวัติการศึกษา

- นิเทศศาสตรบัณฑิต(เกียรตินิยม) สาขาวิชาการกระจายเสียงวิทยุและโทรทัศน์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย