



การสักยันต์ในฐานะซอฟต์แวร์ของไทย

Thai Tattoo “Sak Yant” as a Thai Soft Power

Received 5 March, 2024

กฤษฎา พรหมเวศ¹ Krissada Promvek

Revised 6 June, 2024

ปรัชญา ชุมนาสีว² Prachaya Chumnaseaw

Accepted 11 June, 2024

บทคัดย่อ

การสักยันต์เป็นหนึ่งในซอฟต์แวร์ของไทยที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจ เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้างมูลค่าให้กับเศรษฐกิจของประเทศผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มโนทัศน์ของศาสตราจารย์โจเซฟ ไนย์ถูกนำมาใช้อธิบายมูลเหตุที่ทำให้สหรัฐอเมริกาประสบความสำเร็จในฐานะผู้นำโลกซึ่งเกิดขึ้นเพราะการสร้าง ‘ความดึงดูด’ มิใช่จากอำนาจทางเศรษฐกิจและการทหารเพียงอย่างเดียว ตลอดระยะเวลานานมากกว่า 100 ปีการสักยันต์ไทยได้มีพัฒนาการอย่างต่อเนื่องทั้งรูปแบบ วิธี ลวดลาย ตลอดจนความหมายของรอยสักได้เปลี่ยนแปลงตามความเชื่อของผู้คนในแต่ละยุคสมัยซึ่งตอบโจทย์ทั้งในแง่ความเชื่อและความสวยงาม ช่วยให้การสักยันต์ของไทยมีชื่อเสียงอย่างก้าวกระโดด โดยหากต้องการให้การสักยันต์สามารถเป็นสื่อกลางทางวัฒนธรรม เพื่อแทรกซึมชุดความคิดและภาพลักษณ์การสักยันต์ไทยให้ทั่วโลกจดจำ จะต้องมีการวางยุทธศาสตร์อย่างเป็นระบบและกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนในระยะยาว ดังนี้ 1) สร้างคอนเทนต์เกี่ยวกับการสักยันต์ไทย 2) พัฒนาศิลปะและการออกแบบลายสักยันต์ให้สวยงามและร่วมสมัย 3) การขยายฐานกลุ่มเป้าหมายผู้สักยันต์

¹ รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชารัฐกิจ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Assoc.Prof. at Department of Public Administration, Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University

E-mail: sodanarak@gmail.com

² รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชารัฐกิจ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Assoc.Prof. at Department of Public Administration, Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University



4) สร้างเทศกาลดึงดูดนักท่องเที่ยว และ 5) บริหารจัดการการสักยันต์ให้มีมาตรฐานและคุณภาพ และเป็นซอฟต์แวร์อย่างแท้จริง

คำสำคัญ: อำนาจละมุน การสักยันต์ วัฒนธรรมไทย ทูตทางวัฒนธรรม การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

Abstract

Thai Tattoo “Sak Yant” is one of Thai’ soft power that attracting attention among foreigners. This phenomenon holds promise for enhancing Thailand’ s economic value and stimulating its economy through cultural tourism. Professor Joseph Nye’ s conception has been used to explain the reasons for the United States' success as a world leader. It is not only from economic and military power, but also 'attraction' power. More than 100 years, Thai tattooing has developed continuously, both styles, methods, patterns, and meanings. It has changed according to the beliefs of people in each era which encompassing their designs and associated beliefs. It has helped Thailand's tattooing become famous. However, as “ Sak Yant” grows in popularity and culture media, there is a need for the government to establish systematic strategy and clear long-term goals. These strategies should address five key issues; Firstly, to create content about Thai tattoos “ Sak Yant” ; Secondly, to develop the art and design be beautiful and contemporary; Thirdly, to expand the target audience of the Thai tattoos; Fourthly, to create a festival to attract tourists and Finally, to manage Thai Tattoos to enhance Thailand’s global appeal.

Key words: Soft power, Thai Tattooing “ Sak Yant” Thai culture, Cultural capital, Adding the economic value



บทนำ

Soft Power ถูกใช้เป็นเครื่องมือการตลาดที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยสินค้าและบริการที่นิยมนำมาใช้เป็น soft power ได้แก่ อาหาร ความบันเทิง ตัวอย่างเช่น เกาหลีใต้ที่มีการนำเสนอโนบาย Hallyu ‘ฮันรยู’ แปลว่า ‘คลื่นวัฒนธรรมเกาหลี’ (Koreanwave) ผ่านละครและภาพยนตร์ (K-Drama) รวมทั้งดนตรี (K-Pop) มาใช้ในการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าของประเทศ (กฤตพร แซ่อึ้ง, 2562, น. 1-2) ในขณะที่ญี่ปุ่นนำเสนอโนบาย Cool Japan ที่เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจของญี่ปุ่นโดยใช้จุดเด่นของสินค้าและบริการที่เป็นเอกลักษณ์เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเยือนประเทศญี่ปุ่นส่งผลให้เกิดการบริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้น (ณัฐณิชา ภูวสิริโรจน์, 2563, น.1) ทำให้คนไทยและชาวต่างชาติหันมาให้ความสนใจกับคำว่า soft power (อำนาจละมุน) และใช้คำนี้กันอย่างแพร่หลายเพื่อกำหนดพันธกิจและเป้าประสงค์ของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษาและวิชาการและภาคประชาสังคม การแพร่หลายของ soft Power ในสังคมไทยเป็นผลจากศิลปินที่มีชื่อเสียง เช่น ลิซ่า Blackpink ได้ลงรูปตนกับอาหารไทย เช่น ลูกชิ้นปิ้ง หมูกระทะ โรตีสายไหม ไข่เจียวกุ้งสับ น้ำปลาพริกลงในสื่อโซเชียลทำให้อาหารเหล่านี้ได้รับความนิยมไปด้วย (Varichviralya Srisai, 2566) เป็นการช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจจนทำให้ประชาชนคาดหวังให้รัฐบาลสนับสนุนการสร้างพลังสร้างสรรค์หรือ soft power ของประเทศ สร้างความนิยมให้กับประเทศไทยในระดับนานาชาติ เผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต สร้างมูลค่าและสร้างรายได้ รวมทั้งการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาต่อยอดศิลปะ วัฒนธรรม และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น (นิศรา ชัยเขียว, 2566)

นอกจากอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยแล้วสิ่งหนึ่งที่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก็คือการสักยันต์ การสักยันต์เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญอยู่คู่สังคมไทยมาอย่างยาวนานและสะท้อนบริบทหนึ่งของความเชื่อในสังคมไทย (พรรษา เครือคล้ายและนพดล อินทร์จันทร์, 2565, น.73) ซึ่งในปัจจุบันนอกจากจะมีกลุ่มผู้สักยันต์ชาวไทยแล้วการสักยันต์ยังได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติทั้งในเอเชียและยุโรป ทั้งนี้พบว่า การสักยันต์ไทยมีมูลค่าการตลาดสูงสามารถทำเงินเข้าประเทศได้ราวปีละ 100 ล้านบาท และกำลังได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติในประเทศแถบเอเชียและยุโรป (ไทยรัฐออนไลน์, 2561)



ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาการสักระยัณฑ์ไทยได้แพร่กระจายเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติอย่างรวดเร็ว ศิลปินต่างชาติที่มีชื่อเสียงเดินทางมาสักระยัณฑ์ไทยอย่างต่อเนื่อง เช่น วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2567 นายเอด ชีแรน (Ed Sheeran) ศิลปินชาวอังกฤษที่ชื่นชอบรอยสักได้มาสักระยัณฑ์กับอาจารย์แห่ง คຸ່มมันตรารักรัษ เมื่อภาพการสักระยัณฑ์ได้เผยแพร่ออกไปในสื่อออนไลน์ก็ทำให้การสักระยัณฑ์ไทยได้รับความสนใจจากผู้ติดตามชาวต่างชาติเพิ่มมากขึ้นทำให้การสักระยัณฑ์ของไทยกลับมาเป็นกระแสอีกครั้ง (กรุงเทพฯ, 2567) การสักระยัณฑ์ของศิลปินต่างชาติดังกล่าวสื่อให้เห็นว่าในปัจจุบันการสักระยัณฑ์ ไม่ได้เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ที่ต่ำต้อยแต่เพียงอย่างเดียวหากแต่ยังเชื่อมโยงไปถึงแฟชั่นและความสวยงามในกลุ่มคนที่ชื่นชอบรอยสักอีกด้วย จนคนที่ชื่นชอบรอยสักเมื่อเดินทางมาประเทศไทยต้องหาโอกาส มาสักระยัณฑ์ไทย (กรุงเทพฯ, 2567)

การสักระยัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของ soft power ของไทยที่สามารถส่งออกวัฒนธรรมไทย ไปในระดับนานาชาติผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทำให้เศรษฐกิจหมุนเวียนและนำทุนทาง วัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับประเทศเช่นเดียวกับที่เกิดขึ้นในประเทศญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ดังนั้น บทความวิชาการนี้ผู้เขียนจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอภาพของการสักระยัณฑ์ ในฐานะ soft power ของไทยรวมถึงโอกาสและความเป็นไปได้ในการที่การสักระยัณฑ์จะมีศักยภาพ เป็นตัวขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ของรัฐบาลไทยภายใต้แนวคิดเรื่องซอฟต์พาวเวอร์ ของโจเซฟ ไนย์ โดยใช้วิธีวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) เพื่อพิจารณาหาความเชื่อมโยง ระหว่าง soft power กับการสักระยัณฑ์ไทย โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วนดังนี้ ส่วนที่ 1 จากแนวคิด Soft power สุนโยบาย Soft power ของไทย ส่วนที่ 2 การสักระยัณฑ์จากความเชื่อพื้นบ้านสู่ซอฟต์ พาวเวอร์ ส่วนที่ 3 โมเดลสร้างสรรค์เพื่อสนับสนุนการสร้างการสักระยัณฑ์ให้เป็นซอฟต์พาวเวอร์

จากแนวคิด Soft power สุนโยบาย Soft power ของไทย

แนวคิดเรื่อง soft power หรือ อำนาจละมุนเป็นแนวคิดของศาสตราจารย์โจเซฟ ไนย์ (Joseph Nye) แห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ได้กล่าวถึง soft power ไว้ว่าเป็นการที่ผู้อื่นเต็มใจ กระทำในสิ่งที่ [ผู้ใช้อำนาจ] ต้องการผ่านการดึงดูด ชักจูงหรือครอบงำมากกว่าการบีบบังคับ หรือการจ่ายเงิน (Joseph S. Nye, 2004: 5) กล่าวคือ เป็นการครอบงำที่ทำให้ผู้อื่นร่วมมือ หรือปฏิบัติตามความต้องการของเราโดยไม่รู้สึกรู้ว่าตนเองถูกบีบบังคับและอาจนินยอมชอบด้วย



เนื่องจากได้ผลประโยชน์ร่วมกัน (บวร โทศรีแก้ว, 2015 อ้างถึงใน กฤตพร แซ่ฮึง, 2562, น.3) โดย soft power เกิดขึ้นจากความน่าดึงดูดของวัฒนธรรม, อุดมคติทางการเมือง, และนโยบายต่างๆ ของแต่ละประเทศ เมื่อไหร่ก็ตามที่นโยบายของประเทศนั้น ๆ ถูกมองว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องดีงาม ในสายตาของประเทศอื่นๆ จะส่งผลให้ soft power มีพลังมากยิ่งขึ้น โดยข้อคิดสำคัญของอำนาจละมุนที่ต่างจากอำนาจกระด้างคือ “ความเต็มใจที่จะทำการ” ของผู้ถูกกระทำจากอำนาจ ซึ่งมีลักษณะของการ “ดึงดูด” (pull) ผู้ถูกกระทำเข้าหาอำนาจจากความดึงดูด (attraction) ในสิ่งซึ่งอำนาจนั้นได้เป็น มิใช่การผลักไส (push) อำนาจสู่ผู้ถูกกระทำ (พนธกร วรภมรและณณริฎ พิศลยบุตร, 2565)

โดยมโนทัศน์ของศาสตราจารย์โจเซฟ ไนย์ถูกนำมาใช้อธิบายมูลเหตุที่ทำให้สหรัฐอเมริกา ประสบความสำเร็จในฐานะผู้นำโลก ซึ่งเกิดขึ้นเพราะการสร้าง ‘ความดึงดูด’ มิใช่จากอำนาจทาง เศรษฐกิจและการทหารเพียงอย่างเดียว ที่สะท้อนให้เห็นผ่านตัวอย่างต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ผ่านวัฒนธรรมป๊อปอย่างภาพยนตร์ฮอลลีวูด วงการเพลง หรือสินค้าแบรนด์เนม การเมือง การปกครองในรูปแบบประชาธิปไตย เสรีภาพ และสิทธิมนุษยชน รวมถึงนโยบายต่างประเทศ อย่างเช่น USAID หรือทุนการศึกษา เป็นต้น (พนธกร วรภมรและณณริฎ พิศลยบุตร, 2565)

โดยปัจจัยพื้นฐานของ soft power มีด้วยกัน 3 ประการ ได้แก่ วัฒนธรรม ค่านิยมทางการเมืองและนโยบายต่างประเทศ (กฤตพร แซ่ฮึง, 2562, น. 3 -5, กฤษพนธ์ ศรีอ่วม, 2564, น. 26-28,)

1. วัฒนธรรม (Culture) คือ ชุดของค่านิยมและการปฏิบัติที่สร้างความหมายให้แก่สังคม สามารถแสดงออกได้หลากหลายรูปแบบ โดยทั่วไปจะแบ่งออกเป็นวัฒนธรรมชั้นสูง เช่น วรรณกรรม, ศิลปะ และการศึกษากับวัฒนธรรมสมัยนิยมที่มุ่งเน้นไปที่ความบันเทิงเป็นหลัก หากวัฒนธรรมของประเทศหนึ่งมีความสอดคล้องกับผลประโยชน์และค่านิยมของประเทศอื่น ๆ โอกาสที่วัฒนธรรมดังกล่าวจะกลายเป็น soft power ของประเทศนั้นก็จะมีมากขึ้น ซึ่งช่องทางที่ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นที่รู้จักนั้นมีอยู่หลากหลายไม่ว่าจะเป็น การค้า การเยี่ยมเยือน การติดต่อสื่อสาร และการแลกเปลี่ยน



2. ค่านิยมทางการเมือง (Political values) หากประเทศดังกล่าวมีค่านิยมทางการเมืองที่สอดคล้องกับประเทศอื่นๆ soft power ของประเทศนั้น ๆ ก็จะเพิ่มมากขึ้น ในทางกลับกัน ถ้าค่านิยมของประเทศดังกล่าวขัดกับค่านิยมของประเทศอื่น ๆ อย่างชัดเจน soft power ของประเทศนั้นก็จะลดลง เช่น การแบ่งแยกสีผิว (Racial segregation) ของสหรัฐอเมริกา ในทศวรรษที่ 1950 เป็นผลทำให้ soft power ของสหรัฐอเมริกาในทวีปแอฟริกันนั้นน้อย

3. นโยบายต่างประเทศ (Foreign policies) ถือเป็นอีกปัจจัยหลักที่มีศักยภาพในการสร้าง soft power ถ้าหากประเทศหนึ่งดำเนินนโยบายที่ก้าวร้าว หน้าไหว้หลังหลอก (Hypocritical) และไม่แยแสต่อท่าทีของประเทศอื่นๆ ในเวทีการเมืองโลก โอกาสในการสร้าง soft power ก็จะลดลง เช่นกรณีของสหรัฐอเมริกาที่บุกยึดอิรักในปี ค.ศ. 2003 โดยที่ไม่สนใจฟังเสียงคัดค้านของประเทศอื่น ๆ ส่งผลทำให้ soft power ของสหรัฐฯ ในอิรักไม่ประสบความสำเร็จ แต่ถ้าประเทศดังกล่าวมีนโยบายต่างประเทศที่รักสันติภาพและเคารพในสิทธิมนุษยชน โอกาสที่จะสร้าง soft power ก็จะมีเพิ่มมากขึ้น

ซึ่งผลบวกด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรมอันเกิดจาก soft power ของประเทศเกาหลีใต้ ที่ใช้ soft power ผลักดันประเทศให้อยู่ในความสนใจของทั่วโลกสร้างกระแสความสนใจต่อวัฒนธรรมสมัยนิยมของเกาหลีใต้ เช่น ดนตรี ภาพยนตร์ แฟชั่น และอาหาร ในการสร้างภาพลักษณ์ประเทศ สินค้า และบริการเกาหลี เป็นสินค้าส่งออกจนผู้คนในประเทศเริ่มมีคุณภาพชีวิตที่ดีมากขึ้น (อนุรักษ์ บรรดาศักดิ์, 2567) ทำให้หน่วยงานภาครัฐของไทยตื่นตัวมากขึ้น ในการพยายามเข้ามาสนับสนุนวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ของไทยเพื่อใช้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศ กระทรวงวัฒนธรรมซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องสำคัญ ได้มีการพัฒนาแนวนโยบายเพื่อการยกระดับงานวัฒนธรรม ซึ่งมีประเด็นการยกระดับ soft power ไทยสู่เวทีโลกเป็นส่วนหนึ่ง โดยมุ่งเน้นการนำ “อัตลักษณ์ท้องถิ่น” เข้ามาใช้ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร ภาพยนตร์ ศิลปะการต่อสู้ งานประเพณี หรือแฟชั่น ทั้งนี้คณะรัฐมนตรีของนายเศรษฐา ทวีสินได้มีมติสนับสนุนพลังสร้างสรรค์หรือ soft power ของประเทศ เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2566 โดยให้ยกระดับความรู้ ความสามารถ และความคิดสร้างสรรค์ของคนไทยให้สร้างมูลค่าและสร้างรายได้ รวมทั้งการอนุรักษ์ ฟื้นฟูและพัฒนาต่อยอด



ศิลปะ วัฒนธรรม และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยให้หน่วยราชการร่วมกันขับเคลื่อนและผลักดัน softpower ของไทยที่อยู่ในอำนาจหรือเกี่ยวข้อง เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรม การแสดง อาหาร ดนตรี ให้เกิดผลเป็นรูปธรรมและขยายวงกว้างออกไปมากยิ่งขึ้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้แบ่งซอฟต์แวร์ไทยออกเป็น 5 ด้านหรือ 5F ได้แก่ 1) Food – อาหาร 2) Festival – งานเทศกาล 3) Fighting – ศิลปะการต่อสู้ 4) Fashion – ผ้าไทยและการออกแบบแฟชั่น และ 5) Film– ภาพยนตร์ ซึ่งการแบ่งดังกล่าวเป็นกรอบเชิงรูปธรรมที่ช่วยให้เห็นและเข้าใจซอฟต์แวร์แบบจับต้องได้ว่ามีประเภทใดหรือเกี่ยวกับเรื่องใดบ้าง (ภัทรพร รักเปี่ยม, 2566) จากการศึกษาของ Kellogg School of Management มหาวิทยาลัยนอร์ทเวสเทิร์นที่ทำวิจัยกับผู้บริหารองค์กรทั่วโลกกว่า 50 คน ที่เคยปฏิสัมพันธ์กับคนไทยและองค์กรไทยเผยให้เห็นมุมมองของซอฟต์แวร์ของไทย ๆ ว่ามีคุณลักษณะเด่น 5 ประการ หรือ 5F ได้แก่ 1) Fun – สนุกสนาน 2) Flavoring – มีรสชาติ 3) Fulfilling – เต็มเต็ม 4) Flexibility – ยืดหยุ่น 5) Friendliness - เป็นมิตร (ภัทรพร รักเปี่ยม, 2566) จากการสำรวจของ “ไทยรัฐโพล” ระหว่างวันที่ 15 – 22 มกราคม 2567 ที่สำรวจความเห็นของผู้อ่านที่มีต่อนโยบายซอฟต์แวร์ของรัฐบาลนายกรัฐมนตรีนายเศรษฐา ทวีสิน มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 1,595 ราย มีคำถามข้อหนึ่งถามว่า “คุณคิดว่าอะไรคือซอฟต์แวร์ของประเทศไทย” คำตอบส่วนใหญ่ได้แก่ อาหาร, การท่องเที่ยว, มวยไทย นอกจากคำตอบเหล่านี้แล้วยังมีผู้ตอบจำนวนหนึ่งพูดถึงการสักยันต์ แสดงให้เห็นว่าการสักยันต์เป็นอีกหนึ่งซอฟต์แวร์ที่สำคัญของไทย (อมรินทร์ ทวี, 2567)

การสักยันต์จากความเชื่อพื้นบ้านสู่ซอฟต์แวร์

ความเชื่อในเรื่องคาถาอาคมเครื่องรางของขลังมีมาตั้งแต่โบราณ โดยมีปรากฏหลักฐานว่ามีเครื่องรางผ้ายันต์เข้ามาในประเทศไทยจากเขมรเมื่อครั้งก่อนพุทธกาล เดิมคาถาเหล่านี้จารึกไว้บนผ้าที่เรียกว่า “ผ้ายันต์” และพัฒนามาเป็น “เสื่อยันต์” ซึ่งทหารไทยสวมใส่เพื่อป้องกันตัวในสนามรบ โดยมีต้นแบบมาจากขอมในขณะที่ยังครอบครองดินแดนสุวรรณภูมิเมื่อประมาณ 1,400 ปีที่แล้ว และได้พัฒนามาเป็นการสักยันต์บนร่างกายจนถึงทุกวันนี้ (วัจนพล ศรีชุมพวง, 2566) การสักยันต์สามารถแยกออกได้เป็นสองส่วน ได้แก่ คำว่า “สัก” หมายถึงการนำเหล็กแหลม



จุ่มหมึกหรือน้ำมันมาทิมแทงลงไปทีผิวหนังเพื่อให้เกิดอักขระ ลวดลาย กับคำว่า “ยันต์” ซึ่งหมายถึง รูปอักขระ อักขระขอมเขียนตามหลักธรรมของพระพุทธศาสนาและแบบลวดลายตามความเชื่อ (Liu, Q., 2565, p.8) การสักยันต์ไม่ได้มุ่งเน้นเรื่องความสวยงามหรือเพื่องานศิลปะอย่างการสักทั่วไป แต่มีจุดประสงค์หลักในเรื่องของความเชื่อทางไสยศาสตร์ เช่น อยู่ยงคงกระพัน แคล้วคลาดปลอดภัย โดยมีความเชื่อว่ารูปแบบลายสักหรือยันต์แต่ละชนิดจะให้คุณที่ต่างกัน (วิจนพล ศรีชุมพวง, 2566, กุลธีรา อุดมพงศ์วัฒนาและคณะ, 2554) โดยเน้นผลทางจิตวิทยา เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้มีความเชื่อมั่นก่อให้เกิดปาฏิหาริย์ ช่วยคลายความกังวลและก่อให้เกิดการสร้างความมั่นใจและเป็นสิ่งที่ยึดเหนี่ยวจิตใจในการดำเนินชีวิต (วรรณนิภา ขวนชม, 2553) จากหลักฐานการสักยันต์ในประเทศไทยนั้นมีมาตั้งแต่สมัยโบราณเห็นได้จากเอกสารหลักฐานต่าง ๆ เช่น คัมภีร์โบราณ ตำราเลขยันต์ พงศาวดาร วรรณคดี คำบอกเล่า ตามประวัติศาสตร์ไทย ในสมัยกรุงศรีอยุธยามีการสู้รบกันบ่อยครั้งชาวไทยจะสักยันต์เพื่อป้องกันภัยหรือเพื่อให้อยู่ยงคงกระพัน แม้กระทั่งพระมหากษัตริย์ของไทยเช่นสมเด็จพระนเรศวรมหาราชก็ยังมีรอยสักยันต์บนพระวรกาย โดยทั่วไปประชาชนในภาคต่าง ๆ ของไทยจะนิยมการสักยันต์และอาคมเพื่อป้องกันอันตรายจากสัตว์ร้ายและสงคราม (พูนทรัพย์ โพธิ์พันธุ์, 2549) โดยมีการเสกเป่าคาถากำกับไว้ทุกครั้งที่มีสักยันต์อัญเชิญครูบาอาจารย์มาคุ้มครองปกป้องรักษา ซึ่งผู้สักยันต์จะต้องมีความเลื่อมใสศรัทธา เคารพเชื่อฟังและปฏิบัติตามคำสั่งสอนของครูอาจารย์และต้องมีคุณธรรม ประพฤติปฏิบัติตามหลักธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนา (พระอธิการอาทิตย์ อาทโร และพระมหาวิโรจน์ คุตตวิโร, 2566) ในปัจจุบันการสักยันต์ก็ยังคงปรากฏให้เห็นอยู่ แม้ว่าลวดลายรูปแบบรวมทั้งความหมายของการสักยันต์นั้นจะเป็นของใหม่ต่างจากความเชื่อดั้งเดิมแต่ก็ยังเชื่อว่าเป็นตัวแทนของสิ่งศักดิ์สิทธิ์และเป็นหนึ่งในเครื่องรางของขลังที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้สักยันต์ (วรรณนิภา ขวนชม และคณะ, 2554) ส่วนผู้ที่ได้รับการสักยันต์จะต้องปฏิบัติตามข้อบังคับที่แต่ละสำนักกำหนดไว้ เช่น ห้ามด่าบิดามารดา ห้ามลบหลู่ครูอาจารย์ เป็นต้น

การสักยันต์ไทยจะมี 2 รูปแบบ คือ 1) การสักน้ำมัน มีมาตั้งแต่สมัยโบราณ ส่วนมากใช้น้ำมันจันทร์หอมแว่นหรือน้ำมันงาขาวผสมกับแร่เกาเหล่านและผงสะเก็ดดาว อาจผสมน้ำมันช้างตกมัน น้ำมันเสือโคร่ง หรือสิ่งอื่น ๆ ที่เป็นมงคลลงไป การสักน้ำมันหลังจากตกสะเก็ดมักจะไม่มีลวดลายซึ่งผู้ที่ไม่ต้องการให้คนอื่นรู้หรือเห็นรอยสักของตนมักจะเลือกวิธีนี้ ในปัจจุบันการสักน้ำมัน



เป็นที่นิยมในคนหนุ่มสาวเพราะต้องการสักเพื่อพุทธคุณอย่างเดียว ซึ่งที่มีความเชื่อมโยงกับกฎระเบียบ ค่านิยมทางสังคม โดยเฉพาะหน่วยงานของรัฐที่ไม่อนุญาตให้ข้าราชการในหน่วยงานมีรอยสักหรือไม่รับผู้ที่มีรอยสักเข้าทำงาน บางครอบครัวบิดามารดาก็ไม่อนุญาตให้บุตรหลานของตนสักเพราะกลัวสังคมจะมองว่าเป็นคนไม่ดี (Liu Qin, 2565, น. 30, วัชรินทร์ ศรีวิริยะกิจ, 2553, น.47) 2) การสักหมึก จะใช้หมึกจีนผสมกับน้ำพระพุทธรูป อาจมีการนำดีหมึก ดีเสื่อ ดีงูเห่ามาผสมด้วย เวลาสักมักจะมีการบริการธูปธูปเทียนไปตลอดเวลาเพื่อส่งพระเวทลงไปในรอยสักเหล่านั้น โดยลายสักหมึกนี้จะติดร่างกายของผู้สักตลอดไปเพื่อให้มองเห็นและตระหนักถึงความขลังที่คุ้มครองผู้สักจะได้ประพฤติปฏิบัติตัวให้อยู่ในกรอบของศีลธรรมอันดีให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์คุ้มครองเพิ่มอภิไศขย์หนุนดวงให้ผู้สักประสบความสำเร็จตามที่ตนปรารถนามากยิ่งขึ้น (ชลพรรษ ดวงนภา, 2553, น.13)

การเขียนยันต์ส่วนใหญ่จะใช้อักษรขอมโดยเขียนด้วยยอของพระคาถาแต่ละบทเนื่องจากข้อจำกัดด้านเนื้อที่จึงจำเป็นต้องใช้อักษรย่อ ส่วนตัวเลขที่อยู่ในยันต์ก็ย่อมาจากอักษรของพระคาถา ในการลงยันต์หากยันต์นั้นมีคาถากำกับก็จะต้องภาวนาคาถานั้นพร้อมกันกับการลงยันต์ไปด้วยฉะนั้นจึงต้องใช้สมาธิขั้นสูง ส่วนขั้นตอนการลงยันต์จะปฏิบัติตามที่ได้เล่าเรียนกันมาจากครูบาอาจารย์ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาตามแนวทางของแต่ละสำนัก (พระอธิการอาทิตย์ อาทโรและพระมหาวิโรจน์ คุณตวิโร, 2566) พอพล สุโกใส อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาตะวันออก คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร (อ้างถึงในมณีสร์ วรณศิริกุล และสิทธิเดช มั่นทอง, 2563) กล่าวถึงการเลือกใช้อักษรขอมในการสักยันต์เอาไว้ว่า เนื่องจากอักษรขอมมีรูปแบบอักขระวิธีที่ง่ายต่อการเขียนภาษาบาลีมากกว่าการใช้อักษรไทย นอกจากนี้อักษรขอมยังแสดงถึงความศักดิ์สิทธิ์ การสักยันต์จึงแสดงถึงความศักดิ์สิทธิ์หรือความขลังของทั้งตัวอักษรและพระคาถาที่ใช้ปลุกเสกเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน หลายครั้งที่พบว่าการเขียนอักษรขอมบนตัวยันต์ผิดเพี้ยนไปทั้งในด้านของรูปทรงและลายเส้นที่เปลี่ยนตำแหน่งหรือสั้นยาวต่างกันซึ่งมีผลต่อการตีความรูปตัวอักษรหรือบางครั้งก็นำเอาอักษรไทยเข้าไปปนเพื่อให้ง่ายต่อการจำ อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ไม่ได้ส่งผลต่อการทำความเข้าใจความหมายบนตัวยันต์ (มณีสร์ วรณศิริกุลและสิทธิเดช มั่นทอง, 2563)



ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา 100 ปี การสักรยันต์ไทยได้มีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง ทั้งรูปแบบ วิธี ลวดลาย ตลอดจนความหมายของรอยสักได้เปลี่ยนแปลงตามความเชื่อของผู้คน ในแต่ละยุคสมัย อาจารย์สักรยันต์แต่ละสำนักอาจมีการประยุกต์ลายสักที่เหมาะสมสอดคล้อง กับความต้องการของแต่ละบุคคลมากขึ้น ซึ่งตอบโจทย์ทั้งในแง่ความเชื่อและความสวยงาม ช่วยให้การสักรยันต์ของไทยมีชื่อเสียงอย่างก้าวกระโดดจนชาวต่างชาติที่มีชื่อเสียงระดับโลกหลายคน ต้องมาสักรยันต์ที่ประเทศไทย เหตุการณ์ที่ทำให้การสักรยันต์ของไทยเป็นที่สนใจในระดับโลก ก็คือการที่นางแอนเจลินา โจลี นักแสดงฮอลลีวูดเดินทางมาสักรยันต์ห้าแถวและยันต์เสือเหลียวหลัง กับอาจารย์หนู กันภัย ทำให้การสักรยันต์เริ่มขยายเป็นแฟชั่นของโลกตะวันตก ส่วนหนึ่งเป็นเพราะ ความสวยงามและเรื่องราวของรอยสักที่แตกต่างกันออกไปทำให้ชาวต่างชาติให้ความสนใจ ในการสักรยันต์ไทยเพิ่มมากขึ้น ไม่ใช่แค่นางแอนเจลินา โจลีเท่านั้นที่ให้สักรยันต์ไทย แต่ยังมีศิลปินที่มี ชื่อเสียงระดับโลกหลายคนสนใจและเดินทางมาสักรยันต์ที่ประเทศไทย เช่น สตีเวน ซีเกล (Steven Seagal), บรูค ชิลด์ส (Brooke Shields), ไรอัน ฟิลลิปเป (Ryan Phillippe) รวมถึง โอลิเวอร์ ไชคส์ (Oliver Sykes) ทำให้การสักรยันต์ของไทยได้รับกระแสตอบรับในเชิงบวกมากขึ้น (กรุงเทพมหานคร, 2567)

นอกจากนางแอนเจลินา โจลีแล้ว นางสาวอีวา ซู เบ็ค (Eva zu Beck) ผู้มีอิทธิพลด้าน การท่องเที่ยวจากประเทศโปแลนด์เป็นอีกหนึ่งคนที่มีบทบาทสำคัญที่ทำให้การสักรยันต์ไทย เป็นที่สนใจของชาวต่างชาติมากขึ้นเมื่อเธอโพสต์เรื่องราวการสักรยันต์ของเธอลงในสื่อโซเชียล (โพสต์ ทุเดย์, 2564) นอกจากนี้เว็บไซต์ Luxury Travel Magazine หนึ่งในเว็บไซต์แนะนำสถานที่ ที่ท่องเที่ยวได้เขียนแนะนำการสักรยันต์ว่าเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่ไม่ควรพลาดเมื่อเดินทางมาเที่ยว ประเทศไทย (โพสต์ ทุเดย์, 2564) โดยอธิบายว่าการสักรยันต์เป็นกิจกรรมที่ทำให้รู้สึกว่าได้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมท้องถิ่นรวมถึงได้เห็นถึงขั้นตอน กรรมวิธีและรายละเอียดของการสักรยันต์ ไทยที่ละเอียดอ่อนและที่สำคัญจะได้รับคำแนะนำเรื่องลวดลายและความหมายของรอยสักที่เลือก อีกด้วย (กรุงเทพมหานคร, 2567) ดังนั้นการสักรยันต์ในปัจจุบันนี้จึงไม่ได้เกี่ยวข้องกับ ความเชื่อเพียงอย่างเดียวแต่ยังเชื่อมโยงไปถึงแฟชั่นและความสวยงามของกลุ่มคนที่ชื่นชอบรอยสักและยันต์ ไทยทำให้การสักรยันต์มีชื่อเสียงในระดับโลก



ในปัจจุบันชาวต่างชาติที่นิยมมาสักยันต์ในไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถแบ่งชาวต่างชาติที่นิยมมาสักยันต์ในไทยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ด้วยกัน (ไทยรัฐ, 2567) ได้แก่

1. กลุ่มที่เชื่อในพุทธคุณ ส่วนใหญ่เป็นชาวจีนและชาวฮ่องกง ซึ่งมักจะเน้นสักยันต์ที่ส่งเสริมเสน่ห์เมตตามหานิยม คำขายดี เช่น ยันต์จิ้งจก กวางเหลียวหลัง

2. กลุ่มที่นิยมลวดลายอักขระ ส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรป ซึ่งมักจะนิยมสักยันต์ประเภทอยู่ยงคงกระพัน หรือมหาอุด เช่น เสือเผ่น หนุมานเชิญธง กลุ่มนี้มองการสักยันต์เป็นงานศิลปะ ต่างจากคนไทยที่เชื่อว่าถ้าสักยันต์ประเภทนี้มากจะทำให้การเงินติดขัด แต่กลุ่มนี้จะเน้นเรื่องของความสวยงามมากกว่าความเชื่อ

จากการสัมภาษณ์อาจารย์แห่ง คัมภีร์มंत्रารักษ์ โดย BrandAge Online (2567) พบว่าสาเหตุของการที่ชาวต่างชาติเดินทางมาสักยันต์ในไทยมีสาเหตุสำคัญ 3 ประการได้แก่

1) เพื่อเตือนสติ หรือเพื่อให้มีที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ

ไม่ว่าคนไทยหรือชาวต่างชาติที่มาสักยันต์นั้นจะมีข้อห้ามคล้ายกัน เช่นการห้ามด่าว่าบุพพการี การประพฤติดุลกลูกเมียคนอื่น อาจารย์ผู้ทำการสักยันต์จะสอนให้แก่ผู้มาสักยันต์ทุกคน คำสอนและข้อห้ามต่าง ๆ คือข้อเตือนใจในการใช้ชีวิตอย่างมีสติ เมื่อรู้ว่าจะกระทำผิดให้ระลึกถึงหรือมองลายยันต์ที่สักเอาไว้

2) ชื่นชอบในศิลปะความสวยงามของลายยันต์ไทยที่มีความเป็นเอกลักษณ์

เป็นความชื่นชอบของแต่ละบุคคลที่ต้องการลวดลายต่าง ๆ รวมถึงพุทธคุณส่งเสริมให้มีเสน่ห์สำหรับคนอื่น ๆ ในการมองลายยันต์บนศิลปะเรือนร่างของตัวเอง

3) เพื่อแก้ปัญหาชีวิตด้วยอักขระลายยันต์

ลายยันต์นั้นสามารถเป็นกำลังใจให้แก่ผู้สักในการแก้ไขปัญหาชีวิตที่พ่วงด้วยพุทธคุณแรงครู ปาฏิหาริย์ความสำเร็จ ทำให้คนที่ท้อแท้และอยากได้กำลังใจดีขึ้น การบอกเล่าประสบการณ์ของคนที่สักไปแล้วประสบความสำเร็จก็จะแนะนำให้คนอื่นมาสัก ทำให้การสักยันต์จึงเป็นวิธีการแก้ปัญหาอีกช่องทางในชีวิต (BrandAge Online, 2567)



ชาวต่างชาติที่นิยมการสักยันต์นอกจากชาวตะวันตกอีกกลุ่มหนึ่งคือชาวจีน โดยพบว่าไม่กี่ปีที่ผ่านมาการสักยันต์ได้รับความนิยมจากชาวจีนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ (Liu, Q., 2565, น.3) ในช่วงแรกเป็นการพาชาวจีนที่อยากสักยันต์ไปสักยันต์ไทยกับเกจิอาจารย์หรือพระสงฆ์ที่ประเทศไทย เช่น วัดบางพระ จังหวัดนครปฐม ต่อมาเมื่อมีผู้ที่ต้องการสักยันต์เพิ่มมากขึ้นจึงเชิญเกจิอาจารย์หรือนิมนต์พระสงฆ์มาสักยันต์ให้ชาวจีนที่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนโดยเกจิอาจารย์หรือพระสงฆ์จะมาทำการสักยันต์ในสถานที่ทำการสักยันต์ที่ได้เตรียมไว้ให้ เช่น สำนักสักยันต์ Miss Bangkok Two และสำนักสักยันต์ Xian Luo Fo Ji ในเมืองเฉิงตู มณฑลเสฉวน ในแต่ละวันจะสักยันต์ไทยให้แก่ผู้ศรัทธาชาวจีนหลายสิบคน ติดต่อกันเป็นเวลา 3 – 5 วัน โดยชาวจีนที่มาสักยันต์นั้นมีทั้งผู้ชายและผู้หญิง และมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกๆ ปี แสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมการสักยันต์ไทยนั้นเป็นที่แพร่หลายและได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้นในหมู่ชาวจีน (Liu,Q, 2565, น.3-4)

การสักยันต์ให้กับชาวจีนจะใช้เข็มสักแบบดั้งเดิมเป็นหลักเพราะเห็นว่าเป็นการสักยันต์ไทยที่แท้จริง สัมผัสได้ถึงวัฒนธรรมการสักยันต์ซึ่งแตกต่างจากการสักแบบทั่วไป แต่เนื่องจากผู้ที่มาสักยันต์ชาวจีนเพิ่มจำนวนขึ้นส่งผลให้อาจารย์สักยันต์บางท่านเปลี่ยนไปใช้เข็มสักแบบเครื่องสักไฟฟ้า (Liu, Q., 2565, น.33 – 39) รูปแบบยันต์ที่สักมี 3 รูปแบบคือ 1) รูปแบบสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เช่น รูปพระ 2) รูปแบบอักขระและยันต์ต่าง ๆ เช่นยันต์อักขระเป็นแถว และ 3) รูปแบบผสมผสาน ได้แก่ รูปแบบสิ่งศักดิ์สิทธิ์ผสมผสานกับอักขระเลขยันต์และรูปลักษณ์ต่าง ๆ สิ่งที่นิยมสักมักเป็นสีดำตามคติความเชื่อการสักแบบไทยและสีแดงตามความเชื่อของชาวจีนซึ่งเชื่อว่าเป็นสิริมงคล (Liu, Q., 2565, น.66 - 71) ส่วนความเชื่อเรื่องการสักยันต์พบว่ามี 5 ด้านด้วยกันได้แก่ 1) โชคลาภ 2) เมตตามหานิยม 3) ป้องกันภัย 4) สุขภาพ และ 5) อำนาจของยันต์ในด้านลบ โดยจุดมุ่งหมายที่ทำให้ชาวจีนเลือกสักยันต์ไทยมี 2 ประการคือ 1) เพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจ และ 2) เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เช่นเพื่อให้ได้ลาภ ทรัพย์สิน เงินทอง เป็นต้น (Liu, Q., 2565, น.73 - 97) ส่วนปัจจัยที่ทำให้ความเชื่อในการสักยันต์ของชาวจีนเปลี่ยนแปลงไป มี 2 ประการ คือ 1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ ความคิด การศึกษา การไม่ประสบผลตามที่คาดหวังจากการสักยันต์ และ 2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ แรงกดดันจากคนในครอบครัว ผู้คนในสังคม กฎกติกาทางสังคม ค่าใช้จ่ายที่สูงในการสักยันต์ โรคระบาด และการขาดคุณสมบัติในการสักยันต์ของผู้สักยันต์



ผลที่ตามมาจากการสักรักษ์ยัณต์มีสองประการคือ ผลเชิงบวก คือช่วยสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจ และผู้ที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก ช่วยสืบทอดและเผยแพร่วัฒนธรรมการสักรักษ์ยัณต์ และส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่วนผลเชิงลบนั้นเกิดจากผู้ประกอบการธุรกิจการสักรักษ์ยัณต์ไทยที่ต้องการลดต้นทุนจึงเลือกใช้เก็จอาจารย์ที่ไม่มีคุณสมบัติมาสักรักษ์ยัณต์ส่งผลให้ชาวจีนบางส่วนคลายความเชื่อ และมองภาพการสักรักษ์ยัณต์ไทยในภาพลบ (Liu Qin ,2565, น.97 -109)

โมเดลสร้างสรรค์เพื่อสนับสนุนการสร้างการสักรักษ์ยัณต์ให้เป็นซอฟต์แวร์

การสักรักษ์ยัณต์เป็นศิลปะแขนงหนึ่งซึ่งเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติทั้งในแง่ศิลปะและความเชื่อ ความศรัทธามีความสำคัญไม่แพ้เครื่องมือในการเผยแพร่ซอฟต์แวร์อื่น ๆ ของประเทศไทย ซึ่งรัฐบาลไทยควรให้ความสนใจโดยการผลักดันวัฒนธรรมการสักรักษ์ยัณต์ของไทยให้คนทั่วโลกรู้จัก สร้างมุมมองของคนต่างประเทศที่มีต่อวัฒนธรรมการสักรักษ์ยัณต์ของไทย รวมถึงการหารายได้จาก การสักรักษ์ยัณต์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการสักรักษ์ยัณต์เข้าประเทศไทย อย่างไรก็ตามการสักรักษ์ยัณต์ไทยควร ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ หากต้องการให้การสักรักษ์ยัณต์สามารถเป็นสื่อกลาง ทางวัฒนธรรม เพื่อแทรกซึมชุดความคิดและภาพลักษณ์การสักรักษ์ยัณต์ไทยให้ทั่วโลกจดจำ ต้องผ่านการวางยุทธศาสตร์อย่างเป็นระบบและกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนในระยะยาว ผู้เขียนขอเสนอปัจจัยสำคัญที่จะสร้างสรรค์ให้การสักรักษ์ยัณต์ไทยให้เป็นซอฟต์แวร์เป็นที่ยอมรับ ในระดับนานาชาติดังนี้

1) สร้างคอนเทนต์เกี่ยวกับการสักรักษ์ยัณต์ไทย เพื่อช่วยสร้างภาพลักษณ์ สร้างเนื้อหา ผ่านสื่อต่างๆ เช่น ภาพยนตร์ ละครซีรีส์ ที่สะท้อนถึงความเชื่อเรื่องการสักรักษ์ยัณต์ไทย เปิดโอกาสให้เรื่องราวการสักรักษ์ยัณต์ไทยเป็นที่ยอมรับและเผยแพร่ไปสู่สายตาชาวต่างชาติ โดยผ่านผู้มีอิทธิพล อาทิ ดารา นักแสดง และศิลปิน T-popและระดับนานาชาติ ที่สามารถช่วยโปรโมทแคมเปญส่งเสริมการขายที่สร้างสรรค์และสร้างการรับรู้และยอมรับ ให้กับการสักรักษ์ยัณต์ โดยคนดังเหล่านี้จะกลายเป็นทูตทางวัฒนธรรมที่สามารถช่วยให้การสักรักษ์ยัณต์ไทย สามารถเข้าถึงฐานผู้ชื่นชอบการสักรักษ์ยัณต์ในระดับนานาชาติที่กำลังเติบโตและมีส่วนช่วยในการ เผยแพร่วัฒนธรรมการสักรักษ์ยัณต์ไทยไปทั่วโลก



2) **พัฒนาศิลปะและการออกแบบลายสักยันต์ให้สวยงามและร่วมสมัย** ช่วยสนับสนุนและให้โอกาสแก่ศิลปินและนักออกแบบให้มีส่วนร่วมในการออกแบบลายสักยันต์กับอาจารย์สักยันต์สำนักต่าง ๆ สามารถสร้างสรรค์ผลงานศิลปะที่สวยงามร่วมกับความเชื่อความศรัทธาในลายสักยันต์ไทย

3) **การขยายฐานกลุ่มเป้าหมายผู้สักยันต์** โดยปกติแล้วผู้สักยันต์ไทยคือกลุ่มชาวไทยและชาวต่างชาติในประเทศแถบเอเชียที่มีความเชื่อความศรัทธาในความศักดิ์สิทธิ์ของยันต์ไทย แต่เมื่อช่องทางการเผยแพร่รอยสักยันต์ไทยมีมากขึ้นจะพบว่าผู้หันมาชื่นชอบรอยสักยันต์ไทยเพิ่มมากขึ้น เช่นผู้ชื่นชอบศิลปะและรอยสักซึ่งเป็นชาวตะวันตก ซึ่งเป็นการสร้างความแปลกใหม่แก่กลุ่มเป้าหมายนี้ทำให้การสักยันต์ขยายฐานจากกลุ่มคนไทยไปสู่กลุ่มใหม่ในระดับนานาชาติต่อไป

4) **สร้างเทศกาลดึงดูดนักท่องเที่ยว** จัดเทศกาลที่สำคัญเกี่ยวกับการสักยันต์ไทย เช่น เทศกาลไหว้ครูและประชาสัมพันธ์การสักยันต์ไทยในสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่สนใจอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดประกวดลายสักยันต์ไทย เพื่อให้การสักยันต์ไทยเป็นที่รู้จักและเผยแพร่ไปยังสายตาชาวต่างชาติ

5) **บริหารจัดการการสักยันต์ให้มีมาตรฐานและคุณภาพและเป็นซอฟต์แวร์อย่างแท้จริง** โดยหน่วยงานภาครัฐเร่งพิจารณาดำเนินการใน 2 เรื่องที่สำคัญดังนี้

เรื่องที่ 1 แนวทางการจัดการการสักยันต์ให้มีมาตรฐานและคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบการให้บริการการสักของสำนักสักยันต์เอกชนหรือวัด ควรดำเนินการโดยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 วรรคหนึ่ง มาตรา 12 วรรคสอง มาตรา 14 วรรคสาม มาตรา 17 วรรคสอง มาตรา 18 วรรคสี่ และมาตรา 26 แห่งพระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2559 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขออก 1) กฎกระทรวงการอนุญาตประกอบกิจการสถานประกอบการเพื่อการสักยันต์ พ.ศ..... ที่ควรประกอบด้วย หมวด 1 การขอรับใบอนุญาตและการออกใบอนุญาต หมวด 2 การขอต่ออายุใบอนุญาต และการให้ต่ออายุใบอนุญาต หมวด 3 การขอโอนใบอนุญาต การขอรับโอนใบอนุญาต และการอนุญาต หมวด 4 การขอและการออกใบแทนใบอนุญาต และหมวด 5 การเปลี่ยนแปลงแก้ไขรายการในใบอนุญาต 2) กฎกระทรวงกำหนดมาตรฐานด้านสถานที่ ความปลอดภัย และการให้บริการในสถานประกอบการเพื่อกิจการสักยันต์ พ.ศ..... ที่ควรประกอบด้วย หมวด 1 มาตรฐานด้านสถานที่ หมวด 2 มาตรฐานด้านความปลอดภัย



และหมวด 3 มาตรฐานด้านการให้บริการ และ 3) การออกใบอนุญาต (License) สำหรับผู้สัักยันต์ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้รับบริการ

เรื่องที่ 2 แนวทางการจัดการการสัักยันต์ให้เป็นซอฟต์แวร์อย่างแท้จริง ควรดำเนินการโดยใช้กลไกขับเคลื่อนสำคัญในกระบวนการซอฟต์แวร์ การสัักยันต์ คือ การใช้ความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ต่อยอดต้นทุนวัฒนธรรม และภูมิปัญญา ให้พัฒนาทั้งรายได้และคุณภาพชีวิตของผู้ประกอบกิจการ รวมถึงการจัดการให้เกิดระบบนิเวศสร้างสรรค์ที่เอื้อให้เกิดบรรยากาศ สภาพแวดล้อม และโครงสร้างสังคมที่ความคิดสร้างสรรค์จะเกิดขึ้นได้อย่างอิสระเสรี ไม่ถูกปิดกั้น ความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบการกล้าคิด กล้าดัดแปลงขนบความเชื่อ เกิดเป็นโมเดลธุรกิจที่สะท้อนภาพลักษณ์ใหม่ของประเทศไทยพาอัตลักษณ์การสัักยันต์ของไทยให้ไปสู่ระดับโลก โดยการจัดทำคู่มือเป็นหมวดหมู่พร้อมภาพประกอบและสร้างแอปพลิเคชันอินไซด์การสัักยันต์ที่รวมถึงกิจการไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบการให้บริการของเอกชนหรือวัดที่ดำเนินการให้มีมาตรฐานและคุณภาพตามเรื่องที่ 1 เผยแพร่อย่างเป็นระบบของการจัดการความรู้ในสื่อออนไลน์ทุกช่องทาง ในด้านรูปแบบลักษณะและความเชื่อการสัักยันต์ในสังคมไทย

บทสรุป

การสัักยันต์เป็นหนึ่งในซอฟต์แวร์ของไทยที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจ เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้างมูลค่าให้กับเศรษฐกิจของประเทศ หากภาครัฐต้องการจะสนับสนุนให้การสัักยันต์เป็นซอฟต์แวร์เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างชื่อเสียงแก่ประเทศแล้ว ภาครัฐจำเป็นจะต้องคำนึงว่าวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ขายได้ถ้าเกิดเรารู้จักการสร้างคุณค่า การสัักยันต์เป็นส่วนหนึ่งของ soft power ของไทยที่สามารถส่งออกวัฒนธรรมไทยไปในระดับนานาชาติผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทำให้เศรษฐกิจหมุนเวียนและนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับประเทศเช่นเดียวกับที่เกิดขึ้นในประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้

มนัทัศน์ของศาสตราจารย์โจเซฟ ไนย์ถูกนำมาใช้อธิบายมูลเหตุที่ทำให้สหรัฐอเมริกาประสบความสำเร็จในฐานะผู้นำโลก ซึ่งเกิดขึ้นเพราะการสร้าง ‘ความดึงดูด’ มิใช่จากอำนาจทางเศรษฐกิจและการทหารเพียงอย่างเดียว ที่สะท้อนให้เห็นผ่านตัวอย่างต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น



ผ่านวัฒนธรรมพออย่างภาพยนตร์ฮอลลีวูด วงการเพลง หรือสินค้าแบรนด์เนม การเมืองการปกครองในรูปแบบประชาธิปไตย เสรีภาพ และสิทธิมนุษยชน รวมถึงนโยบายต่างประเทศ ซึ่งผลบวกด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรมอันเกิดจาก soft power ของประเทศเกาหลีใต้ที่ใช้ soft power ผลักดันประเทศให้อยู่ในความสนใจของโลก สร้างกระแสความสนใจต่อวัฒนธรรมสมัยนิยมของเกาหลีใต้ เช่น ดนตรี ภาพยนตร์ แฟชั่น และอาหาร ในการสร้างภาพลักษณ์ประเทศ สินค้า และบริการเกาหลี เป็นตัวส่งออกจนผู้คนในประเทศเริ่มมีคุณภาพชีวิตที่ดีมากขึ้น

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา 100 ปี การสัักยันต์ไทยได้มีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง ทั้งรูปแบบ วิธี ลวดลาย ตลอดจนความหมายของรอยสักได้เปลี่ยนแปลงตามความเชื่อของผู้คน ในแต่ละยุคสมัย อาจารย์สัักยันต์แต่ละสำนักอาจมีการประยุกต์ลายสักที่เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของแต่ละบุคคลมากขึ้น ซึ่งตอบโจทย์ทั้งในแง่ความเชื่อและความสวยงาม ช่วยให้การสัักยันต์ของไทยมีชื่อเสียงอย่างก้าวกระโดดจนชาวต่างชาติที่มีชื่อเสียงระดับโลกหลายคนต้องมาสัักยันต์ที่ประเทศไทย โดยหากต้องการให้การสัักยันต์สามารถเป็นสื่อกลางทางวัฒนธรรม เพื่อแทรกซึมชุดความคิดและภาพลักษณ์การสัักยันต์ไทยให้ทั่วโลกจดจำ ต้องผ่านการวางยุทธศาสตร์อย่างเป็นระบบและกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนในระยะยาว ดังนี้ 1) สร้างคอนเทนต์เกี่ยวกับการสัักยันต์ไทย 2) พัฒนาศิลปะและการออกแบบลายสัักยันต์ให้สวยงามและร่วมสมัย 3) การขยายฐานกลุ่มเป้าหมายผู้สัักยันต์ 4) สร้างเทศกาลดึงดูดนักท่องเที่ยว และ 5) บริหารจัดการการสัักยันต์ให้มีมาตรฐานและคุณภาพและเป็นซอฟต์แวร์อย่างแท้จริง ในเรื่องที่ 1 แนวทางการจัดการการสัักยันต์ให้มีมาตรฐานและคุณภาพ และเรื่องที่ 2 แนวทางการจัดการการสัักยันต์ให้เป็นซอฟต์แวร์อย่างแท้จริง



เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. (2567). “ลัทธิยันต์ไทย” หมายความว่าชาวต่างชาติที่หลงใหลในรอยสัก.” สืบค้น 28 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/1112933>
- กฤษพนธ์ ศรีอ่วม. (2564). การสำรวจปัญหาและแนวทางการพัฒนานโยบายเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมคาแรคเตอร์ไทยผ่านมุมมองซอฟต์แวร์. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤตพร แซ่อึ้ง. (2562). นโยบาย Soft power กับการส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ ค.ศ. 1997-ปัจจุบัน. (บทความวิจัย ปรินธิญาอักษรศาสตร์บัณฑิต). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร. สืบค้นเมื่อ 28 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <http://isas.arts.su.ac.th/wp-content/uploads/2562/history/05590554.pdf>
- กุลธีรา อุดมพงศ์วัฒนา, จาริณี ตาพันไกล, ชนกนาถ ไชยพรหม และประสพชัย พสุนนท์. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการสักยันต์: กรณีศึกษาผู้มาสักยันต์กับอาจารย์เอื้อ วัดหนองอ้อ อำเภอโพธารามจังหวัดราชบุรี. ใน รายงานสืบเนื่องจากการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ประจำปีการศึกษา 2554. น. 588 – 594 อุดรธานี: สำนักงานโครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- ชลพรรษ ดวงนภา. (2553). รอยสัก: จากความเชื่อ...สู่แฟชั่น. ตราด: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตราด.
- ณัฐณิชา ภูสิริโรจน. (2563). นโยบาย Cool Japan กับการส่งเสริมเศรษฐกิจประเทศญี่ปุ่น. (สารนิพนธ์ ปรินธิญาอักษรศาสตร์บัณฑิต). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร. สืบค้น 28 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <http://isas.arts.su.ac.th/wp-content/uploads/2563/social/05600687.pdf>
- ไทยรัฐ. (2567). “ลัทธิยันต์ จีนนิยมพุทธคุณ ยุโรปหลงใหลศิลปะ ซอฟต์แวร์ไทยเดินสายทั่วโลก”. สืบค้น 27 กุมภาพันธ์ 2567 จาก https://www.thairath.co.th/scoop/theissue/2762687?gallery_id=3



ไทยรัฐออนไลน์, (2561). “ดัชนีศักยภาพไทยโกอินเตอร์ เผยค่าลัทธิแพงสุดในโลกภาพละ 3 แสน.”

สืบค้น 15 มิถุนายน 2567. จาก

<https://www.thairath.co.th/news/local/south/1229037>

นิศรา ชัยเขียว. (2566). “การจัดการความรู้ด้าน Soft Power ของสำนักงานปลัดกระทรวง

วัฒนธรรม”. สืบค้น 15 มิถุนายน 2567. จาก [http://www3.ru.ac.th/mpa-](http://www3.ru.ac.th/mpa-abstract/files/2566_1693540056_6414832061.pdf)

[abstract/files/2566_1693540056_6414832061.pdf](http://www3.ru.ac.th/mpa-abstract/files/2566_1693540056_6414832061.pdf)

พนธกร วรภมรและนณริฏ พิศลยุบุตร. (2565), “Soft power ไทย เหตุใดจึงยังไม่เวิร์ค”. TDRI.

สืบค้น 28 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://tdri.or.th/2022/04/soft-power-thai/>

พรรษา เครือคล้ายและนพดล อินทร์จันทร์. (2565). “การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากลายย่นต์

ไทย สำหรับกลุ่มคนเจนเอชวันวาย”. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*. 5(1):

72 – 81.

พระอธิการอาทิตย์ อาทโร (เกิดแจ่ม) (2565). *กุศโลบายในการสอนธรรมจากการสักยันต์ใน*

สังคมไทย. (วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัย

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

พระอธิการอาทิตย์ อาทโรและพระมหาวิโรจน์ คุตตวีโร. (2566). “กุศโลบายในการสอนธรรมจาก

การสักยันต์ในสังคมไทย”. *วารสาร มจร บาลีศึกษาพุทธโฆสปริทรรศน์*. 9(1): 13 – 22.

พูนทรัพย์ โพธิ์พันธุ์.(2549). *การศึกษาเรื่องการสักของคนไทยสมัยอยุธยาถึงสมัยรัชกาลที่ 5*

(พ.ศ.1893 – 2453). (วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย

ศรีนครินทรวิโรฒ.

ภัทรพร รักเปี่ยม. 2566. “จุฬาฯ ชูธงร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วย Soft Power ไทยผ่านงานวิจัย

และนวัตกรรม เนะ 2ท. หนุนพลังวัฒนธรรมให้แข็งแกร่ง”. สืบค้น 28 กุมภาพันธ์ 2567

จาก<https://www.chula.ac.th/highlight/132705/>



- มณิสร วรณศิริกุล และสิทธิเดช มั่นทอง.(2563). “อักษรกำกับยันต์ ยันต์กำกับคน”. สืบค้น 28 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://nisitjournal.press/2020/11/03/sak-yant-tattoo/>
- วรรณนิภา ขวนชม. (2553). *ความเชื่อเรื่องการสักยันต์หัวแถวหนุนดวง: ศึกษากรณีสำนักยันต์ อาจารย์หนูกันภัย*. (วิทยานิพนธ์สังคมวิทยามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วรรณนิภา ขวนชม, บุญยง ชื่นสุวิมล และนิติ ภาวครพันธ์. (2554). “ทุนและพื้นที่: ศึกษากรณีการก่อตัวของกลุ่มสักยันต์หัวแถวหนุนดวงในกรุงเทพมหานคร”. *วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*. 22 (1): 100 – 108.
- วัจนพล ศรีชุมพวง. (2566). *สักยันต์และเครื่องรางของขลัง ความเชื่อจากโบราณกาล*. สืบค้น 28 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.benarnews.org/thai/news/th-ss-belief-tattoos-09202023141336.html>
- วัชรศน์ ศรีวิริยะกิจ. (2553). “รอยสัก” ศิลปะบนเรือนร่างของมนุษย์”. *วารสารพิบูล*. 8(1) : 39-63.
- หลิว ฉิน และ อีร์โชติ เกิดแก้ว. (2566). “การศึกษาเปรียบเทียบยันต์ไทยในประเทศไทยกับยันต์ฮั่นในสาธารณรัฐประชาชนจีน”. ในวิฑวัส ดิษยะศริน สัตยารักษ์ (บ.ก.), *รายงานสืบเนื่องจากการประชุม การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 14*. น. 769 – 783. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
- อนรรักษ์ บรรดาศักดิ์. (2567). *เจาะลึกความสำเร็จ “Soft Power” เกาหลีใต้ พร้อมใช้เป็นโมเดลในการผลักดันและขับเคลื่อนเศรษฐกิจ*. สืบค้น 15 มิถุนายน 2567 จาก <https://tja.or.th/view/tjacyberreporter/hi-ligth-news/1450071>
- อมรินทร์ ทีวี. (2567). “เมื่อนิยาม Soft Power กลายเป็นคำถามใหญ่ในสังคม เปิด 4 มุมมอง Soft Power คืออะไร”. สืบค้น 28 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.amarintv.com/spotlight/insight/detail/58620>



BrandAge Online. (2567). “ลัทธิย่นต์” อีกรูมหนึ่งใน *Soft Power* ที่โด่งดังข้ามประเทศ จนต่างชาติ
จองคิวกันล้มหลามข้ามปี. สืบค้น 28 กุมภาพันธ์ 2567 จาก
<https://www.brandage.com/article/37902>

Liu, Q. (2565). รูปแบบและความเชื่อการลัทธิย่นต์ไทยของกลุ่มชาวจีนในประเทศไทยและ
สาธารณรัฐประชาชนจีน. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). สมุทรปราการ:
มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.

Nye, J. S. Jr. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York,
USA: Public Affairs.

Varichviralya Srisai, (2566). “ข้าวไข่เจียวกึ่งพันล้านสตรีม กับ 20 ซอฟต์พาวเวอร์ไทยที่ ‘ลิซ่า’
ดันให้...ปังทั่วโลก!” สืบค้น 27 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.lips-mag.com/lisa-blackpink-soft-power/>