

ภาพลักษณ์และการนำเสนอตัวเองของ “ครูบาคติใหม่” ในฐานะ “สินค้าทางความเชื่อ”

ณัฐพงศ์ ดวงแก้ว

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

dk.nattapong@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งหวังศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ (image constructing) และการนำเสนอตัวตน (self-presentation) ของกลุ่มพระสงฆ์ที่เรียกว่า “ครูบาคติใหม่” ในฐานะสินค้าทางความเชื่อ (product of belief) ประเภทหนึ่ง จากการศึกษาพบว่า การสร้างภาพลักษณ์ของครูบาคติใหม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของครูบาศรีวิชัยและสอดคล้องกับความต้องการและพื้นฐานความเชื่อทางศาสนาของผู้คนในสังคม อีกทั้งกลุ่มครูบาคติใหม่นำเสนอตัวเองในช่องทางต่าง ๆ อีกมากมาย เช่น หนังสือประวัติ เพลงประวัติ รายการโทรทัศน์ และสื่อสังคมออนไลน์ การสร้างภาพลักษณ์และการนำเสนอตัวตนของครูบาคติใหม่เป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้คนในสังคมสนใจ และหลงใหลมาศรัทธาต่อตัวครูบาคติใหม่เป็นจำนวนมาก

[วารสารธรรมศาสตร์ ปีที่ 35 ฉบับที่ 3 ปี พ.ศ. 2559]

คำสำคัญ: ครูบาคติใหม่, การสร้างภาพลักษณ์, การนำเสนอตัวเอง, สินค้าทางความเชื่อ, ภาพลักษณ์
ครูบาศรีวิชัย

Image and Self-Presentation of “Neo-Kruba” as “A Product of Belief”

Nattapong Doungkaew

Faculty of Liberal Arts, Thammasat University

dk.nattapong@gmail.com

Abstract

The purpose of this article is to study the construct of image and the self-presentation of monks who call “Neo-Kruba” that is one of “the product of belief”. The results of the study revealed that the construct of “Neo-Kruba”’s image is not only relevant to the image of Kru-ba Sriwichai, but also consistent with the needs and basic belief of the society. At the same time, they have been promoted themselves through biography books, biography music, TV program or social media. As a result, the “Neo-Kruba” are at spotlight and become faithful.

[Thammasat Journal, Volume 35 No.3, 2016]

Keywords: Neo-Kruba, Image making, Self-presentation, A Product of Belief, Kru-ba Sriwichai
Image

บทนำ

ภายหลังทศวรรษ 2470 เกิดกระแสการผลิตซ้ำและสร้างภาพลักษณ์ครูบาศรีวิชัยขึ้น¹ กระแสดังกล่าวดำเนินมาอย่างต่อเนื่อง และได้รับอิทธิพลจากกระแสล้านนานิยม ในช่วงทศวรรษ 2530 ทำให้กระแสดังกล่าวมีบทบาทและอิทธิพลต่อการรับรู้และความเข้าใจของผู้คนในสังคมมากยิ่งขึ้น กระแสดังกล่าวทำให้ครูบาศรีวิชัยกลายเป็นพระสงฆ์รูปสำคัญที่สุดในภาคเหนือ บดบังความสำคัญของพระสงฆ์รูปอื่น ๆ ที่อยู่ร่วมสมัยกัน

กระแสการผลิตซ้ำและสร้างภาพลักษณ์ได้สร้างการรับรู้และความเข้าใจใหม่ต่อภาพลักษณ์ครูบาศรีวิชัยให้แก่คนในพื้นที่ภาคเหนือ รวมถึงผู้คนในสังคมปัจจุบัน ในปัจจุบันผู้คนส่วนใหญ่จึงรับรู้หรือเข้าใจเรื่องราวเกี่ยวกับครูบาศรีวิชัยเพียงแค่ว่า ครูบาศรีวิชัยเป็นนักบุญแห่งล้านนาไทย เป็นพระนักพัฒนาที่สร้างและบูรณะพุทธสถานสำคัญจำนวนมากในภาคเหนือ เป็นพระผู้สร้างถนนขึ้นดอยสุเทพ เป็นต้นแบบของพระสงฆ์ตามจารีตล้านนา เป็นพระเกจิรูปสำคัญในพุทธศาสนาไทย รวมถึงเข้าใจว่าครูบาศรีวิชัยเป็นแบบแผนและความหมายของการเป็น “ครูบา” เพียงเท่านั้น

จากอิทธิพลของกระแสที่กล่าวมาข้างต้น การรับรู้และความเข้าใจต่อคำว่า “ครูบา” ของผู้คนในสังคมทำให้ในช่วง 3 ทศวรรษที่ผ่านมา มีพระสงฆ์นำภาพลักษณ์ครูบาศรีวิชัยมาใช้นำเสนอตัวเอง และได้รับการเรียกขานจากสาธารณชนรวมถึงเรียกขานตัวเองด้วยคำว่า “ครูบา” เพิ่มมากขึ้นและมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องด้วย ซึ่งบทความนี้จะเรียกกลุ่มครูบาดังกล่าวว่า “ครูบาคติใหม่”

“ครูบาคติใหม่” มักมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือ มักนำเสนอภาพลักษณ์ของตนเองให้เชื่อมโยงและสัมพันธ์กับภาพลักษณ์และเรื่องราวที่เกี่ยวกับครูบาศรีวิชัยที่ถูกสร้างขึ้นจากกระแสการผลิตซ้ำและการสร้างภาพลักษณ์ เช่น การนุ่งจีวรสีกรักแดงหรือกรักน้ำตาล นุ่งห่มแบบบริดดอก ห้อยลูกประคำ ถือไม้เท้า ใช้ตาลปัตรที่ทำจากใบลานหรือขนนกยูง มักทำท่าทางหรือแสดงออกกับกิริยาที่คล้ายคลึงกับภาพลักษณ์ครูบาศรีวิชัยที่ปรากฏให้เห็นทั่วไปในสังคม รวมถึงการกล่าวว่าหรือเชื่อกันว่าเป็นครูบาศรีวิชัยหรือหนึ่งในสามสิบสองขวัญของครูบาศรีวิชัยกลับชาติมาเกิด ซึ่งขวัญเป็นความเชื่อของคนในท้องถิ่นภาคเหนือ เป็นต้น

การนำเสนอภาพลักษณ์ของกลุ่มครูบาคติใหม่ในลักษณะดังกล่าวนี้ เป็นที่สนใจจากผู้คนในสังคมจำนวนมากและทำให้ครูบาคติใหม่มีชื่อเสียง โดยมีกลุ่มคนชนชั้นกลางทั้งจากในและนอกพื้นที่ภาคเหนือ กลุ่มชาวบ้านทั่วไปในภาคเหนือ รวมถึงกลุ่มชาติพันธุ์และชนกลุ่มน้อยต่าง ๆ จำนวนมากต่างหลั่งไหลเข้ามาเลื่อมใสศรัทธาต่อครูบาคติใหม่ นำมาซึ่งทุนปัจจัยและแรงปัจจัยจำนวนมากมหาศาลเพื่อหวังที่จะได้ร่วมสร้างบุญและเป็นส่วนหนึ่งของผู้ศรัทธาครูบาคติใหม่

¹ กระแสการผลิตซ้ำและสร้างภาพลักษณ์ครูบาศรีวิชัยหลังทศวรรษ 2470 ประกอบด้วยหลายช่องทาง เช่น หนังสือชีวประวัติ เพลงขอประวัติครูบาศรีวิชัย อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัย ภาพถ่ายครูบาศรีวิชัย เครื่องราง-วัตถุมงคลครูบาศรีวิชัย มุขปาฐะตำนานเรื่องเล่าเกี่ยวกับครูบาศรีวิชัย เป็นต้น

บทความนี้มุ่งศึกษาการสร้างและการนำเสนอภาพลักษณ์ของกลุ่มครุบาติใหม่ในฐานะ “สินค้าทางความเชื่อ” ประเภทหนึ่ง ที่ผู้คนในสังคมสามารถเลือกที่จะบริโภคได้ตามรสนิยมและความต้องการ ซึ่งรสนิยมและความต้องการทางศาสนาเหล่านั้น จะสัมพันธ์กับพื้นฐานความเชื่อทางศาสนา และสถานะความไม่มั่นคงในการดำเนินชีวิตในโลกยุคปัจจุบัน

กระแสการผลิตซ้ำและการสร้างภาพลักษณ์ครุบาศรีวิชัย ทศวรรษ 2470 – ปัจจุบัน

หลังทศวรรษ 2470 เป็นต้นมา มีกระแสการผลิตซ้ำภาพลักษณ์และสร้างภาพลักษณ์ครุบาศรีวิชัย ขึ้นหลายประการ เช่น หนังสือชีวประวัติครุบาศรีวิชัย ²ประวัติครุบาศรีวิชัย ภาพถ่ายครุบาศรีวิชัย อนุสาวรีย์ครุบาศรีวิชัย เครื่องรางและวัตถุมงคลครุบาศรีวิชัย รวมถึงตำนานมุขปาฐะต่าง ๆ กระแสดังกล่าวทำให้ครุบาศรีวิชัยกลายเป็นบุคคลสำคัญของท้องถิ่นภาคเหนือในฐานะ “ต้นบุญแห่งล้านนา” กลายเป็นตัวแทนความหมายของคำว่า “ครุบา” ซึ่งในบทความนี้จะกล่าวถึงเพียงหนังสือชีวประวัติครุบาศรีวิชัยเท่านั้น

จนถึงปัจจุบัน (2560) มีหนังสือประวัติครุบาศรีวิชัยผลิตออกมาจำนวนมากกว่า 46 ฉบับ ซึ่งถือได้ว่าเป็นพระสงฆ์ที่มีงานเขียนชีวประวัติมากรูปหนึ่ง และถูกผลิตซ้ำและตีพิมพ์อยู่อย่างต่อเนื่อง³ เช่น ฉบับของพระอานันท์ พุทธิธมโม ตีพิมพ์ซ้ำกว่า 9 ครั้ง จำนวนกว่า 72,000 เล่ม ซึ่งล่าสุดได้นำมาตีพิมพ์อีกครั้ง ในปี 2558 ในนามสมาคมชาวลำพูน โดยส่วนใหญ่มีเนื้อหาหลัก ๆ อยู่ 4 ประเภท และหนึ่งองค์ประกอบสำคัญ เช่น 1) ประวัติในส่วนของกำเนิด 2) การเข้าสู่เพศบรรพชิตและการศึกษา 3) ประวัติการณ์ข้อขัดแย้งระหว่างครุบาศรีวิชัยและรูปแบบศาสนาใหม่ที่กำหนดโดยรัฐส่วนกลาง และ 4) งานบูรณะพุทธสถานสำคัญในเขตพื้นที่วัฒนธรรมล้านนาเดิม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสร้างถนนขึ้นดอยสุเทพ ซึ่งถือเป็นผลงานชิ้นสำคัญของครุบาศรีวิชัยและเป็นที่รับรู้กันทั่วไปของผู้คนส่วนใหญ่ และองค์ประกอบสำคัญหนึ่งประการ คือ รูปภาพต่าง ๆ เกี่ยวกับครุบาศรีวิชัยที่จะต้องนำมาแนะนำประกอบทุกฉบับ

² “ขอ” คือ กลอนต้นสนประเภทหนึ่ง คล้ายเพลงฉ่อย ลำตัด เป็นวัฒนธรรมบันเทิงประเภทหนึ่งของคนล้านนา

³ เนื้อหาส่วนนี้จะวิเคราะห์ผ่านหนังสือชีวประวัติครุบาศรีวิชัยฉบับสำคัญ ๆ ดังต่อไปนี้ ฉบับของเจ้าสุริยวงศ์ วัชรสปี 2472 ฉบับของ ส.สุภาภา ปี 2499 ฉบับของสงวน โชติสุขรัตน์ ปี 2506 ฉบับของสุวัฒน์ วรดิลก ปี 2519 ฉบับของสิงฆะ วรรณสัย ปี 2522 ฉบับของสถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปี 2537 ฉบับของสายธาร ศรัทธาธรรม ปี 2538 ฉบับของหลวงศรีประกาศ ปี 2538 ฉบับของวิทยา ประทุมธารารัตน์ ปี 2541 ฉบับของพระปลัดเชื้อชาญ สุวิชาโน ปี 2557 และฉบับใหม่ล่าสุดของสมาคมชาวลำพูน ปี 2558

จากการพิจารณาถึงเนื้อหาในหนังสือชีวประวัติครูบาศรีวิชัยฉบับที่กล่าวมาข้างต้น มักนำเสนอ
ภาพลักษณ์สำคัญ 4 ประการหลัก ๆ เช่น

1. ภาพลักษณ์การเป็น “ตนบุญ” ผู้วิเศษ ภาพลักษณ์นี้มักจะสัมพันธ์อยู่กับเรื่องราวเหนือ
ธรรมชาติ เช่น เมื่อครั้งครูบาถือกำเนิดได้เกิดฝนตกฟ้าร้อง ฝนฟ้าคะนอง แผ่นดินไหว เป็นที่มาของ
ชื่อท่านว่า “อ้ายฟ้าฮ้อง (ร้อง)” หรือ “อินเพื่อน” เป็นคนมีเมตตาสูงกว่าบุคคลปกติ โดยเวลาพ่อแม่
นำปลาหรือสัตว์ที่จับมาได้มาชั่งไว้ท่านก็มักจะนำไปปล่อย มีจิตใจฝักใฝ่ในทางธรรม สันโดษ

2. ภาพลักษณ์การเป็น “เกจิ” รูปสำคัญในพุทธศาสนาไทย โดยชีวประวัติแต่ละฉบับจะต้อง
เน้นย้ำวัตรปฏิบัติของครูบาศรีวิชัย เช่น ท่านเป็นพระที่มักน้อย สันโดษ ไม่ปรารถนาในยศบรรดาศักดิ์
เคร่งครัดในพระวินัย ฉ้นข้าวมือเดียว และไม่ฉันอาหารที่ประกอบด้วยเนื้อสัตว์

3. ภาพลักษณ์พระนักพัฒนา เป็นสิ่งที่ชีวประวัติทุกฉบับของครูบาศรีวิชัยจะต้องนำเสนอ
โดยจะต้องกล่าวถึงความสำคัญของสถานที่แต่ละที่ที่ครูบาศรีวิชัยได้ไปบูรณะหรือสร้าง เช่น พระธาตุ
ดอยสุเทพ พระธาตุข่อยแอ พระธาตุดอยตุง วิหารพระเจ้าตนหลวง วัดสวนดอก วัดพระสิงห์ ซึ่งสถานที่
แต่ละที่ก็จะสัมพันธ์กับความเชื่อเกี่ยวกับตำนานพระเจ้าเลียบโลก (เจียรชาย อักษรดิษฐ์, 2552).

หรือเป็นหนึ่งใน “ชุดาต” (เจียรชาย อักษรดิษฐ์, กรกนก รัตนวราภรณ์ และคณะ. 2545)
ตามความเชื่อของคนในภาคเหนือ และทุกฉบับจะต้องกล่าวถึงผลงานชิ้นสำคัญของครูบาศรีวิชัย คือ
การสร้างถนนขึ้นดอยสุเทพ ด้วยระยะทางกว่า 12 กิโลเมตร กับการใช้เวลาสร้างเพียง 5 เดือน และ
จะต้องสรุปจำนวนสถานที่ที่ครูบาศรีวิชัยได้เดินทางไปสร้างหรือบูรณะไว้ท้าย

4. ภาพลักษณ์พระต้นแบบพุทธศาสนาแบบจารีตล้านนา ภาพลักษณ์นี้เนื้อหามักจะนำเสนอ
ผ่านกรณีความขัดแย้งระหว่างครูบาศรีวิชัยกับรัฐไทย กล่าวคือ ครูบาศรีวิชัยที่ไม่ยอมสยบยอมต่ออำนาจ
รัฐ โดยยึดมั่นพระธรรมวินัยและการปฏิบัติตามที่ได้เรียนรู้และสืบทอดมาจากครูบาอาจารย์ท่านนั้น
ซึ่งประเด็นดังกล่าวนี้ภายหลังถูกเลียงและถูกลดทอนความสำคัญลงไป เช่น ใน “เพลงครูบาศรีวิชัย”
ฉบับของทิพวรรณ จันทรสวาย แทบจะไม่กล่าวถึงความขัดแย้ง (ทิพวรรณ จันทรสวาย, 2015) หรือใน
“เพลงครูบาเจ้าศรีวิชัย” ฉบับของพิพัฒน์พงษ์ หน่อขัต กล่าวว่าเป็นเพียงมารผจญเท่านั้น (พิพัฒน์พงษ์
หน่อขัต, 2013) หรือตีความใหม่ให้เป็นเพียงความขัดแย้งของความไม่เข้าใจกันและกัน (ส. สุภาภา, 2499)

อีกองค์ประกอบหนึ่งที่ถูกนำเสนอพร้อมกับหนังสือชีวประวัติของครูบาศรีวิชัยคือ “รูปภาพ”
และ “รูปกิจกรรมต่าง ๆ” ของครูบาศรีวิชัย โดยรูปภาพต่าง ๆ เหล่านี้ถือเป็นภาพลักษณ์ที่เป็นรูปธรรม
ที่ชัดเจนที่สุด ถูกผลิตซ้ำทั้งเป็นส่วนหนึ่งของภาพประวัติครูบาศรีวิชัยในหนังสือชีวประวัติ เป็นส่วนหนึ่ง
ของเครื่องรางและวัตถุมงคล เช่น ล็อกเกต รูปหล่อ รูปเหมือน อนุสาวรีย์ หรือแม้แต่เป็นวัตถุมงคล
ด้วยตัวของมันเอง หรือในปัจจุบันยังถูกนำมาผลิตซ้ำในรูปแบบอื่น ๆ เช่น ปฏิทิน ของชำร่วยของที่ระลึก
ในโอกาสพิธีต่าง ๆ ซึ่งรูปภาพและวัตถุต่าง ๆ ที่ถูกจำลองจากรูปภาพครูบาศรีวิชัยนี้ได้นำเสนอภาพลักษณ์

สำคัญ คือ ลักษณะการแต่งกายและลักษณะท่าทางของครูบาศรีวิชัยออกมา ทำให้ภาพลักษณะดังกล่าว กลายเป็นการรับรู้และความเข้าใจหลักของผู้คนในปัจจุบัน ว่าลักษณะดังกล่าวนี้เป็นวิถีปฏิบัติแบบ ครูบาศรีวิชัย รวมถึงกลายเป็นวิถีลักษณะแห่งการเป็น “ครูบา” ในความเข้าใจของผู้คนในปัจจุบัน

กล่าวโดยสรุป จะเห็นได้ว่าหนังสือชีวประวัติและรูปภาพครูบาศรีวิชัยเป็นหนึ่งในช่องทาง สำคัญหนึ่งในกระแสการผลิตซ้ำและสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ครูบาศรีวิชัย โดยภาพลักษณ์ที่ถูกผลิตซ้ำและ นำเสนออยู่อย่างต่อเนื่อง เช่น ภาพลักษณ์การเป็นตบถผู้วิเศษ การเป็นเกจิ การเป็นพระนักพัฒนา และพระสงฆ์จารีตล้านนา ไม่เพียงเท่านั้นกระแสดังกล่าวยังคงทำให้ครูบาศรีวิชัยกลายเป็นที่รู้จักและ รับรู้ของผู้คนในสังคมในฐานะ “ตบถแห่งล้านนา” และเป็นตัวแทนความหมายของคำว่า “ครูบา” ด้วยในปัจจุบัน

ดังนั้นกระแสการผลิตซ้ำและสร้างภาพลักษณ์ครูบาศรีวิชัยที่กล่าวมา จึงไม่ได้เป็นเพียง สิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความเคารพศรัทธาของผู้คนต่อครูบาศรีวิชัยเท่านั้น กระแสดังกล่าวยังเป็นปัจจัย ในการสร้างการรับรู้และความเข้าใจใหม่ ๆ เกี่ยวกับครูบาศรีวิชัยด้วย จนเป็นปัจจัยนำไปสู่การหยิบยืม การเชื่อมโยงและการอ้างอิงกับภาพลักษณ์นั้น ๆ เพื่อสร้างความชอบธรรมให้แก่การเป็น “ครูบา” และ นำไปใช้เป็นเอกลักษณ์เพื่อสร้างจุดขายให้แก่ตนเองของกลุ่มครูบาคติใหม่ ซึ่งจะกล่าวต่อไป

การรับรู้และความเข้าใจของคนในสังคมปัจจุบันต่อครูบาศรีวิชัย

กระแสการผลิตซ้ำและสร้างภาพลักษณ์ครูบาศรีวิชัย ทำให้ครูบาศรีวิชัยเป็นที่รู้จักของผู้คน ในสังคมมากยิ่งขึ้น และขยายออกไปสู่ผู้คนในพื้นที่อื่นที่ไม่ใช่เพียงแค่นักในภาคเหนือเท่านั้น โดยส่วนใหญ่ มักรู้จักครูบาศรีวิชัยในฐานะพระเกจิหรืออริยสงฆ์รูปสำคัญ เป็นปูชนียบุคคล ผู้เป็นที่เคารพนับถือของ พุทธศาสนิกชน ผู้สร้างคุณประโยชน์แก่สาธารณชน และเป็น 1 ใน 17 พระอริยสงฆ์สำคัญของ พุทธศาสนาไทยที่ปรากฏในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอไตร หรือรู้จักเพียงแค่ว่าเป็น “ตบถแห่งล้านนาไทย” และเป็นพระนักพัฒนาผู้สร้างทางขึ้นดอยสุเทพ เป็นพระผู้มีบารมีสามารถบูรณะสถานที่สำคัญทางพุทธ ศาสนาในภาคเหนือ มีผู้คนเลื่อมใสศรัทธาจำนวนมาก ดังคำกล่าวของป้าสุภาพ อังศุกสิกร ชาวจังหวัด ลพบุรี ซึ่งถือเป็นบุคคลหนึ่งที่มีความศรัทธาต่อตัวครูบาศรีวิชัยและกลุ่มครูบาคติใหม่ด้วย โดยมีการรับรู้ และมีความเข้าใจเกี่ยวกับครูบาศรีวิชัยที่กระชับ และมีนัยที่คล้ายคลึงกับกลุ่มคนที่ผู้เขียนได้สัมภาษณ์ กว่า 23 ท่าน ผู้เขียนจึงยกคำอธิบายนี้มาเป็นตัวแทนของคำอธิบายของบุคคลท่านอื่น ๆ โดยได้อธิบาย ถึงการรับรู้เกี่ยวกับครูบาศรีวิชัยว่า

“...ครูบาที่รู้จักก็เป็นครูบาศรีวิชัยนี่เป็นนักบุญแห่งล้านนาไทย ที่สร้างถนนขึ้นดอยสุเทพ ท่านมีบารมีสูงนะ ถ้าไม่มีบารมีจะไม่สามารถทำอะไรแบบนี้ได้...” (สุภาพ อังศุกสิกร, สัมภาษณ์ 21 พฤศจิกายน 2558)

หรือเข้าใจว่าครุบาศรีวิชัยเป็นต้นแบบหรือลักษณะของการเป็น “ครุบา” โดยคนส่วนใหญ่มักอธิบายถึงคุณสมบัติของ “ครุบา” เชื่อมโยงถึงครุบาศรีวิชัยเป็นหลัก ดังคำอธิบายพระราชปริยัติเมธี รองเจ้าคณะจังหวัดเชียงใหม่ กรรมการสภามหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขต เชียงใหม่ ซึ่งถือเป็นพระสงฆ์ที่มีบทบาทสำคัญของคณะสงฆ์ในภาคเหนือ และการรับรู้ของท่านถือเป็นภาพสะท้อนการรับรู้และความเข้าใจของกลุ่มพระสงฆ์ส่วนใหญ่ในภาคเหนือต่อครุบาศรีวิชัยได้เป็นอย่างดี ด้วยเช่นกัน โดยท่านได้กล่าวว่า

“...เมืองเชียงใหม่ทุกวันนี้เรายกย่องครุบาโดยไม่ได้มองความประหลาด เรามองแค่รูปลักษณ์ที่เป็นรูปธรรมมากเกินไป...ประการสำคัญที่ผมอยากเล่าให้ฟังคือเรื่องครุบา เช่น ครุบาศรีวิชัยนั้นถือเป็นแม่แบบ เมื่อเราเห็นว่านี่เป็นลักษณะครุบา เราก็ควรยกย่องส่งเสริมกัน...” (พระนคร ปริงฤทธิ์, 2553, น. 16).

ไม่เพียงเท่านั้นลักษณะการแต่งกายของครุบาศรีวิชัยที่ถูกผลิตซ้ำผ่านภาพถ่ายจำนวนมากอย่างต่อเนื่องยังทำให้เข้าใจว่าเป็นลักษณะการแต่งกายแบบ “ครุบา” ซึ่ง “ครุบา” ในอดีตไม่จำเป็นจะต้องแต่งตัวในลักษณะเช่นนี้ได้ ดังนั้นเมื่อพระสงฆ์รูปใดในปัจจุบันแต่งกายในลักษณะดังกล่าวมักจะถูกมองจากผู้คนว่าเป็น “ครุบา” และมักจะได้รับ การเรียกขานว่า “ครุบา” ด้วยเช่นกัน ลักษณะเช่นนี้จึงเป็นอีกจุดสำคัญหนึ่งที่สะท้อนความแตกต่างระหว่างครุบาแบบเก่าและครุบาคติใหม่ได้อย่างชัดเจน

ภาพลักษณ์ครุบาศรีวิชัยที่ครุบาคติใหม่หยิบยืมไปสร้างเอกลักษณ์ให้แก่ตนเองนั้น เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้คนในสังคมเกิดความสนใจและเกิดความเลื่อมใสศรัทธาต่อครุบาคติใหม่ เนื่องด้วยเป็นภาพลักษณ์พระสงฆ์ (ในอุดมคติ) ที่ผู้คนในสังคมต่างแสวงหา เช่น พระผู้มากด้วยบุญบารมี หรือ “ตนบุญ” พระเกจิ และการเป็นพระนักพัฒนา

จากการศึกษาพบว่า ผู้คนในปัจจุบันยังคงมีความเชื่อที่เกี่ยวกับเรื่องโลกกึ่งพุทธกาล โดยเชื่อว่า ภายหลังกึ่งพุทธกาลจะเกิดภัยพิบัติต่าง ๆ ขึ้นมากมาย หรือที่เรียกว่า “กัลยยุค” และจะบังเกิด “ตนบุญ” มาค้ำจุนพุทธศาสนาให้อยู่ครบห้าพันปีตามคำพุทธทำนาย ซึ่งความเชื่อดังกล่าวยังคงปรากฏเป็นคำทำนายมาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน (พัชรา จุลเพชร, 2548) เพราะฉะนั้นผู้คนจึงเชื่อกันว่า การเกิดขึ้นของ “กลุ่มครุบาคติใหม่” เป็นส่วนหนึ่งของการลงมาเกิดของ “ตนบุญ” “โพธิสัตว์” ซึ่งวสันต์ ได้อธิบายแนวคิดความเชื่อดังกล่าวไว้อย่างน่าสนใจว่า “ตนบุญ” เป็นรูปแบบหนึ่งของศาสนาพุทธเถรวาทนิกายโยน⁴ ที่มีแนวปฏิบัติเฉพาะและวางอยู่บนฐานความคิดความเชื่อในเรื่องพระโพธิสัตว์ ดังสะท้อนผ่านการธุดงค์เผยแพร่ศาสนา ประเพณีการเดินทางไกลเพื่อจาริกแสวงบุญ และการทำนุบำรุงสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ในพุทธศาสนา ภายใต้การนำของครุบาหรือพระสงฆ์ผู้มีบุญบารมี ซึ่งส่งผลให้สาธุชนทั่วไปมีโอกาสได้ “สร้างบุญ” ผ่านการทำบุญทำทานภายใต้การนำของ “ครุบา” รูปนั้น ๆ (วสันต์ ปัญญาแก้ว, 2555, น. 31-32).

⁴ “โยน หรือ ยวน” เป็นกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งและเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดในล้านนา ซึ่งในอดีตล้านนาประกอบไปด้วยหลายกลุ่มคน เช่น ไทโยน/ยวน ไทลื้อ ไทจีน/ชิน ไทใหญ่ เป็นต้น

ความเชื่ออีกประการหนึ่งที่สัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของครุบาศรีวิชัย คือ ความเชื่อเรื่อง “ตัวกลางที่ดี” ในการสร้างบุญ โดยผู้คนยังคงความเชื่อว่าจะหากได้ร่วมบุญกับพระสงฆ์ปฏิบัติดี ปฏิบัติชอบ หรือมีอาณาสมบัติที่สูง จะได้รับผลบุญที่มากกว่าการทำบุญร่วมกับพระสงฆ์ทั่วไป (อภิญา เพื่องฟูสกุล, 2541, น. 37). เช่นนั้นครุบาติใหม่ในฐานะครุบาตนบุญหรือผู้มีบุญ (ในความเชื่อของชาวบ้าน) จึงถือเป็นหนึ่งในกลุ่มพระสงฆ์ภายใต้แนวคิดความเชื่อเรื่อง “ตัวกลางที่ดี” ดังที่กล่าวมานี้

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าจากพื้นฐานความเชื่อสำคัญทั้ง 2 ประการของผู้คนกลุ่มหนึ่งในสังคมต่างเป็นปัจจัยที่ทำให้กลุ่มคนเหล่านั้นต่างแสวงหาพระสงฆ์กลุ่มที่มีลักษณะที่สัมพันธ์กับแนวคิดความเชื่อดังกล่าว ผู้คนจำนวนมากจึงหลั่งไหลเข้ามาเลื่อมใสศรัทธาในตัวครุบาติใหม่ ด้วยเชื่อว่าครุบาติใหม่เป็นพระสงฆ์ผู้ทรงด้วยบุญบารมีที่สั่งสมมาตั้งแต่อดีตชาติ เป็นพระสงฆ์ผู้เคร่งครัดและเชื่อว่ามีอาณาบารมีที่สูงกว่าพระสงฆ์ทั่วไป เป็น “ตนบุญ” หรือ “ผู้มีบุญ” ลงมาบังเกิดเพื่อนำพาผู้คนสร้างและสั่งสมบุญเพื่อนำพาผู้คนช่วยกันธำรงรักษาไว้ศึกษาพระพุทธศาสนาให้ครบ 5,000 พรรษา

ไม่เพียงเท่านั้นยังเชื่อว่าการสร้างบุญกับครุบาติใหม่หรือพระสงฆ์ที่อยู่ภายใต้แนวคิดความเชื่อนี้ ผลบุญดังกล่าวยังสามารถช่วยให้เขาหลุดพ้นกับการเผชิญปัญหาที่จะเกิดในโลกปัจจุบันเช่นกัน อาทิ ปัญหาครอบครัว ปัญหาการงานการเงิน ปัญหาความไม่เท่าเทียมทางสังคม เป็นต้น และด้วยสถานะปัญหาเหล่านี้เช่นกัน จึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ครุบาติใหม่ต้องปรับตัวเพื่อให้ตนเองสามารถตอบสนองต่อสถานะความไม่มั่นคงเหล่านี้ของคนในสังคมได้ด้วย ซึ่งจะกล่าวต่อไป ดังนั้น การปรับตัวของครุบาติใหม่ จึงเปรียบเสมือนทำตนเองให้มีลักษณะคล้ายกับสินค้าที่เป็นวัตถุอื่น ๆ เช่น กระเป๋าแบรนด์เนม เสื้อผ้าแบรนด์เนม นาฬิกาแบรนด์เนม ที่จะต้องมีการโฆษณาแนะนำเสนอภาพลักษณ์ ความน่าสนใจ คุณสมบัติพิเศษต่าง ๆ เพื่อสร้างแรงดึงดูดและความสนใจแก่ผู้คนให้เลือกบริโภคสินค้านั้น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของเขาเหล่านั้นไม่ว่าจะในแง่ของวัตถุหรือจิตใจ

“ครุบาติใหม่” กับการนำเสนอตนเองด้วยภาพลักษณ์ครุบาศรีวิชัย

จากชื่อเสียงของครุบาศรีวิชัยและภาพลักษณ์ของครุบาศรีวิชัยที่ถูกนำเสนอผ่านกระแสการผลิตซ้ำและการสร้างภาพลักษณ์นั้น มีความสอดคล้องและสัมพันธ์กับความเชื่อและความคาดหวังของผู้คนในสังคมที่ต่างพากันแสวงหาเพื่อร่วมสร้างบุญ ดังนั้นครุบาติใหม่จึงเลือกที่จะสร้างหรือเชื่อมโยงภาพลักษณ์ของตนเองให้สัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของครุบาศรีวิชัย เพื่อสร้างเอกลักษณ์และสร้างจุดขายให้แก่ตัวของครุบาติใหม่ โดยครุบาติใหม่ที่บทความฉบับนี้ได้นำเสนอมีทั้งหมด 5 รูปสำคัญ⁵ ซึ่งมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักกันทั่วไปและถือว่าเป็นต้นแบบลักษณะ เป็นภาพแทน (representation) ของกระแสครุบาติใหม่ได้

⁵ ครุบาติใหม่ทั้ง 5 รูป ได้แก่ ครุบาบุญชุ่ม ญาณสวโร, ครุบาเทือง นาสีโล, ครุบาน้อย เตชปณฺโญ, ครุบาอริยชาติ อริยจิตโต และครุบาชัยยาปถิ พยัตนจิตโต

ลักษณะที่ครูบาคติใหม่เชื่อมโยงกับภาพลักษณ์และเรื่องราวที่สัมพันธ์กับครูบาศรีวิชัยนั้นมีหลัก ๆ อยู่ 4 ประการ ได้แก่

1. การแต่งกายและการแสดงออกกับกิริยาที่คล้ายคลึงกับภาพลักษณ์ครูบาศรีวิชัย
2. การเป็นครูบาศรีวิชัยกลับชาติมาเกิด
3. การเชื่อมโยงผ่านวัตรปฏิบัติและพิธีกรรม
4. การสร้างภาพลักษณ์การเป็นพระนักพัฒนา

ประการแรก คือ ครูบาคติใหม่มักจะพยายามแต่งกายและแสดงออกกับกิริยาที่คล้ายคลึงกับภาพลักษณ์ของครูบาศรีวิชัยที่ถูกการผลิตซ้ำอยู่อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา (ดูภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 ตัวอย่างลักษณะเชื่อมโยงผ่านการแต่งกายของครูบาคติใหม่ที่คล้ายภาพลักษณ์ครูบาศรีวิชัย
ที่มา: รวบรวมโดยผู้เขียน

ประการที่สอง คือ ครูบาคติใหม่มักพยายามเชื่อมโยงและนำเสนอตนเองผ่านการสร้างเรื่องเล่าการเป็นครูบาศรีวิชัยกลับชาติมาเกิด ด้วยพื้นฐานความเชื่อเรื่อง “ขวัญ” ซึ่งเป็นความเชื่อท้องถิ่นภาคเหนือ จึงเกิดเรื่องเล่าว่าครูบาคติใหม่หลายรูปเป็นหนึ่งในสามสิบสองขวัญของครูบาศรีวิชัยกลับชาติมาเกิด เช่น กรณีของครูบาเทือง เชื่อว่าเป็นขวัญส่วนหัวของครูบาศรีวิชัยกลับชาติมาเกิด จึงเชื่อกันว่ามีลักษณะใบหน้าคล้ายกับใบหน้าของครูบาศรีวิชัย ไม่เพียงเท่านั้นครูบาเทืองยังกล่าวว่าท่านมี 3 สิ่งในชีวิตที่ทำให้คนในภาคเหนือเชื่อว่าท่านเป็นครูบาศรีวิชัยกลับชาติมาเกิด คือ 1) ท่านเกิดในวันเดียวกับวันที่ครูบาศรีวิชัยมรณภาพ นั่นคือวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2481 และครูบาเทืองเกิดในวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2508 2) เหตุที่ท่านและครูบาบุญชุ่มมาเกิดในปี 2508 นั้น เพราะว่าครูบาศรีวิชัยได้กล่าวอมตะวาจาไว้ว่า

“...หากน้ำปิงไม่ไหลย้อนขึ้นทางเหนือ จะไม่กลับมาเหยียบแผ่นดินเชียงใหม...”

ซึ่งเป็นมุขปาฐะที่เล่ากันมาจากรุ่นสู่รุ่นและยังคงรับรู้กันในทุกวันนี้ และด้วยปีเดียวกันนั้น รัฐบาลได้สร้างเขื่อนยันฮี หรือเขื่อนภูมิพลฯ ในปัจจุบันเสร็จในปี 2508 จึงทำให้น้ำไหลขึ้นทางเหนือ และ 3) อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัยที่สร้างขึ้น สามารถนำมาตั้งที่เชียงใหม่ได้ในปีเดียวกันนั้น ท่านจึงกล่าวว่า คนจึงเชื่อว่าท่านและครูบาบุญชุ่มเป็นครูบาศรีวิชัยกลับชาติมาเกิด (ครูบาเทือง นาสีโล, 2014).

ประการที่สาม คือ ครูบาคติใหม่พยายามเชื่อมโยงผ่านวัตรปฏิบัติและพิธีกรรมที่กล่าวกันว่า สืบทอดมาจากครูบาศรีวิชัย ส่วนใหญ่มักเป็นการเชื่อมโยงจากประวัติครูบาศรีวิชัยที่ถูกดัดแปลง และสร้างขึ้นใหม่ เช่น วัตรปฏิบัติครูบาศรีวิชัยที่ว่า

“...นุ่งผ้าสามผืน ตีนตีสี่ ฉ้นข้าวคาบเดียว เตียวจงกรม...”

รวมถึงการกินมังสวิรัตด้วย โดยลักษณะวัตรปฏิบัติดังกล่าวนี้ครูบาน้อย เตชปญโญ กล่าวว่า ถ้าวัดปฏิบัติเช่นนี้และทำเป็นประจำทุกวัน (ครูบาน้อย เตชปญโญ, สัมภาษณ์ 4 มีนาคม 2559) ซึ่งวัตรปฏิบัติดังกล่าวมานี้พระครูอดุลสีกิตติ ผู้ที่ถือว่ามีความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ล้านนาท่านหนึ่ง กล่าวว่า เป็นการแต่งขึ้นมาใหม่ให้คล้องจองและไพเราะขึ้น (พระครูอดุลสีกิตติ, สัมภาษณ์ 3 มีนาคม 2559)

ไม่เพียงแค่วัตรปฏิบัติเท่านั้น พิธีกรรมถือเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งเช่นกัน ที่ครูบาคติใหม่ พยายามเชื่อมโยงกับครูบาศรีวิชัย โดยเฉพาะพิธีกรรม “การเข้านิโรธกรรม” ซึ่งปรากฏในเอกสารที่ชื่อว่า “กัมมัฏฐานรอม” กล่าวกันว่ารวบรวมโดยครูบาศรีวิชัย เมื่อครั้งอยู่วัดพระสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2475 เรียกว่า “การเข้านิโรธ-สมาบัติ” (พระศรีวิชัย, 2475) โดยส่วนใหญ่พยายามกล่าวว่า ได้สืบทอดมาจากครูบาอาจารย์ของตนเองซึ่งเคยเรียนรู้และศึกษามาจากครูบาศรีวิชัย เช่น กรณีของครูบาริยาชาติ ที่กล่าวว่าได้รับการศึกษาวิชาดังกล่าวมาจากครูบาจันทร์ดีบ (ทิพย์) ซึ่งเป็นลูกศิษย์ของครูบาชุ่ม โพธิโก วัดวังมุย ซึ่งเชื่อกันว่าครูบาชุ่มถือเป็นลูกศิษย์ที่ใกล้ชิดครูบาศรีวิชัยรวมถึงมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกับครูบาชัยยะวงศาพัฒนาด้วย (ส. สุทธิพันธ์, 2554, น. 54–55) หรือไม่ก็กล่าวว่าเป็น การศึกษามาจากพับสาของครูบาศรีวิชัยที่สืบทอดจากครูบาอาจารย์ เช่น กรณีของครูบาน้อย ก็กล่าวว่า ได้เรียนรู้วิธีการเข้านิโรธกรรมจากพับสาของครูบาศรีวิชัยที่ตกทอดมาจากครูบาผัด วัดศรีดอนมูล ซึ่งเป็นครูบาอาจารย์ของท่านเช่นกัน (ครูบาน้อย เตชปญโญ, สัมภาษณ์ 4 มีนาคม 2559)

อย่างไรก็ตาม ลักษณะของการเข้านิโรธสมาบัติไม่ได้ถือว่าเป็นแนวทางที่เป็นวัตรปฏิบัติ เฉพาะของครูบาศรีวิชัย แต่ถือเป็นวัตรปฏิบัติที่พระสงฆ์ล้านนาอดิตนิยมปฏิบัติด้วยเช่นกัน (พระครูอดุลสีกิตติ, สัมภาษณ์ 3 มีนาคม 2559) แต่ลักษณะของการนิโรธกรรมของครูบาคติใหม่ ในปัจจุบันกลับมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป โดยมีการประยุกต์และตีความพิธีกรรมเหล่านั้นใหม่ เช่น จะต้องอยู่ในหลุมลึก 1 ศอก กว้าง 2 ศอก ให้พอดิเขาแล้วสร้างซุ้มพางครอบหลุมนั้น ซึ่งเมื่อนั่งแล้ว ซุ้มพางจะมีความสูงเลยศีรษะเพียง 1 ศอก จากนั้นใช้ผ้าขาวปู 4 ผืนสำหรับรองนั่ง แทนความหมายของ อริยสัจสี่ ซุ้มมีเสา 8 ต้น แทนความหมาย คือ มรรค 8 ยอดซุ้มปักธงฉัพพรรณรังสี อันมีความหมายถึง

ปัญญา ราชวัลลภมขุมมี 9 ขัันแทนความหมายโลกุตตรธรรม 9 คือ มรรค 4 นิพพาน 1 ฯลฯ (ส. สุทธิพันธ์, 2554, น. 61) ไม่เพียงเท่านั้นการจัดพิธีกรรมดังกล่าวยังมีประกาศโฆษณาเชิญชวนให้ผู้คนมาร่วมกิจกรรมจำนวนมาก

ประการที่สี่ คือ การสร้างภาพลักษณ์การเป็น “พระนักพัฒนา”⁶ โดยภาพลักษณ์การเป็นพระนักพัฒนาเป็นภาพลักษณ์สำคัญของครูบาศรีวิชัย ดังนั้นครูบาคติใหม่จึงพยายามสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์การเป็นพระนักพัฒนาให้แก่ตนเอง เช่น การตามรอยการสร้างวัดที่ครูบาศรีวิชัยเคยสร้างในกรณีของครูบาเทืองได้ไปบูรณสถานที่ที่ครูบาศรีวิชัยเคยไปบูรณะหลายสิบแห่ง โดยเฉพาะวัดบ้านปาง วัดพระเจ้าตนหลวงเมืองพะเยา พระธาตุม่อนไก่อั่ว ฯลฯ⁷ ส่วนครูบาอนันท์ ได้ไปสร้างวัดบ้านปาง และรวบรวมข้าวของเครื่องใช้ของครูบาศรีวิชัยจนสามารถสร้างพิพิธภัณฑ์ครูบาศรีวิชัยขึ้น ณ วัดบ้านปาง (พระอนันท์ พุทธิมโม, 2558, น. 219)

ไม่เพียงเท่านั้นลักษณะการสร้างวัดของครูบาคติใหม่ในปัจจุบันของตนเองจะต้องยิ่งใหญ่และสวยงามอลังการ (ดูภาพที่ 2) และมีลักษณะที่กล่าวกันว่าเป็นศิลปะแบบล้านนาร่วมสมัย ซึ่งการสร้างวัดให้มีความสวยงามและยิ่งใหญ่ นั้น ไม่ได้เป็นเพียงการพยายามสร้างภาพลักษณ์การเป็นพระนักพัฒนาเพื่อให้สัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของครูบาศรีวิชัยเท่านั้น การสร้างวัดในลักษณะดังกล่าวยังเป็นการสถาปนาบารมีให้แก่ครูบาคติใหม่ผู้เป็นเจ้าของวัดนั้น ๆ ด้วย ซึ่งผู้คนส่วนใหญ่มักเชื่อว่า บารมีของเจ้าอาวาสวัดมักจะสะท้อนผ่านงานการก่อสร้างวัด วัดที่สร้างใหญ่และใช้เวลาในการก่อสร้างเร็วแสดงให้เห็นว่าเจ้าอาวาสเป็นผู้มีบารมีสูง



ภาพที่ 2 ตัวอย่างภาพมุมสูงแสดงความยิ่งใหญ่และสวยงามของวัดครูบาเทือง นาสีโล

วัดบ้านเด่นสะเหลีศรีเมืองแกน อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่

⁶ “พระนักพัฒนา” ในที่นี้ หมายถึง พระที่เน้นการบูรณปฏิสังขรณ์หรือสร้างพุทธสถานสำคัญจำนวนมาก และมีความยิ่งใหญ่อลังการ

⁷ สนทนากับครูบาเทือง นาสีโล เมื่อลงพื้นที่สังเกตการณ์งานกฐินประจำปี 2558 วัดพระธาตุดงสิมา ต.แม่พริก อ.แม่สรวย จ.เชียงราย, 30 ตุลาคม 2558

กล่าวโดยสรุป ครูปาคติใหม่พยายามนำเสนอตนเองด้วยการเชื่อมโยงกับเรื่องราวและ
ภาพลักษณ์ของครูปาศรีวิชัยอยู่หลายประการ การเชื่อมโยงเหล่านั้นทำให้ครูปาคติใหม่ได้มาซึ่ง
ภาพลักษณ์สำคัญที่คล้ายคลึงกับภาพลักษณ์ของครูปาศรีวิชัย เช่น การเป็นตนบุญ ผู้วิเศษ ซึ่งสะท้อนกับ
ความต้องการและแสวงหาของผู้คนในสังคม ไม่เพียงเท่านั้นภาพลักษณ์ต่าง ๆ เหล่านี้ยังทำให้ครูปาคติ
ใหม่เหล่านี้ได้รับความชอบธรรมในการเป็น “ครูปา” ไปด้วยพร้อมกัน เนื่องจากเข้าใจกันว่าภาพลักษณ์
ของครูปาศรีวิชัยเป็นลักษณะของการเป็น “ครูปา” ซึ่งเป็นความเข้าใจที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ ในอดีตนั้น
การเป็น “ครูปา” ไม่จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์แบบครูปาศรีวิชัยเท่านั้น ครูปาในอดีตมีลักษณะสำคัญ
เช่น เป็นพระสงฆ์ผู้มีความรู้ความสามารถ เป็นครูผู้สอนทั้งความรู้ทางธรรมและองค์ความรู้ทางโลก
เช่น งานช่าง หมอสมุนไพร แก่เหล่าพระสงฆ์และฆราวาส จึงได้รับการเรียกขานด้วยความศรัทธา
ที่เกิดขึ้นจากประชาชนด้วยคำว่า “ครูปา” ลักษณะเช่นนี้ถือเป็นข้อแตกต่างที่ชัดเจนระหว่างครูปา
ในอดีตและครูปาคติใหม่

อย่างไรก็ตาม การเชื่อมโยงกับภาพลักษณ์ของครูปาศรีวิชัยไม่ได้เป็นเพียงปัจจัยเดียวที่ทำให้
ผู้คนในสังคมให้ความสนใจและเข้ามาเลื่อมใสศรัทธาในตัวครูปาคติใหม่เท่านั้น ครูปาคติใหม่ยังมีการ
ปรับตัวในแง่อื่น ๆ อีกมาก เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะความไม่มั่นคงทางจิตใจของผู้คนในโลกปัจจุบัน
เช่น การสร้างพระเจ้าโคตรทันใจ การสร้างพระเจ้ารวยมหาศาล ซึ่งสร้างขึ้นมาจากไม้ไผ่สานเป็นองค์
พระพุทธรูป หรือการปรับประยุกต์พิธีกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการเรื่องโชคลาภ ดวง
และเงินทอง เช่น พิธีกรรมการสืบชะตา สะเดาะนพเคราะห์ การเสกน้ำมันตอร์ณีสาร หรือแม้แต่การ
ประทีปดินกา หรือจุดธูป เพื่อโชคลาภและความเป็นมงคล ลักษณะการปรับตัวเพื่อตอบสนองกับ
ความต้องการของผู้คนในยุคแห่งการแข่งขัน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การงาน การเงิน รวมถึงความ
ไม่มั่นคงต่าง ๆ อีกจำนวนมาก เป็นลักษณะการปรับตัวเพื่อสร้างจุดสนใจ สร้างแรงดึงดูดให้ผู้คน
เกิดความสนใจ คล้ายกับการนำเสนอสินค้าทางใจประเภทหนึ่ง ให้ผู้คนเลือกเข้ามาบริโภค หรือเกิดความ
เลื่อมใสศรัทธา

“ครูปาคติใหม่” กับการนำเสนอภาพลักษณ์ต่อการรับรู้ของคนในสังคม (การโฆษณา) ในฐานะ “สินค้าทางความเชื่อ”

ดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้นถึงลักษณะของการเชื่อมโยงและการสร้างภาพลักษณ์ของครูปาคติใหม่
โดยการใช้เรื่องราวและภาพลักษณ์ของครูปาศรีวิชัยเป็นส่วนสำคัญในการนำเสนอตนเอง (สินค้ายี่ห้อ
ศรีวิชัย) รวมถึงลักษณะการปรับตัวของครูปาคติใหม่ในแง่มุมต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม ช่องทางการนำเสนอ
ภาพลักษณ์เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์และกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ไปสู่การรับรู้ของผู้คนในสังคม
(การโฆษณาตนเอง) เป็นเรื่องที่สำคัญไม่น้อยไปกว่าเรื่องอื่น ๆ ลักษณะเหล่านี้ทำให้ครูปาคติใหม่เป็นที่
รู้จักและสนใจของผู้คนในสังคมมากยิ่งขึ้น ซึ่งการนำเสนอตัวเองในที่นี้เปรียบเสมือนกับการทำ
ภาพลักษณ์ตนเองให้กลายเป็นสินค้า แต่เป็นสินค้าในลักษณะสินค้าทางความเชื่อ เพื่อเป็นตัวเลือกหนึ่ง

ของสินค้าที่ปรากฏในกระแสปุทธศาสนาสังคมไทยและลัทธิพิธีจำนวนมากในปัจจุบันให้ผู้คนในสังคมได้เลือกบริโภคได้ตามความชื่นชอบและความนิยมของแต่ละบุคคล

ศรบุชาติใหม่ได้ใช้ช่องทางเทคโนโลยีร่วมสมัยหลายประเภทเป็นเครื่องมือในการช่วยนำเสนอตนเอง เช่น การผลิตหนังสือชีวประวัติ รูปถ่ายและวิดีโอคลิป ข่าวสารและรายการทีวี ของที่ระลึก และของชำร่วยต่าง ๆ เครื่องรางและวัตถุมงคล และที่สำคัญที่สุด คือ สื่อสังคมออนไลน์ (social media) โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งทุกช่องทางมีความสำคัญเหมือนกัน แต่ในบทความนี้จะอธิบายเพียงช่องทางการผลิตหนังสือชีวประวัติและเฟซบุ๊ก ซึ่งถือว่าเป็นช่องทางที่มีความสะดวกและง่ายต่อการเข้าถึงของผู้คนในสังคมปัจจุบัน รวมถึงยังเป็นช่องทางที่มีรายละเอียดที่ครบถ้วนในการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ชัดเจนกว่าช่องทางอื่น ๆ ด้วย

หนังสือชีวประวัติเป็นช่องทางหนึ่งที่ศรบุชาติใหม่ใช้นำเสนอภาพลักษณ์ของตนเองต่อการรับรู้ของผู้คนในสังคม โดยในหนังสือประวัติจะประกอบไปด้วย

1. การนำเสนอประวัติของศรบุและประวัติที่มาของวัด เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์การเป็น “ตนบุญ” ของศรบุรูปนั้น ๆ เช่น เมื่อก่อนแม่ฝันเห็นพระพุทธรูปทองคำ หรือแม่ฝันถึงผ้าขาวผืนงามอุปนิสัยที่ฝึกฝนในทางธรรม ปราธนาที่จะเข้าสู่เพศบรรพชิตตั้งแต่เยาว์วัย ฯลฯ ซึ่งลักษณะดังกล่าวนี้มีความคล้ายคลึงกับลักษณะประวัติของศรบุศรีวิชัยที่ถูกผลิตซ้ำและนำเสนออยู่อย่างต่อเนื่องในสังคม ไม่เพียงเท่านั้นยังนำเสนอการเรียนรู้สรรพวิทยาต่าง ๆ ในการสร้างเครื่องรางของขลัง เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์การเป็น “เกจิ” ให้แก่ตนเอง

2. ประสบการณ์จากลูกศิษย์ สามารถนำเสนอภาพความศักดิ์สิทธิ์และเรื่องปาฏิหาริย์ต่าง ๆ ที่ลูกศิษย์สัมผัสได้จากตัวศรบุชาติใหม่รูปนั้น ๆ เช่น น้ำมนต์ช่วยแมวรอดชีวิต สามารถยังรู้ถึงภัยทางธรรมชาติหรืออุบัติเหตุต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นได้ล่วงหน้า หรือแม้แต่ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากความสำเร็จในการทำธุรกิจ ภายหลังจากการเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของศรบุชาติใหม่ ไม่เพียงเท่านั้นลูกศิษย์แต่ละคนที่จะได้นำเสนอประสบการณ์ในหนังสือชีวประวัติ บางท่านเป็นผู้มีชื่อเสียงทางสังคม เช่น ดารา นักร้อง นักแสดง ฯลฯ สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวศรบุชาติใหม่ได้อย่างมาก

3. เครื่องราง-วัตถุมงคลต่าง ๆ ของศรบุชาติใหม่ เนื้อหาเหล่านี้จะนำเสนอประเภทของเครื่องรางต่าง ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของศรบุชาติใหม่รูปนั้น ๆ ได้ผลิตออกมาเพื่อให้ลูกศิษย์หรือผู้ที่สนใจได้เช่าบูชา โดยจะอธิบายถึงพุทธคุณรวมถึงประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดจากการเช่าบูชาเครื่องรางหรือวัตถุมงคลเหล่านั้นของศรบุชาติใหม่ เนื้อหาส่วนนี้เป็นเนื้อหาที่ศรบุชาติใหม่หลายรูปให้ความสำคัญในการนำเสนออย่างยิ่ง ซึ่งเนื้อหานี้จะถูกให้ความสำคัญมากเป็นพิเศษ เช่น หนังสือ *หม่อมพุทธางกูร* ของศรบุภาณุดา สุเมโธ ได้ใช้พื้นที่ในหนังสือกว่า 182 หน้าจาก 299 หน้า หนังสือศรบุอาริยาชาติ ได้พื้นที่กว่า 44 หน้าจาก 102 หน้า เพื่อนำเสนอเกี่ยวกับเครื่องรางของขลังในหนังสือประวัติของตนเอง

4. เนื้อหาเกี่ยวกับประวัติวัดและสถาปัตยกรรมในวัดของศรบุชาติใหม่ เป็นอีกหนึ่งประเด็นที่ถูกนำเสนอในหนังสือประวัติศรบุชาติใหม่ โดยจะกล่าวถึงเรื่องราวมหัศจรรย์ที่ทำให้ศรบุรูปนั้นได้มาอยู่และสร้างวัดในพื้นที่ดังกล่าว เช่น นิमितเห็นว่า เป็นสถานที่ที่มีบัวดอกที่มีดวงแก้วเปล่งประกาย

แสงสว่างไสวออกมา หรือแม้แต่เรื่องราวมหัศจรรย์ที่สัมพันธ์กับตำนานมุขปาฐะในท้องถิ่น เช่น เป็นพื้นที่พักเสวยอาหารของสมเด็จพระนเรศวร หรือแม้แต่การนำเสนอปรีชาธรรมต่าง ๆ ในสถาปัตยกรรมของวัด เพื่อสร้างจุดขายให้วัดกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยว เช่น การนำเสนอวัดให้มีความยิ่งใหญ่และสวยงามด้วยศิลปะแบบล้านนาร่วมสมัย รวมถึงการนำเสนอรูปเคารพต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นในวัดทั้งที่เป็นรูปเคารพในทางพุทธศาสนา หรือลัทธิพิธีต่าง ๆ เช่น เจ้าแม่กวนอิม พินเนศ พระสืวลี พระพรหม หรือแม้แต่การสร้างพระธาตุสิบสองราศี ฯลฯ

5. รูปภาพถือเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างยิ่งของหนังสือ โดยจะนำเสนอภาพของครุบาคติใหม่รูปนั้นที่เป็นเจ้าของหนังสือ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์และลักษณะที่สัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของครุบาศรีวิชัย เช่น การนุ่งห่มหรือรูปภาพกิจกรรมต่างๆ ก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ถูกนำเสนอออกมาจำนวนมาก เช่น ภาพพิธีกรรมการเข้านิโรธกรรมซึ่งเป็นพิธีกรรมสร้างชื่อเสียงให้ตัวครุบาด้วย อีกสิ่งสำคัญ คือ รูปภาพของวัดและสถาปัตยกรรมต่าง ๆ ก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ถูกนำเสนอในหนังสือชีวประวัติด้วยเช่นกัน

สื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ครุบาคติใหม่ได้ใช้เป็นพื้นที่ในการนำเสนอตนเองต่อผู้คนในสังคม จากการสำรวจผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก ในสังคมไทยสำรวจเมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2553 มีจำนวนกว่า 4,216,680 คน และอัตราการเติบโตของผู้ใช้เฟซบุ๊ก ในประเทศไทยมีอันดับสูงเป็นอันดับที่ 2 ของโลกสูงถึงร้อยละ 10.96 มีจำนวนสมาชิกใหม่มากกว่า 161,300 สมาชิกที่เพิ่มในหนึ่งสัปดาห์หรือคิดเฉลี่ยเป็น 23,000 คนต่อหนึ่งวัน (ภานุวัฒน์ กองราช, 2554) ยิ่งไปกว่านั้นจากการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ในปี 2556 พบว่าเครือข่ายสังคมที่เป็นที่นิยมมากที่สุดอันดับแรก คือ เฟซบุ๊ก ร้อยละ 92.2 รองลงมา คือ กูเกิลพลัส ร้อยละ 63.7 และไลน์ (Line) ร้อยละ 61.1⁸

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการขยายตัวของการใช้เฟซบุ๊ก ในสังคมไทยได้เป็นอย่างดี อิทธิพลดังกล่าวจึงทำให้ครุบาคติใหม่จำนวนมากเลือกที่จะใช้พื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ในการนำเสนอตนเอง จึงเห็นได้ว่าในปัจจุบันมีเฟซบุ๊ก ของกลุ่มพระสงฆ์ที่มีลักษณะภาพลักษณ์ครุบาคติใหม่เพิ่มมากขึ้น เช่น ชื่อเฟซบุ๊ก ว่า อริยชาติ อริยจิตโต (เฟซบุ๊ก ของครุบาอริยชาติ) สถานธรรม ดอยดวงแก้ว สัพพัญญู (เฟซบุ๊ก ของครุบาชัยยาปถพี) ลูกศิษย์ครุบาพ่อนุญซุ่ม ญาณส่วโร (เฟซบุ๊ก ของครุบาบุญซุ่ม) วัดบ้านเด่นสะหลีศรีเมืองแกน (เฟซบุ๊ก ของครุบาเทือง) และวัดศรีดอนมูล (เฟซบุ๊ก ของครุบาน้อย)

⁸ จาก รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2556 ของ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (อ้างถึงใน อุษา กิตติพันธ์โสภณ, 2557)

สิ่งที่น่าสนใจ คือ คุรบาติใหม่ใช้พื้นที่ดังกล่าวในการแชร์กิจกรรมต่าง ๆ ทั้งรูปภาพ ตัวคุรบาเอง รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในวัด และวิดีโอกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงข้อความเพื่อประกาศชักชวนให้ผู้คนเข้าร่วมสร้างบุญ หรือเข้าร่วมกิจกรรมหรือพิธีกรรมนั้น ๆ⁹ เป็นการเชิญชวนผู้ศรัทธาคุรบาเข้าร่วมทำบุญเป็นเจ้าภาพผ้าป่าในการสร้างฉัตรทองคำหนัก 7 กิโลกรัมเพื่อประดิษฐาน ณ พระธาตุจอมยองประเทศพม่า โดยในภาพจะระบุชื่อและเลขบัญชีของวัดเพื่อให้ผู้สนใจได้ร่วมสร้างบุญกับคุรบาด้วย¹⁰

สิ่งที่แสดงให้เห็นว่าเฟซบุ๊กมีความสำคัญต่อการนำเสนอภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ของคุรบาต่อผู้คนในสังคม โดยจะพบว่าเฟซบุ๊ก ของคุรบาติใหม่แต่ละรูปนั้นมีผู้คนสนใจเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กหรือกดไลก์และกดติดตามเฟซบุ๊ก ของคุรบาจำนวนมาก เช่น เฟซบุ๊ก แพนเพงลูกศิษย์พระคุรบาบุญชุ่ม ญาณสํวโร มีสมาชิกกว่า 7,690 คน เฟซบุ๊ก แพนเพงวัดแสงแก้วโพธิญาณ วัดของคุรบาอริยชาติ อริยจิตโต มีผู้กดถูกใจเพจกว่า 36,374 คน มีผู้กดติดตามกว่า 37,151 คน เฟซบุ๊ก แพนเพงศิษย์วัดศรีดอนมูล ของคุรบาน้อย เทชปณโณ มีผู้กดถูกใจกว่า 5,255 คน มีคนกดติดตามกว่า 5,262 คน และเฟซบุ๊ก ส่วนตัวสถานธรรมดอยดวงแก้วสัพพัญญู ของคุรบาชัยยาปถพี ชัยรัตนจิตโต มีเพื่อนในเฟซบุ๊ก กว่า 2,038 คน ไม่เพียงเท่านั้นผู้คนเหล่านั้นต่างร่วมกดถูกใจ (Like) กดแบ่งปัน (Share) ข้อมูลต่าง ๆ ของคุรบาด้วย ไม่ว่าจะเป็นภาพกิจกรรมหรือแม้แต่การเชิญชวนในการสร้างบุญต่าง ๆ ของคุรบาติใหม่ ดังนั้นพื้นที่เฟซบุ๊ก เป็นพื้นที่สำคัญพื้นที่หนึ่งที่ทำให้ผู้คนรู้จักคุรบาติใหม่ได้ และคุรบาติใหม่ก็เล็งเห็นความสำคัญนั้นเช่นกัน

จากข้อมูลต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่าเฟซบุ๊ก เป็นช่องทางสำคัญช่องทางหนึ่งที่คุรบาติใหม่ เลือกใช้พื้นที่ดังกล่าวในการนำเสนอตนเอง ด้วยเพราะสะดวกและไม่มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการใด ๆ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่มีผู้คนใช้งานจำนวนมาก ดังนั้น พื้นที่เฟซบุ๊ก จึงถือว่าเป็นพื้นที่สำคัญในปัจจุบัน ในการนำเสนอภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ต่าง ๆ ของคุรบาติใหม่ เพื่อสื่อสารไปสู่การรับรู้ของผู้คนในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ไม่เพียงแต่หนังสือชีวิตประวัติและสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก เท่านั้น ที่คุรบาติใหม่ใช้เป็นพื้นที่ในการนำเสนอภาพลักษณ์ของตนเอง ยังมีช่องทางอื่น ๆ อีกจำนวนมากที่คุรบาติใหม่ใช้เป็นเครื่องมือ เช่น ข่าว รายการทีวี เทคโนโลยีเครื่องเล่นเทปคาสเซ็ทและแผ่นคอมแพคดิสก์ หรือแม้กระทั่งธุรกิจห้องภาพและทีมช่างถ่ายภาพและวิดีโอที่มีประสิทธิภาพ เช่น การใช้โดรนในการเก็บภาพบรรยากาศในงานพิธีกรรมต่าง ๆ ช่องทางเหล่านี้ ต่างเป็นเครื่องมือสำคัญที่คุรบาติใหม่เลือกใช้เพื่อนำเสนอ

⁹ ดู เฟซบุ๊ก วัดแสงแก้วโพธิญาณ, สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/sangkaewphothiyarn/?ref=ts&fref=ts> (เมื่อ 9 กรกฎาคม 2560); สถานธรรมดอยดวงแก้วสัพพัญญู, สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/profile.php?id=100011726254232&ref=ts&fref=ts> (เมื่อ 9 กรกฎาคม 2560); ลูกศิษย์คุรบาพ่อบุญชุ่ม ญาณสํวโร, สืบจาก <https://www.facebook.com/profile.php?id=100008597501006&ref=ts&fref=ts> (เมื่อ 9 กรกฎาคม 2560); วัดศรีดอนมูล, สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/Watsridonmoon/?fref=ts> (เมื่อ 9 กรกฎาคม 2560)

¹⁰ วัดคุรบาอริยชาติ. วัดแสงแก้วโพธิญาณ. สืบค้นจาก : <https://www.facebook.com/Sangkaewphothiyarn/photos/a.310020905745571.74877.111979062216424/1328172073930444/?type=3&theater> (เมื่อ 3 มีนาคม 2560)

(โฆษณา) ภาพลักษณ์ และเอกลักษณ์ต่าง ๆ ของตนเอง สู่สายตาและการรับรู้ของผู้คนในสังคม เพื่อสร้างแรงดึงดูด และความสนใจจากผู้คนในสังคม ให้เขาเหล่านั้นเข้ามาเลื่อมใสศรัทธา หรือพุดง่าย ๆ คือ เลือกเข้ามาบริโภคครุภาควัตถุใหม่ ในฐานะสินค้าทางความเชื่อประเภทหนึ่ง

สรุป

จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าภายใต้บริบทประวัติศาสตร์ของสังคมภาคเหนือภายหลังทศวรรษ 2470 เกิดกระแสการผลิตซ้ำและสร้างภาพลักษณ์ครุภาควัตถุวิชัย โดยการผลิตหนังสือชีวประวัติครุภาควัตถุวิชัยเป็นอย่างแรกในทศวรรษดังกล่าว และเริ่มมีการผลิตซ้ำและสร้างภาพลักษณ์ครุภาควัตถุวิชัยในช่องทางอื่นอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน กระแสดังกล่าวทำให้ครุภาควัตถุวิชัยกลายเป็นที่รู้จักของคนส่วนใหญ่ในสังคมวงกว้างในฐานะ “ตบถุแห่งล้านนา” หรือในฐานะ “พระเกจิสำคัญของพุทธศาสนาไทย”

ไม่เพียงเท่านั้นกระแสดังกล่าวยังได้ทำให้ภาพลักษณ์ครุภาควัตถุวิชัย กลายเป็นการรับรู้และความเข้าใจหลักของผู้คนในสังคม เช่น ภาพลักษณ์การเป็นตบถุ ภาพลักษณ์การเป็นพระนักพัฒนา การนุ่งห่ม และภาพลักษณ์การเป็นต้นแบบพุทธศาสนาแบบจารีตล้านนา ภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นเหล่านี้ กลายเป็นความเข้าใจใหม่ของผู้คนในสังคมต่อลักษณะและความหมายของคำว่า “ครุภา”

ดังนั้นจากอิทธิพลของกระแสดังกล่าว ทำให้ผู้คนในสังคมมีชุดการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับครุภาควัตถุวิชัยชุดเดียวกันกับสิ่งที่ถูกกระแสผลิตซ้ำและสร้างขึ้น “ครุภาควัตถุใหม่” หรือพระสงฆ์กลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกระแสนานานิยมในทศวรรษ 2530 จึงนำภาพลักษณ์ครุภาควัตถุวิชัยใช้เป็นภาพลักษณ์ และเอกลักษณ์ของตนเอง เพื่อนำเสนอสู่การรับรู้ของผู้คนในสังคม ซึ่งภาพลักษณ์เหล่านั้นสัมพันธ์กับพื้นฐานความเชื่อของผู้คนในสังคม เป็นภาพลักษณ์พระสงฆ์ในอุดมคติที่ผู้คนต่างแสวงหาเพื่อหวังจะได้สร้างบุญร่วมกับพระสงฆ์ในลักษณะดังกล่าว

ดังนั้นครุภาควัตถุใหม่จึงไม่เพียงแต่สร้างภาพลักษณ์ตนเองให้สัมพันธ์กับภาพลักษณ์ครุภาควัตถุวิชัยเท่านั้น เพื่อทำให้ผู้คนรู้จักตนเองมากยิ่งขึ้น ครุภาควัตถุใหม่จึงเลือกที่จะใช้เทคโนโลยีร่วมสมัย มาเป็นเครื่องมือในการช่วยนำเสนอและสื่อสารภาพลักษณ์ต่าง ๆ ของตนเองไปสู่การรับรู้ (สายตา) ของผู้คนที่ซึ่งเป็นลักษณะที่ถือเป็นการนำเสนอตัวเอง (โฆษณา) ในลักษณะคล้ายสินค้าประเภทหนึ่ง แต่เป็น “สินค้าทางความเชื่อ” เพื่อให้ผู้คนในสังคมได้เลือกบริโภคตามความชอบ และตามรสนิยมส่วนบุคคล ดังนั้นผู้คนที่ชื่นชอบจึงพากันหลั่งไหลมาเลื่อมใสศรัทธา (บริโภค) ครุภาควัตถุใหม่ในฐานะสินค้า “ยี่ห้อครุวิชัย” จำนวนมากและเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

- ครุบาเทือง นาถสีโล. (2014, ธันวาคม 1). วัดบ้านเด่น อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่. ตอน 1 รายการบันทึกลับแดนสยาม (ให้สัมภาษณ์เพื่อทำบันทึกรายการ). สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=31nKy10sC20>
- ครุบาน้อย เทชปณโณ. วัดศรีดอนมูล อ.สารภี จ.เชียงใหม่. สัมภาษณ์, 4 มีนาคม 2559.
- ทิพวรรณ จันทร์สวาย. (2015, กรกฎาคม 20). เพลงครุบาศรีวิชัย [Video file]. สืบค้นจาก https://youtu.be/4_gpmkr9qVQ.
- เจียรชาย อักษรดิษฐ์, กรกนก รัตนวราภรณ์ และคณะ. (2545). ล้านนา: จักรวาล ตัวตน อำนาจ, ชุมชน, ความเชื่อ เรื่อง “พระธาตุประจำปีเกิดในล้านนา” ปรากฏการณ์ทางอำนาจ ศรัทธา มายาคติ. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เจียรชาย อักษรดิษฐ์. (2552). ตำนานพระเจ้าเลียบโลก: การศึกษาพื้นที่ทางสังคมและวัฒนธรรมล้านนา ภูมินาม ตำนาน ผู้คน. กรุงเทพฯ: บริษัทธารปัญญาจำกัด.
- พระครูอดุลสีกิตติ์. วัดธาตุคำ อ.เมือง จ.เชียงใหม่. สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2559.
- พระนคร ปณณวชิโร. (บรรณาธิการ). (2553). เถราภิเชก พิชัยกยอสมณศักดิ์พระสงฆ์ในล้านนา. เชียงใหม่: แม็กซ์พรินติ้ง (มรดกล้านนา).
- พระศรีวิชัย. รวบรวม. (2475). กัมมัญฐานรอม. เชียงใหม่: มปท.
- พระอานันท์ พุทธธมโม. (2558). ครุบาเจ้าศรีวิชัย นักบุญแห่งล้านนาศรีวิชัย. บรรณาธิการโดย สมาคมชาวลำพูน. พิมพ์ครั้งที่ 9. เชียงใหม่: โรงพิมพ์นันทพันธ์.
- พัชรดา จุลเพชร. (2548). แนวคิดเรื่องกึ่งพุทธกาลในสังคมไทย พ.ศ. 2475-2500. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาประวัติศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- พิพัฒน์พงษ์ หน่อขัตติ. (2013, พฤษภาคม 8) เพลงครุบาเจ้าศรีวิชัย [Video file]. สืบค้นจาก <https://youtu.be/hxbSpd1xWsc>
- ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย: กรณีศึกษา Facebook. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

ลูกศิษย์ครูบากฤษดา สุเมธ วัดสันพระเจ้าแดง. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/groups/206233019560655/> (เมื่อ 10 เมษายน 2560).

ลูกศิษย์พระครูบาบุญชุ่ม ญาณสวโร. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/ลูกศิษย์พระครูบาบุญชุ่ม-ญาณสวโร-1674174156181922/?ref=ts&fref=ts> (เมื่อ 10 เมษายน 2560).

วสันต์ ปัญญาแก้ว. (2555). ครูบาอวตารตนบุญ. ใน ไกรศรี นิมมานเหมินท์ (บรรณาธิการ), *ตัวตนคนเมือง 100 ปี ชาตกาล*. เชียงใหม่ : วนิดาการพิมพ์.

วัดแสงแก้วโพธิญาณ. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/sangkaewphothiyan/photos/a.310020905745571.74877.111979062216424/1328172073930444/?type=3&theater> (เมื่อ 3 มีนาคม 2560).

วิทยา ประทุมธารรัตน์. (บรรณาธิการ). (2541). *ครูบาศรีวิชัย: นักบุญแห่งล้านนาไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นครแก้ว.

ศรีประกาศ,หลวง. (2499). *ประวัติย่อและผลงานของครูบาศรีวิชัย*. พิมพ์ครั้งที่ 5. เชียงใหม่: ธนบรรณการพิมพ์.

ส. สุทธิพันธ์. (เรียบเรียง). (2554). *ครูบาอริยชาติ อริยจิตโต ทิพย์ในธรรม แห่งวัดแสงแก้วโพธิญาณ จังหวัดเชียงราย*. กรุงเทพฯ: บริษัทสถาพรบุ๊คส์ จำกัด.

ส. สุทธิพันธ์. (2556). *ท่องแดนพุทธธรรมกับครูบาอริยชาติ อริยจิตโต*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สถาพรบุ๊ค.

ส. สุภาภา. (2499). *ชีวิตและผลงานของครูบาศรีวิชัย*. พระนคร: สำนักพิมพ์คลังวิทยา.

สงวน โชติสุขรัตน์. (2506). *ประวัติครูบาศรีวิชัย นักบุญแห่งล้านนาไทย*. เชียงใหม่: สงวนการพิมพ์.

สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2537). *ตำนานครูบาศรีวิชัยแบบพิสดารและตำนานวัดสวนดอก*. เชียงใหม่: โรงพิมพ์มิ่งเมือง.

สถานธรรมดอยดวงแก้วสัพพัญญู. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/profile.php?id=100011726254232&fref=ts> (เมื่อ 3 มีนาคม 2560).

สายธาร ศรัทธาธรรม. (2538). *นักบุญแห่งล้านนาไทย ครูบาศรีวิชัยผู้ใจเด็ด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สร้อยทอง.

สิงฆะ วรรณสัย. (2552). *สารประวัติครูบาศรีวิชัยนักบุญแห่งลานนาไทย*. เชียงใหม่: สำนักพิมพ์ ศูนย์หนังสือเชียงใหม่.

สุภาพ อังศุกลีกร. สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2558.

อภิญา เฟื่องฟูสกุล. (2541). ศาสนาทัศน์ของชุมชนเมืองสมัยใหม่ ศึกษากรณีวัดพระธรรมกาย. *วารสารพุทธศาสนศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 5(1), 1-88.

อุษา กิตติพันธ์โสภณ. (2557). อิทธิพลของการรับรู้ตัวตนบนเครือข่ายสังคมที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเครือข่ายสังคมออนไลน์. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาระบบสารสนเทศ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).