

Vol.4

Fourth Edition

ฉบับที่ 4 : มกราคม 2566

“สายมู” กับการรู้เท่าทันสื่อ  
-ความเชื่อหรือเหตุผล?

“หยุด คิด ถาม ทำ” : คาถา  
“แท็กกรรม” ที่พิสูจน์ได้ด้วยตนเอง

ไม่เชื่ออย่าลบหลู่...  
ผู้สายมูเชิงพาณิชย์



ICEM  
Intelligence Center for Elderly Media Literacy

E-Bulletin



สสส  
สำนักงานกองทุนสนับสนุน  
การวิจัยเพื่อสุขภาพ



# มอดิน

บ การเท่าทันสื่อ



# EDITOR'S TALK

มุเตลู่ เป็นความเชื่อและการใช้สิ่งเหนือธรรมชาติมาแก้ไขปัญหาชีวิต เป็นที่พึ่งที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ และเป็นการสร้างความมั่นใจในการใช้ชีวิต กระแสความนิยมเพิ่มมากขึ้นเมื่อผู้คนในสังคมมีความวิตกกังวลกับความไม่แน่นอน อันเกิดจากความเปลี่ยนแปลงของสังคม รวมถึงการเผชิญกับสถานการณ์ใหม่ ๆ ที่ไม่อาจควบคุมและคาดการณ์ เช่น โรคอุบัติใหม่ ภัยธรรมชาติ ภัยสงคราม เป็นต้น

บทความ **“สายมู” ก็การเรียนรู้เท่าทันสื่อ-ความเชื่อหรือเหตุผล?** ของ ขวัญจิต ศศิวงศาโรจน์ เริ่มต้นด้วยการให้ความหมายของคำว่า **“มุเตลู่”** ซึ่งมีความเชื่อเป็นแกนหลัก สอดคล้องกับการปลูกฝังความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งเหนือธรรมชาติในวัฒนธรรมไทย มุเตลู่จึงเป็นที่นิยมในสังคมไทย และเมื่อความเชื่อกลายเป็นการกระทำที่มักไม่ผ่านกระบวนการไตร่ตรองเหตุผล จึงนำมาซึ่งอันตรายอย่างคาดไม่ถึง ดังที่พบในกรณีการดูแลรักษาสุขภาพของผู้ป่วย บทความ **“หยุด คิด ถาม ทำ”: คาถา“แก้กรรม” ที่พิสูจน์ได้ด้วยตนเอง** ของ อีรพงษ์ บุญรักษา กล่าวว่าในสังคมไทยมีความเชื่อว่ากรรมส่งผลด้านลบให้แก่ชีวิต จึงเกิดการแก้กรรม สะเดาะเคราะห์ เสริมดวงชะตา และอื่น ๆ แท้จริงแล้วกรรมคือการกระทำด้วยเจตนาซึ่งมีทั้งด้านดีและด้านเสีย โดยยกตัวอย่างการสร้างกรรมใหม่ในการรู้ทันสื่อของผู้ป่วยได้อย่างน่าสนใจ บทความ **สูงวัยสายมู เรื่องน่ารู้ ก่อนจะมูต้องคิดให้ดี** ของ วราภรณ์ สีบวงศ์สุวรรณ แสดงให้เห็นถึงความวิตกกังวลในการใช้ชีวิตของผู้คนอันเป็นผลมาจากการระบาดของ COVID-19 และหันมาพึ่งพาสิ่งเหนือธรรมชาติเพื่อสร้างความหวังและความมั่นใจ โดยนำเสนอการใช้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ใน 5 รูปแบบ บทความ **ถามอะไรตอบได้ ดูแม่นยำกับตาเห็น...แต่จริงคือปรากฏการณ์ทางจิตวิทยา** ของ สิรินทร พิบูลภานุวัฒน์ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับหมอดู ได้แก่ เหตุผลของการหาหมอดูที่พบว่าแท้จริงแล้วคือความต้องการที่พึ่งทางใจและสร้างความมั่นใจ ประเด็นคำถามที่พบบ่อยเกี่ยวข้องกับความรัก ความสัมพันธ์ การเงิน การงาน การเรียน และสุขภาพ รวมทั้งมีการเปรียบเทียบการใช้บริการหมอดูกับจิตแพทย์ในระบบสาธารณสุข บทความ **ไม่เชื่ออย่าลบหลู่...สู่สายมูเชิงพาณิชย์** ของ นันทิยา ดวงกุ่มเมศ พบว่าคนไทยจำนวนถึง 52 ล้านคนหรือร้อยละ 80 เป็น สายมู เหตุมาจากการต้องการที่พึ่งทางใจ การถูกกระตุ้นโดยสื่อสำคัญคือสื่อบุคคลและสื่อออนไลน์ รวมทั้งการเกิดปฏิบัติการ สายมูเชิงพาณิชย์ มีการนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้สร้างธุรกิจความเชื่อ โดยใช้สื่อหลากหลายรวมถึงสื่อยุคใหม่ที่มีอิทธิพลโน้มน้ำหนักจิตใจ

เมื่อปฏิเสธไม่ได้ว่าคนไทยรวมถึงผู้สูงอายุจำนวนมากเป็น สายมู ทั้งจากการสั่งสมความเชื่อต่าง ๆ ในอดีต การเผชิญปัญหาชีวิตที่ต้องการที่พึ่งทางใจ รวมทั้งการกระตุ้นจากสื่อต่าง ๆ การรู้ทันมุเตลู่โดยใช้คาถารู้ทันสื่อ **“หยุด คิด ถาม ทำ”** ช่วยให้ฉึกคิด ทบทวน หาข้อมูลเพิ่ม และไม่หลงเชื่อในทันที จะป้องกันอันตรายจากการเป็น สายมู ได้อย่างแน่นอน

ศส.ดวงพร คำบุญวัฒน์  
บรรณาธิการ/ที่ปรึกษากลุ่มวิจัยการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

Email: lcdkn@hotmail.com



บรรณาธิการ รศ.ดวงพร คำบุญวัฒน์ กองบรรณาธิการ รศ. ดร.นันทิยา ดวงกุ่มเมศ, รศ. ดร.ขวัญจิต ศศิวงศาโรจน์  
ผศ. ดร.อีรพงษ์ บุญรักษา, ดร.สิรินทร พิบูลภานุวัฒน์, ดร.ณรงเดช พันธะพุมมี, อาจารย์วราภรณ์ สีบวงศ์สุวรรณ  
ผู้ประสานงาน นางสาวประวีณนุช แสงสว่างธรรมมะ ผู้ออกแบบ นายจิรวัชร อรรถขยเวท



01



04



15



09



12

<https://www.posttoday.com/>

# CONTENTS:

## สารบัญ

ฉบับที่ 4 : มกราคม 2566

ICEM E-Bulletin ▼

- ฉบับที่ 1 : เดือนเมษายน 2565
- ฉบับที่ 2 : เดือนกรกฎาคม 2565
- ฉบับที่ 3 : เดือนตุลาคม 2565
- ฉบับที่ 4 : เดือนมกราคม 2566

“สายมู” กับการรู้เท่าทันสื่อ - ความเชื่อหรือเหตุผล?	01
“หยุด ดิต กาม ทำ” : คาถา “แก้กรรม” ที่พีสูงนิตได้ด้วยตนเอง	04
สูงวัยสายมู เรื่องน่ารู้ ก่อนจะมูต้องคิดให้ดี	09
กามอะไรตอบได้ ดูแม่นยังกับตาเห็น... แท่งจริงคือปรากฏการณ์ทางจิตวิทยา	12
ไม่เชื่ออย่าลบหลู่...สู่สายมูเชิงพาณิชย์	15



# “สายมู”

## กับความรู้เท่าทันสื่อ

### ความเชื่อหรือเหตุผล?

ขวัญจิต ศติวงศาโรจน์

ในพ.ศ. นี้ ถ้าไม่พูดถึง “มูเตลู” ก็คงไม่เท่าทันความเคลื่อนไหวในสังคมแบบไทย ๆ ของเราเสียแล้ว ที่มาและความหมายของคำนี้ ทำนผู้อ่านสามารถค้นหาได้ง่าย ๆ ตามสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ที่มีพูดถึงกันอย่างแพร่หลาย แต่โดยสรุปตามความเข้าใจที่ผู้เขียนรวบรวมมา “มูเตลู” เป็นความเชื่อเหนือธรรมชาติต่าง ๆ ที่อาจเป็นไปด้ทั้งความเชื่อทางศาสนา การนับถือผี สิ่งเร้นลับไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ ไซด ชะตา ราศี ดวง รวมทั้งสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายทั้งปวง ซึ่งความเชื่อดังกล่าวได้นำมาใช้เป็นสิ่งที่ยึดเหนี่ยวจิตใจในการดำเนินชีวิตด้านต่าง ๆ เช่น การเงิน การงาน การค้า ความรัก หรือ สุขภาพ และยังมีคำที่ใช้เรียกกลุ่มคนที่นิยมหรือยึดมั่นกับความเชื่อเหล่านี้ว่า “สายมู” อีกด้วย

การที่ผู้เขียนได้หยิบยกประเด็นเรื่อง **“มูเตลู”** ขึ้นมาเกริ่นนำในบทความนี้ ไม่ได้ต้องการสรุปความผิดถูกในเรื่องความเชื่อ เพราะความเชื่อสามารถส่งผลได้ทั้งในทางบวกและลบ แต่ต้องการเชื่อมโยงในเรื่องของความเชื่อกับการรู้เท่าทันสื่อโดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุที่เติบโตมากับเรื่องเล่าและตำนานความเชื่อต่าง ๆ มากมาย ทั้งนี้ เพราะคนเรามี **“ความเชื่อ”** แฝงอยู่ในการดำเนินชีวิตหลากหลายรูปแบบแตกต่างกันไป และปฏิเสธไม่ได้ว่าหนึ่งในนั้น คือ ความเชื่อในเรื่องสิ่งเหนือธรรมชาติ ซึ่งแน่นอนว่ามีผลต่อความคิดและการตัดสินใจต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ รวมทั้งในเรื่องของการรับสื่อในชีวิตประจำวัน

สำหรับผู้สูงอายุความเชื่อมักเกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ เพราะเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจและใส่ใจสำหรับคนวัยนี้ กระแสความเชื่อเกี่ยวกับการรักษาความเจ็บป่วยไม่เคยห่างหายไปจากแวดวงสื่อไทย ดังเช่น **“คนแห่ขนน้ำเหล็กไหล เอาไปกินรักษาโรค ทะลุหมื่นคน”** (Today, 2565) ซึ่งมีตำนานความเชื่อว่าเป็นธาตุศักดิ์สิทธิ์ มีชีวิตสามารถเคลื่อนที่ไปมา มีฤทธิ์อำนาจต่าง ๆ ในขณะที่ทางวิทยาศาสตร์อธิบายว่าเป็นเพียงโลหะหรือวัสดุที่มีจุดหลอมเหลวต่ำที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติเท่านั้น หรือกระแสของ **“เหรียญคอนแทค สามารถรักษาได้สารพัดโรค เพียงแค่สวมใส่ หรือเอามาแช่น้ำดื่ม”** หรือ **“แผ่นหยกให้ความร้อน รักษาโรคอัมพฤกษ์ อัมพาต”** (ไทยรัฐออนไลน์ 2562)

การถอดรหัสความเชื่อในตัวบุคคลจะทำให้เห็นกระบวนการของความคิดและการตัดสินใจในการตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารที่บุคคลได้รับความเชื่อเป็นการรับรู้ที่เราคิดว่าสิ่งนั้น ๆ ถูกต้อง โดยไม่ต้องมีการพิสูจน์ข้อเท็จจริง อาทิ ความเชื่อทางศาสนา (สวรรค์-นรก พระเจ้า สร้างโลก ศาสดาเป็นบุตรของพระเจ้า ฯลฯ) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าความเชื่อเป็นสมมติฐานที่ต่อเนื่องจากความคิด ที่เราเกิดจากการได้เห็น ได้ยิน ได้อ่าน และขบคิดกับสิ่งต่าง ๆ ที่เราได้พบเจอ ความเชื่อมีความเข้มและแน่นกว่าความคิดในแง่ที่ว่า ความเชื่อพัฒนาต่อยอดจากการคิดไปสู่

ความคิดเห็น (Opinion) ไม่ว่าจะสิ่งนั้นจะถูกหรือแย้งกับสิ่งที่ปรากฏจริงแต่เรายึดถือว่า **“ถูก”** และไม่สามารถสลัดออกไปหรือเปลี่ยนแปลงได้ในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ (Schwitzgebel, 2019) ความเชื่อนี้เองที่เป็นรากฐานการก่อรูปของความคิดที่มักทำให้เราตอบสนองต่อสิ่งที่ได้รับรู้อย่างฉับพลันหรือเป็นไปโดยอัตโนมัติ โดยไม่คิดค้นหาเหตุผล หรือตั้งคำถามกับสิ่งที่ได้รับรู้ ซึ่งตรงกันข้ามกับการไตร่ตรอง สะท้อนย้อนคิด หรือ **“Reflection”** อย่างไรก็ตาม ความเชื่อสามารถเปลี่ยนแปลงได้ หากมีการรับรู้ หรือความรู้ชุดใหม่ที่บุคคลยอมรับว่าถูกต้องหรือเป็นจริง ดังนั้น ความเชื่อในคนหนึ่ง ๆ มีมากมายหลากหลาย คงอยู่ เปลี่ยนแปลง สะสม และเกิดขึ้นใหม่ได้ตลอดเวลา

ความเชื่อได้ถูกศึกษาถึงกลไกไปถึงกระบวนการการก่อรูปและเงื่อนไขที่เกี่ยวข้อง Shenhav และคณะ (2011) ได้ศึกษากระบวนการคิดและความเชื่อในพระเจ้า ซึ่งได้ออกแบบเป็นโจทย์ง่าย ๆ ทางคณิตศาสตร์ที่ใช้ทดสอบการตัดสินใจโดยฉับพลันกับการไตร่ตรองย้อนคิด ซึ่งมีตัวอย่างโจทย์ข้อหนึ่งที่ท่านผู้อ่านเองก็อาจลองตอบแบบทดสอบนี้ได้ คำถามมีอยู่ว่า **“ไม้ตีและลูกบอลราคารวมกันเท่ากับ 1.10 ดอลลาร์ ถ้าไม้ตีมีราคามากกว่าลูกบอล 1 ดอลลาร์ ลูกบอลจะมีราคาเท่าไร?”** ซึ่งคำตอบที่ตอบโดยอัตโนมัติคือ 10 เซนต์ แต่คำตอบที่ถูกต้องคือ 5 เซนต์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่าผู้ที่มีคำตอบโดยไม่ไตร่ตรองเป็นผู้ที่มีความเชื่อเรื่องการมีอยู่ของพระเจ้า โดยไม่ได้ขึ้นอยู่กับระดับการศึกษา รายได้ หรือตัวแปรอื่น ๆ ทางประชากร ความเชื่อทำให้คนเรามักก้าวข้ามการตั้งคำถามและกระโจนไปสู่การสรุปหรือตัดสินใจต่อสิ่งต่าง ๆ ได้โดยง่าย

ความเชื่อที่มักชักนำให้คนเราตอบสนองต่อสิ่งที่รับรู้โดยไม่ผ่านการสะท้อนย้อนคิดมากก็นั้น ไม่ได้หมายความว่าจะทำให้เกิดผลในทางลบเสมอไป ความคิดที่ผ่านความเชื่อหรือความคิดที่ผ่านการไตร่ตรองมีความสำคัญด้วยกันทั้งสิ้น ในบางเรื่องหรือในบางกรณีความเชื่อยังช่วยให้เกิดความมั่นใจ มีพลัง ความสามัคคี และผลด้านบวกอื่น ๆ ไม่มีวิธีคิด



ว่านาว บาร์มี



ชวเสียบ



โศดลาค



อุปถัมภ์ ชวขเหล็ก



สุภภาพ



ความรัก



บริวาร



การงาน



ความขยัน



ทรัพย์สิน เว้นทอง

# ย่นคาถารู้กับสื่อ KYU D KID KHAM TA



หนึ่งดีกว่าอีกวิธีหนึ่ง แต่สิ่งสำคัญคือการรักษาความสมดุลและความเหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ อย่างไรก็ตามในการรับข้อมูลข่าวสารในยุคปัจจุบัน การคิดโดยผ่านกระบวนการไตร่ตรองเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้สูงอายุ เนื่องจากข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ สามารถรับและแพร่กระจายผ่านช่องทางการสื่อสารมากมายหลากหลาย และการส่งสารยังมีวัตถุประสงค์ที่แฝงเร้นแตกต่างกันไป รวมทั้งเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ทำให้ผลิตสื่อโน้มน้าวผู้รับได้ตามวัตถุประสงค์มากขึ้นอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน กระบวนการคิดโดยไตร่ตรองจะช่วยให้ผู้สูงอายุได้พิจารณาสิ่งที่รับรู้ เกิดคำถามเพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เชื่อถือได้หรือถูกต้องมากกว่าการคิดโดยอาศัยความเชื่อเพียงอย่างเดียว ซึ่งอาจนำไปสู่การตัดสินใจกระทำในสิ่งที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพและทรัพย์สิน

งานวิจัยด้านจิตวิทยาการรู้คิดที่น่าสนใจหลายงานทำให้ผู้เขียนเกิดความคิดว่า โดยทั่วไปคนเราอาจไม่ได้สังเกตว่าตนเองใช้กระบวนการแบบใดในการรับข้อมูลข่าวสาร การทดสอบลักษณะบุคคลว่าส่วนใหญ่ใช้กระบวนการคิดแบบใดในการรับสื่อก็น่าจะช่วยให้เราทราบว่าทักษะการคิดอย่างไรที่เราควรต้องสร้างเสริมเพื่อให้มีสมรรถนะในการรู้เท่าทันสื่อที่ดีขึ้น หากท่านผู้อ่านสนใจที่จะทดสอบทักษะการรู้เท่าทันสื่อของตนเองแบบสนุกและเพลิดเพลินในรูปแบบเกมออนไลน์ที่เราพัฒนาขึ้นภายใต้ชื่อ “STASS” ท่านสามารถเข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์และดาวน์โหลดเกมได้ที่ ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเซียได้ที่ <https://www.iceml.org/innovation-game-th>

- คนแห่ขอน้ำเหล็กไหล เอาไปกินรักษาโรค ทะลุหมื่นคน (Today, 10 พฤศจิกายน 2565) นำเหล็กไหลมาปลูกเสกน้ำดื่มรักษาโรค เจ้าของเหล็กไหล 100 ล้าน. <https://today.line.me/th/v2/article/XyYzKX>
- 10 ความเชื่อผิดๆ คิดว่ารักษาจะเร่ง โต ไวรลันาน 10 ปี เหตุคนไทยโรตรณะ (1 สิงหาคม 2562). ไทยรัฐออนไลน์. <https://www.thairath.co.th/scoop/1626868>
- Shenhav, A., Rand, G.D. & Greene, D.J. (2011). Divine Intuition: Cognitive Style Influences Belief in God. *Journal of Experimental Psychology: General*, Vol. 141, No. 3.
- Schwitzgebel, Eric. (2019). "Belief", *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Fall 2019 Edition), Edward N. Zalta (ed.), URL: <https://plato.stanford.edu/archives/fall2019/entries/belief/>

## About Me

ปริญญาด้าน Demography เป็นนักวิจัยข้ามวัฒนธรรม สนใจผลพวงของความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่เกิดจากการย้ายถิ่นและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรสูงวัยที่สัมพันธ์กับสุขภาพของบุคคลและสังคมในมิติของการอยู่ร่วมกันท่ามกลางความหลากหลายทางวัฒนธรรม การสูงวัยข้ามชาติและทุนทางวัฒนธรรมในการดูแลผู้สูงอายุ โดยยึดมั่นว่า **“วัฒนธรรม”** เป็นกุญแจสำคัญในการถอดรหัสการสื่อสารความคิด ความเชื่อ และพฤติกรรมในทุกช่วงชีวิตของมนุษย์

ศส. ดร.ชวัญจิต ศศิวงศาโรจน์

อาจารย์ประจำหลักสูตรวัฒนธรรมศึกษา  
สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเซีย





# หยุด คิด ด่าม ทำ

ดาตา “แก้กรรม”  
ที่พิสูจน์ได้ด้วยตนเอง

ธีรพงษ์ บุณยรักษา

ในปัจจุบัน แม้ประเทศไทยจะมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงทั้งทางวัตถุอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย ระบบสาธารณูปโภค ระบบเศรษฐกิจ ระบบการศึกษา การรักษาพยาบาล สิ่งปลูกสร้าง รวมถึงการเปลี่ยนแปลงในทางสังคม เช่น ค่านิยม และองค์ความรู้ใหม่ที่มุ่งหวังต่อการสร้างสุขภาวะของคนไทยให้ดียิ่งขึ้น แต่ความเชื่อหนึ่งที่ยังคงฝังรากลึกอยู่ในมนุษย์สายพันธุ์ไทยอย่างเหนียวแน่น คือ เรื่องกรรม ซึ่งเรา

สามารถพบเห็นพิธีกรรมต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเชื่อเรื่องเวรกรรม และการแก้กรรมได้ไม่ยากในสังคมไทย เช่น การทำบุญให้ทานเพื่อหวังความเจริญรุ่งเรืองในชีวิต หรือชาติหน้า การทำพิธี เสริมดวงชะตาที่เชื่อว่า จะช่วยให้ตนโชคดี การสะเดาะเคราะห์ การแก้ขง หรือแก้กรรม เพื่อให้ตนไม่ต้องรับกรรมหรือเรื่องทุกข์ร้อน เป็นต้น ... ทำไมจึงเป็นเช่นนั้น? บทความนี้จึงอยากชวนท่านผู้อ่านมาร่วมกันพิจารณาถึงสาเหตุของการปรากฏการณ์ดังกล่าวในสังคมไทย และวิธีการแก้ไขปรับปรุงให้คนในสังคมไทยโดยเฉพาะผู้สูงอายุไทยสามารถแก้ไขกรรมของตนได้อย่างมีเหตุผล ลดความมั่งงาย ลดความเสี่ยงในการตกเป็นเหยื่อการหลอกลวง และเกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม

เหตุผลสำคัญประการหนึ่ง คงจะหนีไม่พ้นการเข้าใจความหมายของ **“กรรม”** และกระบวนการเกิดและการส่งผลของกรรมที่อาจไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ คนไทยจำนวนมากไม่น้อย มักเข้าใจว่า **“กรรม”** คือผลของความชั่ว หรือบาปที่เกิดจากการกระทำของตนในอดีต<sup>1</sup> จึงตีความไปในทางลบ ดังเช่น คำว่า เคราะห์กรรม เวรกรรม ที่แสดงว่าสิ่งที่ตนทำไม่ดีไว้ในอดีต (หรืออดีตชาติ) จะย้อนนำมาซึ่งความวิบัติ ความทุกข์ยากให้แก่ตนเอง นอกจากนั้น ยังมีความเชื่อว่าคนเราย่อมมีชีวิตเป็นไปตามกรรมในอดีต คือชีวิตนี้ถูกกรรมลิขิตมาแล้ว ถึงแม้เราจะพากเพียร

พยายามปรับปรุงจิตใจ และสติปัญญาอย่างไร ก็ไม่มีทางทำให้คุณภาพชีวิตเปลี่ยนแปลงไปจากลิขิตได้ เมื่อมีความเชื่อมั่นเช่นนี้แล้ว ย่อมเกิดความกลัวเกรงต่อการส่งผลของกรรมเก่า แต่ไม่รู้จะแก้ไขอย่างไร จึงเลือกที่จะปล่อยชีวิตไปตามยถากรรม ไม่ชวนขวาย ปล่อยปะละเลย ไม่เพียรพยายามพัฒนาจิตใจ ความรู้ และคุณภาพชีวิต แต่ก็มีคนจำนวนไม่น้อยที่เชื่อว่าน่าจะมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่สามารถช่วยแก้กรรม หรือตัดกรรมไม่ให้ผลร้ายมาสู่ตนได้ กลุ่มนี้จึงมุ่งประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ เช่น การสวดอ้อนวอน การบนสาถกล่าว การสะเดาะเคราะห์ เป็นต้น จึงส่งผลให้ผู้ที่หมกมุ่นต่อการประกอบพิธีกรรมเหล่านี้กลายเป็นคนที่จิตใจที่ไม่มั่นคง ขาดความมั่นใจในตนเอง ชอบการร้องขออ้อนวอน และไม่แสวงหาความรู้ ซึ่งเมื่อความเชื่อที่คลาดเคลื่อนเหล่านี้ถูกขยายวงกว้างไปสู่ผู้คนในสังคม โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่มีเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยสามารถกระจายข้อมูลส่งต่อไปสู่เครือข่ายได้อย่างกว้างขวาง กลายเป็นสิ่งที่พบได้ทั่วไป และเป็นวิถีในการดำเนินชีวิต และพัฒนาสังคม จึงทำให้สังคมเกิดความอ่อนแอ





ในทางสติปัญญา ไม่มีการค้นหาความรู้ หรือข้อมูล ข้อเท็จจริง และโยนความผิดของความล้มเหลวเหล่านี้ให้แก่ **“กรรม”** เก่า จึงเกิดความเสียหายต่อคนในสังคมที่จะตกเป็นเหยื่อของการหลอกลวงผ่านสื่อต่าง ๆ ได้อย่างง่ายดาย เช่น การก่อกวนโจมตีทางการเมือง การใส่ร้ายผ่านสื่อ สร้างความเกลียดชัง จนเกิดเป็นความขัดแย้งของสังคมตามมานั้นเอง การแก้ไขปัญหาดังกล่าว ย่อมต้องสร้างความกระจ่างชัดในเรื่อง **“กรรม”** ตามหลักพระพุทธศาสนาเสียก่อน คำว่า **“กรรม”** หมายถึง **“การกระทำด้วยเจตนา หรือจิตใจ”** ผ่าน 3 ช่องทาง ได้แก่ **“กายกรรม”** คือ การกระทำโดยใช้ร่างกายเป็นเครื่องมือเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ขึ้นตามเจตนา เช่น การเลี้ยงดูลูกหลาน การฆ่าสัตว์ การรับประทานอาหารที่เป็นประโยชน์ การดื่มสุราของมีนเมา เป็นต้น รวมถึงการเปิดโทรศัพท์มือถือถือ หรือสื่อต่าง ๆ เพื่อรับข้อมูลที่ตนเองสนใจ ก็จัดว่าเป็นกายกรรมด้วยเช่นกัน **“วจีกรรม”** คือ การกระทำโดยใช้ปากและเสียงเป็นเครื่องมือ

สื่อสารเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ตามเจตนา เช่น การอบรมสั่งสอนลูกหลาน การดูว่ากล่าวการโกหกหลอกลวง การพูดเสียสติ การพูดเพื่อจั่วรวมถึงการสื่อสารข้อความที่เป็นประโยชน์ การเตือนเพื่อนใน Line กลุ่ม ให้ระวังการหลอกลวงในรูปแบบใหม่ หรือการแชร์ข้อมูลเท็จผ่านระบบสังคมออนไลน์ เป็นต้น และ **“มโนกรรม”** เป็นการกระทำโดยใช้จิตใจ (ความคิด) เป็นเครื่องมือเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ขึ้นตามเจตนา เช่น ความคิดที่จะทำร้ายผู้อื่น ความคิดปรารถนาดี ความอยากได้ อยากมี เป็นต้น ซึ่ง **“มโนกรรม”** เหล่านี้ จึงเป็นเหตุให้เกิด **“กายกรรม”** และ **“วจีกรรม”** ดังเช่น เมื่อเราคิดอยากรับประทานขนมหวานที่เราชอบ ถึงแม้แพทย์จะเตือนว่าไม่ควรรับประทานมากก็ตาม แต่ด้วยความอยากนี้มีพลังแรงจึงผลักดันให้เราไปซื้อขนม และรับประทานอย่างรวดเร็ว เป็นต้น

ดังนั้น **“กรรม”** จึงไม่ได้มีความหมายในทางลบอย่างเดียว แต่หมายถึงกระทำผ่านกาย การสื่อสาร และผ่านจิตใจที่เป็นไปได้ทั้งทางลบและทางบวก และหากจิตใจได้รับการพัฒนาให้บริสุทธิ์แล้ว ก็สามารถกระทำให้เกิดความหลุดพ้นจากการส่งผลทางลบและบวกได้ ซึ่งความคิดในจิตใจนี้เอง เป็นเหตุเกิดของการกระทำนั่นเอง หากความคิดเป็นกุศล คือ ความไม่โลภ (อโลภะ) ความเมตตา (อโทสะ) และปัญญา (อโมหะ) ก็จะก่อให้เกิดกุศลกรรม คือ การกระทำที่ดี แต่หากเกิดความคิดที่ไม่ดี เช่น ความอยาก (โลภะ) ความขัดเคือง (โทสะ) และความไม่รู้ (โมหะ) ซึ่งเป็นเหตุให้เกิดเจตนาทางใจ (มโนกรรม) ขึ้น ก็เป็นเหตุให้เกิดอกุศลกรรมขึ้น

# “กรรม”

หมายถึง การกระทำด้วยเจตนา หรือจงใจ  
3 ช่วงทาง

“กรรมนิยาม” “วจีกรรม” “มโนกรรม”



สำหรับความเชื่อว่าคนเราย่อมมีชีวิตเป็นไปตามกรรมเก่า หรือวิบากกรรมเท่านั้น และไม่มีทางจะสร้างการเปลี่ยนแปลงได้ ความเชื่อนี้ถือเป็นมิจฉาทิฐิ โดยคำสอนในพระพุทธศาสนา กล่าวว่าเป็นผลที่เราได้รับในปัจจุบันนี้ เกิดขึ้นจากนิยาม 5 หรือกฎธรรมชาติของสรรพสิ่งทั้งปวง<sup>2</sup> ประกอบด้วย “อุตุนิยาม” คือ การเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากความร้อนหรืออุณหภูมิ “พีชนิยาม” คือ การเปลี่ยนแปลงอันเนื่องจากการสับพันธุ์ หรือพันธุกรรม “จิตตนิยาม” คือ การเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากกระบวนการทำงานของจิต “กรรมนิยาม” คือ การเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากพฤติกรรมหรือการกระทำของมนุษย์ และ “ธรรมนิยาม” คือ กฎธรรมชาติเกี่ยวกับความสัมพันธ์และอาการที่เป็นเหตุเป็นผลแก่กันของสิ่งทั้งหลาย เช่น การเกิดขึ้น ตั้งอยู่ ดับไปของสรรพสิ่งต่าง ๆ เป็นต้น ผลที่เราได้รับในปัจจุบันนี้ จึงไม่ได้อยู่ภายใต้กฎแห่งกรรมเพียงกฎเดียว แต่ขึ้นกับกฎอื่น ๆ ด้วย นอกจากนี้ การทำเหตุใหม่ หรือการกระทำโดยเจตนาในปัจจุบัน ไม่ว่าจะป็นทางกาย วาจา หรือใจ ก็ย่อมส่งผลต่อเราในปัจจุบันและอนาคตด้วย ดังนั้น เราจึงสามารถพัฒนาความสุข ความรู้ คุณภาพชีวิตของเราให้ดีกว่าเดิมได้

ผู้เขียนเชื่อว่า หากผู้สูงอายุไทย ซึ่งถือเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในครอบครัว มีความเห็นต่อเรื่องกรรมอย่างไม่มั่งงาย จะพยายามสร้าง

กรรมใหม่ที่ดีงาม จะช่วยเสริมสร้างสังคมให้เข้มแข็งด้วยปัญญา ไม่ตกเป็นเหยื่อของการหลอกลวงจากผู้อื่น และจากกิเลสในใจของตัวเองได้ง่าย ๆ บทความนี้จึงขอนำเสนอคาถาแก้ไขกรรมด้วย คาถา “หยุด คิด ถ้าม ทำ” ดังเช่น เมื่อมีญาติของเรามาชักชวนให้เราซื้อยาแผนโบราณที่ผ่านการปลุกเสกแล้ว ซึ่งญาติเชื่อว่ามีคุณค่าดีสิทธิ์ช่วยรักษาได้หลายโรค (วิบากกรรม) จึงหวังดีอยากช่วยให้เรามีสุขภาพดี เรารู้สึกมีความสุขจากข้อมูลที่ได้รับ หากเรารีบเชื่อโดยไม่หยุดคิดไตร่ตรอง และสืบค้นข้อมูล เราก็จะตัดสินใจ (มโนกรรม) ไปส่งซื้อ (วจีกรรมและกายกรรม) ยาแผนโบราณดังกล่าวอย่างรวดเร็ว ซึ่งหากยาแผนโบราณดังกล่าวไม่ได้มีสรรพคุณดีจริง แล้วเรานำไปใช้อาจเกิดความเสี่ยงต่อสุขภาพ เสียรู้ เสียเงิน เสียใจ และอาจเสียญาติตามมาอีกด้วย แต่หากเราใช้คาถารู้เท่าทันชื่อ “หยุด คิด ถ้าม ทำ” เข้าไปแก้ไขการกระทำของเราให้ดีขึ้น เมื่อเรารับรู้วิบากกรรมผ่านภาพและเสียงของญาติเราแล้ว เราต้อง “หยุด” ใช้สติตรวจสอบและยับยั้งความคิดในทางอกุศลของเราเสียก่อน เพื่อไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของความอยาก “คิด” คือการไตร่ตรองอย่างรอบคอบถึงความต้องการจำเป็น ผลกระทบต่อร่างกาย รวมถึงคิดปรารภนาดีต่อตนเองและผู้อื่น “ถ้าม” ตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งข้อมูล



ที่เชื่อถือได้ เพื่อให้เกิดความรู้ถึงสรรพคุณและโทษของอาหารเสริมชนิดนี้ และความคุ้มค่ากับราคา หากตรวจสอบแล้วพบว่ายาแผนโบราณชนิดนี้ ไม่มีสรรพคุณตามที่โฆษณา และกลับมีผลร้ายต่อสุขภาพ เราจึงตัดสินใจ **“ทำ”** ด้วยการไม่ซื้อ และตัดสินใจบอกข้อมูลนี้ให้เพื่อน ๆ ทราบ เพื่อไม่ให้ตกเป็นเหยื่อการหลอกลวงนี้ แต่หากเราได้รับข้อมูลที่ดีมีประโยชน์ ซึ่งผ่านกระบวนการ **“หยุด คิด ถาม ทำ”** มาแล้ว เราก็นำมาใช้เพื่อพัฒนา สุขภาวะของเราให้ดีขึ้น รวมทั้งแนะนำข้อมูลดังกล่าวให้เพื่อนด้วยความปรารถนาดี เมื่อคนในสังคมสร้างกรรมดีอย่างรู้เท่าทันเช่นนี้ สังคม ก็จะกลายเป็นสังคมแห่งปัญญา ไม่ตกเป็นเหยื่อของการหลอกลวงได้ง่าย ๆ จนเกิดความสงบสุขจากกรรมดีของคนในสังคม ... ผู้เขียนจึงขอเรียนเชิญชวนท่านผู้อ่านทุกท่านลองพิสูจน์ความขลังของคาถานี้ด้วยตัวท่านเอง และหากได้ผลกรรมเป็นอย่างไรอย่าลืมส่งข้อมูลมาเล่าสู่กันฟังนะคะ

<sup>1</sup> วิษระ งามจิตรเจริญ. (2561). พุทธศาสนาเถรวาท. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

<sup>2</sup> พระพรหมคุณาภรณ์ ป.อ. ปยุตฺโต. (2557). พุทธธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 40. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มูลนิธิธรรมิกชนเพื่อคนตาบอดแห่งประเทศไทย จำกัด.

## About Me

ปริญญาเอกด้านบริหารธุรกิจ เน้นการพัฒนาทรัพยากร มนุษย์ในองค์กร เป็นนักวิจัยด้านผู้สูงอายุกับการรู้ทันสื่อ สมรรถนะด้านวัฒนธรรมเพื่อแก้ไขปัญหาด้านแรงงานข้ามชาติ และเป็นอาจารย์สอนในสาขาการสื่อสารระหว่าง วัฒนธรรมเพื่อการบริหาร มีความสนใจด้านพุทธศาสนากับการพัฒนามนุษย์และองค์กร มีความเชื่อว่าการสื่อสาร เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาความสุขของมนุษย์ และสร้างสันติภาพให้แก่สังคม

ผศ. ดร.ธีรพงษ์ บุญรักษา



อาจารย์ประจำหลักสูตรภาษาและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเซีย

# สูงวัย สายมู

## เรื่องน่ารู้ ก่อนจะมูต้องคิดให้ดี

วารกรณ์ สืบวงศ์สุวรรณ

**ปีเก่าพัดผ่านไป เริ่มปีใหม่กันอีกครา ถือเป็นช่วงเวลาแห่งการเริ่มต้นและการเปลี่ยนแปลงของหลายสิ่งหลายอย่าง และหลายคนชอบบอกว่า “อะไรไม่ดีให้โยนทิ้งไปในปีเก่า” แต่มีสิ่งหนึ่งที่เราก็งงอยากโยนทิ้ง ทั้งอยากให้หายไปสักแต่ไหน ก็ยังคงตามมาอยู่กับพวกเราจนล่องเลยเข้าสู่ปีที่ 4 จนได้ และใช่ ทุกคนรู้ว่าสิ่งนั้นมันคืออะไรจะเป็นสิ่งใดไปไม่ได้เลย นอกจากเจ้าโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19 นั่นเอง**

อย่างที่ทราบกันดีถึงเรื่องผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ว่ารุนแรงและก่อความเสียหายในทุกภาคส่วนขนาดไหน ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ การศึกษา สุขภาพและแน่นอนว่าทุกด้านนั้นย่อมส่งผลต่อสภาพจิตใจ แม้ตอนนี้หลายคนจะได้รับวัคซีนกันไปแล้วก็ตาม บ้างสามเข็ม บ้างก็สี่เข็ม บางคนอาจไปถึงเข็มที่ห้าหรือหกกันแล้ว แต่ก็ยังไม่มีผู้ใดหรือสิ่งใดสามารถรันตีได้เลยว่า พวกเราจะสามารถกลับมาใช้ชีวิตปกติได้เหมือนเดิม

จากสถานการณ์ล่าสุด ที่แม้ว่าไทยจะเปิดประเทศ เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และสถานประกอบการบางส่วนเริ่มกลับมาคึกคัก แต่รายงานข่าวโควิด จากทั้งหน่วยงานรัฐและที่เห็นตามสื่อสังคมออนไลน์นั้น พบว่า โควิด เริ่มกลับมาระบาดหนักอีกครั้งในช่วงปลายปี 2565 ที่ผ่านมา และหากใครได้ตามข่าวที่กำลังเป็นประเด็นร้อนแรงอยู่ตอนนี้ ก็จะทราบว่า ไทยเรานั้นเปิดรับนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้าประเทศโดยคลายล็อกมาตรการโควิดทั้งหมดออกไป

ช่วยยอดจำนวนผู้ติดเชื้อโควิดเพิ่มขึ้นอย่างมาก หลังจีนทำการเปิดประเทศ และถึงแม้จะมีการประกาศหยุดรายงานข้อมูลโควิดจากรัฐบาลจีน แต่ยังพบรายงานภายในจากคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติจีน (NHC) ที่ระบุว่า ในช่วง 20 วันแรกของเดือนธันวาคม พบผู้ติดเชื้อราว 250 ล้านคน หรือคิดเป็น 18% ของจำนวนประชากรในประเทศจีนเลยทีเดียว!

แม้ว่าการนำเสนอข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ นั้นทำเพื่อต้องการให้ประชาชนรับทราบข้อเท็จจริง แต่ก็ส่งผลให้ประชาชนที่กำลังพุงตัวเองให้ลุกขึ้นมาเริ่มต้นใหม่ กลับมาวิตกกังวล ท้อแท้ และหมดกำลังใจ เพราะกลัวว่าจะต้องกลับไปเผชิญกับผลกระทบอันแสนเลวร้ายนั้นอีกครั้ง อีกทั้งยังมีข่าวในเชิงลบแพร่ออกมาอีกมากมายผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกับกลุ่มเปราะบางอย่างผู้สูงอายุ ที่นอกจากจะเป็นกลุ่มเสี่ยงด้านสุขภาพทางกายแล้ว ยังน่าเป็นห่วงเรื่องของสุขภาพจิตใจมากที่สุดอีกด้วย

ในช่วงเวลาเปราะบางเช่นนี้ หากลองสังเกตพฤติกรรม



ของคนในสังคมให้ตี จะเห็นว่าคนไทยหันไปพึ่งพาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือ เรื่องเหนือธรรมชาติมากขึ้น แม้ว่าสิ่งเหล่านี้จะอยู่คู่กับสังคมไทยมานาน เพียงแต่ปรับเปลี่ยนรูปแบบให้เข้ากับยุคสมัยเท่านั้นเอง โดยวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล เผยข้อมูลงานวิจัย ‘Marketing in the Uncertain World การตลาดของคนอยู่เป็น’ พบว่า ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด คนไทยเริ่มวิตกกังวลกับความไม่แน่นอนในชีวิต จนทำให้หันมาหาที่พึ่งหรือเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันรู้จักกันดีในคำว่า ‘มูเตลู’ หรือ ‘สายมู’ ซึ่งผลวิจัยยังระบุถึง 5 อันดับความเชื่อเรื่องโชคลางที่มีผลต่อคนไทยมากที่สุด ได้แก่

1. การพยากรณ์ (ดูดวง) จากโหราศาสตร์ ลายมือ หรือไพ่ยิปซี
2. การบูชาพระเครื่องหรือวัตถุมงคล
3. ความเชื่อสิ่งมงคล
4. ความเชื่อตัวเลขมงคล
5. ความเชื่อเรื่องเหนือธรรมชาติ<sup>2</sup>

นอกจากนี้ ความรู้ท้องถิ่นและภูมิปัญญาชาวบ้านยัง กลายมาเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่คนไทยนำมาเป็นเครื่องยึดเหนี่ยว โดยเชื่อว่า จะสามารถป้องกันโรคร้ายจากโควิดได้ ซึ่งหลายชุมชนในประเทศไทย

ได้จัดพิธีกรรมตามความเชื่อเพื่อขับไล่โรคร้ายนี้ให้หายไปจากชุมชน<sup>3</sup> โดยเฉพาะคนเฒ่าคนแก่ที่มักจะเป็นผู้ที่ตระหนักและแพร่กระจายความเชื่อเหล่านี้มากที่สุด และอาจจะ ‘เชื่อ’ หรือ ‘ทำตาม’ แทนที่ โดยไม่ได้นึกไตร่ตรอง คิดพิจารณาให้คิดว่า ควรเชื่อหรือไม่ ควรทำตามหรือไม่ ซึ่งคงไม่ต้องมองหากที่ไหนไกล แคลองนึกถึงข้อมูลข่าวสารในโลกกลุ่มของครอบครัว หรือหน้าฟีดของเฟซบุ๊ก ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาจะเห็นตัวอย่างของความเชื่อหรือความเป็น ‘สายมู’ ที่หลากหลายมากมายเลยทีเดียว

ยกตัวอย่างเช่น ความเชื่อว่าการนำเสื้อสีแดงมาใช้ห้อยไว้ที่หน้าประตูบ้านจะช่วยป้องกันคนในครอบครัวจากโรคโควิดได้ ของชาวบ้านในตำบลบ้านกิว จังหวัดลำปาง ซึ่งจากการสัมภาษณ์ชาวบ้านแล้วนั้น พบว่าความเชื่อเช่นนี้ได้รับอิทธิพลมาจากการรับชมข่าวจากทางสื่อโทรทัศน์ และนำมาประยุกต์เข้ากับภูมิปัญญาท้องถิ่นของตน<sup>4</sup> ทางศาสนาพุทธก็มีความเชื่อและการประกอบพิธีกรรมเพื่อต้านภัยโควิดเช่นกัน โดยมีการเชิญชวนให้ประชาชนร่วมกันสวดมนต์ ‘รัตนสูตร’ โดยเป็นการสร้างขวัญกำลังใจให้ผู้คนใช้ชีวิตอย่างมีสติ และปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของโควิด<sup>4</sup> นี่คือตัวอย่างของความเชื่อที่ต่อให้เชื่อหรือทำตาม โดยไม่ผ่านการ ‘คิด’ ให้ดีก่อนแล้ว ก็อาจจะเกิดความสูญเสียหรือความเสียหายใด ๆ ต่อตนเองและผู้อื่น

ในวันที่ 4 พฤษภาคม 2564 ผู้สื่อข่าวรายงานว่าประชาชนแห่กันไปรับวัตถุมงคล เนื่องจากพระรูปหนึ่งในวัดที่จังหวัดเพชรบูรณ์ ปลุกเสกวัตถุมงคลของคลัง นั่นก็คือ ยันต์ป้องกันโควิด เพื่อแจกญาติโยม

0150529/epo/napos\_uob/napotsod/www./schi/

เพื่อเป็นการสร้างขวัญกำลังใจ โดยประชาชนก็บริจาคตามจิตศรัทธา<sup>5</sup> และเมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2564 มีคุณลุงวัย 62 ปี เข้าแจ้งความว่า ถูกมิจฉาชีพหลอกให้ร่วมบริจาคเงินเพื่อนำไปสนับสนุนบชชื้อเตียงให้ผู้ป่วยโควิด และจะมอบวัตถุมงคลเป็นพระเครื่องเป็นของที่ระลึกนำไปบูชาเพื่อปิดเป่าโรคร้าย<sup>6</sup> การพยายามหาสิ่งยึดเหนี่ยวหรือที่พึ่งพายามจิตใจเปราะบาง โดยไม่ผ่านการพิจารณา นึกถึงหลักความสมเหตุสมผลใด ๆ ซึ่งการเชื่อหรือทำตามทันทีเลยนั้น อาจจะทำก่อนความสูญเสียทั้งทางกายและจิตใจได้ตั้งตัวอย่างข้างต้นได้

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่า ความเชื่อโชคลางจนนำไปสู่การกระทำบางอย่างนั้น ล้วนแล้วมาจากสื่อไม่รูปแบบใดก็รูปแบบหนึ่งทั้งสิ้น ผ่านสื่อโทรทัศน์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งต่อกันมา หรือเข้าถึงตัวเราผ่านบุคคลน่าเชื่อถือ หรือมาในฐานะคนใกล้ตัวก็เป็นได้ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ไม่ใช่ว่าการเป็น ‘สายมู’ หรือการมีความเชื่อ การพึ่งพาสง่าศักดิ์สิทธิ์หรือวัตถุมงคล จะเป็นสิ่งที่ไม่สมควรแต่อย่างใด หากว่าเรานั้นเกิดภาวะที่ต้องการขวัญและกำลังใจในยามที่ชีวิตเจอความยากลำบากหรือมีจิตใจที่เปราะบาง ยามนั้นก็ขอให้อย่างน้อยลองตั้งสติ และให้สิ่งเหล่านั้นได้เข้าผ่านกระบวนการ ‘คิด’ สักนิดหนึ่ง ลองพิจารณาดูสิว่าสิ่งใดควรเชื่อหรือไม่ควรเชื่อ สิ่งใดควรทำหรือไม่ควรทำ สิ่งนั้นจำเป็นไหม สิ่งนั้นช่วยเราได้จริงไหม หรือสิ่งนั้นจะก่อให้เกิดความเดือดร้อนต่อตนเองและผู้อื่นหรือไม่ เมื่อตรองจนถึงถ่วงดีแล้ว ค่อยไปหาคำตอบจากแหล่งน่าเชื่อถือเพิ่มเติม ประกอบการตัดสินใจเสียก่อน เมื่อนั้นเราก็จะเป็น ‘สายมู’ ตัวจริงเสียงจริงที่ไม่ตกเป็นเหยื่อจากความเชื่อและความศรัทธาใด ๆ

<sup>5</sup> Financial Times. (2022, December 25). China estimates 250mn people have caught Covid in 20 days. <https://www.ft.com/content/1fb6044a-3050-44d8-b715-80c18ca5c9ab>

<sup>2</sup> Marketingoops. (2021, January 18). เช้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคสาย ‘มู(เตลู่)’ กับแนวโน้มการตลาดที่เพิ่มโอกาสให้ธุรกิจได้. <https://www.marketingoops.com/exclusive/opinion/cmmu-reveals-research-uncertain-world-consumers-stressed-and-superstitious-more-2021/>

<sup>3</sup> สิดารัตน์ วงศ์จักรสืบ, ภาณุวัฒน์ สกุลสืบ, และ ทัดพิชา สกุลสืบ. (2564). พิธีกรรมการป้องกันโรคโควิด-19 ของชุมชนบ้านกู่ท่ากลาง-ท่าใต้ หมู่ที่ 7 ตำบลบ้านกู่ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง. วารสารมังรายสาร, 9(1), 65-80.

<sup>4</sup> กฤษฎา นิพัทธ์วัฒน์. (2565). การใช้ทสวมนต์ “รัตนสูตร” เพื่อเยียวยาจิตใจประชาชนในสังคมไทยท่ามกลางสถานการณ์การระบาดใหม่ของโรคโควิด-19. Journal of Social Science and Buddhist Anthropology, 7(12), 71-83.

<sup>5</sup> สำนักข่าวไทย. (2564, 4 พฤษภาคม). พระทำยันต์กันโควิดแจกญาติโยม. <https://tna.mcot.net/region-689424>

<sup>6</sup> เซ็นนี่หมอลัด. (2564, 27 กรกฎาคม). ผู้สูงอายุแจ้งความถูกมิจฉาชีพหลอกเป็นกอม.รมน.ขอรับบริจาคช่วยผู้ป่วยโควิด-19. <https://www.ch7.com/sports/503012>

## About Me

ปริญญาโทสาขาภาษาและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม จากสถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเซีย ม.มหิดล ปัจจุบันเป็นอาจารย์ในสาขาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ควบคู่ไปกับการเป็นนักวิจัยในกลุ่มการสื่อสารเพื่อการพัฒนา และมีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับผู้สูงอายุและการรู้เท่าทันสื่อมาเป็นระยะเวลามากกว่า 3 ปี ด้วยความคิดที่ว่า **“ร่วมกันขับเคลื่อนผู้สูงอายุไทยสู่ภาวะพลัมพลัง”**

อาจารย์อรารกณี สืบวงศ์สุวรรณ

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา



[https://www.matichon.co.th/covid19/thai-covid19/news\\_2113251](https://www.matichon.co.th/covid19/thai-covid19/news_2113251)



Search bar with Thai text "ถามหมอดู" (Ask fortune teller)

Buttons: ค้นหาด้วย Google, กำลังค้นแล้วเจอเลย

# ถามอะไรตอบได้ ดูแม่นยำกับตาเห็น... แท้จริงคือปรากฏการณ์ทางจิตวิทยา

สิรินทร พิบุลภาณุวัฒน์

พบแล้ว ได้แล้ว เจอแล้ว อาจเป็นคำอุทานแสดงความดีใจเมื่อสิ่งที่หาอยู่นานปรากฏขึ้นตรงหน้า แต่ก่อนที่จะได้  
ดีใจอย่างนี้ก็ต้องทุกข์ใจอยู่พอสมควรเพราะไม่สมหวังในการตามหาสิ่งที่ต้องการ ในขณะที่กำลังทุกข์ใจและมีคำถามมากมาย  
เกิดขึ้นว่าจะแก้ไขความทุกข์นี้ได้อย่างไร หลายคนคิดว่ามีคำตอบอยู่ที่ไหนสักแห่งเหนือธรรมชาติ ที่พึ่งทางใจของใคร  
หลายคนอาจไม่พ้นสิ่งเหนือธรรมชาติ และคนเหล่านั้นก็จะถามไปยังสิ่งเหนือธรรมชาติที่ตนคิดว่ามีคำตอบรออยู่ แล้วผู้คน  
เหล่านั้นถามอะไรและถามใคร

เมื่อลองใส่คำค้นว่า “ถามหมอดู” ใน Google จะพบว่า มี  
ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการถามหมอดูมากมายถึงกว่า 1 ล้านรายการ  
ให้เลือกศึกษาค้นคว้า แสดงให้เห็นว่าคำถามคาใจของหลายคนเป็นเรื่อง  
ยอดนิยมนบนสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ที่มีชื่อเสียงอย่าง wongnai.com  
รวบรวมคำถามดูดวงไฟทาร์ต เว็บไซต์ trueid.com รวมคำถามดูดวงปี  
2566 และหลายเว็บไซต์จัดกลุ่มคำถามเพื่อการดูดวงและจัดทำเป็น  
รูปภาพกราฟฟิกที่ดูง่ายเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่ต้องการนำไปใช้  
คำถามหมอดูที่ได้รับการแนะนำจากเว็บไซต์ต่าง ๆ สามารถสรุปได้เป็น  
เรื่องความรัก ความสัมพันธ์ การเงิน การงาน การเรียน สุขภาพ และ  
เรื่องทั่วไป เมื่อพิจารณาคำถามส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในชีวิต  
ประจำวัน เช่น ของที่หายไปจะได้เจอไหม คนโน้นคนนี้คิดอย่างไรกับเรา

ความสัมพันธ์จะกลับมาเหมือนเดิมไหม ควรลงทุนอะไรดี จะได้เดินทาง  
ไกลไหม เรื่องสุขภาพต้องระวังอะไรบ้าง นอกจากนี้ยังมีเกร็ดความรู้เรื่อง  
การเตรียมตัวก่อนพบหมอดู มีคำถามที่ไม่ควรถาม เช่น จะตายเมื่อใด  
ตายเพราะอะไร เป็นต้น แต่สิ่งที่น่าสนใจจากปรากฏการณ์นี้คือความเชื่อ  
ของผู้คนที่พากันไป “ถามหมอดู”

คนดูดวงเพราะต้องการที่พึ่งทางใจ ต้องการความมั่นใจใน  
สิ่งที่ทำไปแล้ว ต้องการผ่อนคลายความวิตกกังวล เหตุผลที่คนนิยม  
รับฟังคำทำนายหมอดูเพราะสะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย ราคาถูก  
เมื่อเทียบกับการเข้ารับคำแนะนำจากจิตแพทย์หรือนักจิตวิทยา  
ข้อมูลจากบทความของ จารุจรรย์ ลากพานิช และ อาภาภัทร สังข์สมุทร  
(2565) ระบุว่า ในปี 2563 ประเทศไทยมีจำนวนจิตแพทย์ทั้งหมด 206



ถามหมอดู



ทั้งหมด ค้นรูป วิดีโอ ข่าวสาร Maps :เพิ่มเติม เครื่องมือ

ผลการค้นหาประมาณ 931,000 รายการ (0.28 วินาที)

คน เจ้าหน้าที่จิตวิทยาทั้งหมด 109 คน และจำนวนผู้ป่วยทั้งหมด 2.7 ล้านคน คิดเป็นอัตราส่วนจิตแพทย์ 1 คนต่อผู้ป่วย 6,366 คน มากไปกว่านั้นจิตแพทย์ยังกระจุกตัวในเมืองมาก แตกต่างจากในระดับจังหวัดบางที่ทั้งจังหวัดมีจิตแพทย์ 1 - 2 คน นอกจากนี้ การบริการในโรงพยาบาลรัฐบาลยังต้องจองคิวที่ใช้เวลานานประมาณ 1 - 2 เดือน และมีเวลาจำกัดในการคุย สำหรับการบริการในภาคเอกชนมีราคาสูงหลายเท่าตัว เฉลี่ยประมาณ 1,000 - 2,000 บาท/ชั่วโมง/ครั้ง เทียบกับภาครัฐบาลเฉลี่ยประมาณ 300 - 500 บาท/ครั้ง

อัครกิตติ์ สินธุวงศ์ศรี (2560) นักวิจัยสถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทบทวนวรรณกรรมเรื่องปรากฏการณ์บาร์นัม

(Barnum Effect) หรือ ฟอร์เรอร์ เอฟเฟกต์ (Forer Effect) ซึ่งเป็นปรากฏการณ์เชิงจิตวิทยาที่นักพยากรณ์นิยมนำมาใช้ โดยคำทำนายมักจะตรงกับข้อเท็จจริงส่วนตัวของผู้ที่ได้รับคำทำนาย ทั้งที่คำทำนายดังกล่าวค่อนข้างจะเป็นสากลและอาจจะมีส่วนตรงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ทั้งนี้เพราะบุคคลมีแนวโน้มที่จะเชื่อคำตอบที่เขาเข้าใจว่าเป็นคำตอบเฉพาะเจาะจงสำหรับเขาเท่านั้น ทั้ง ๆ ที่คำตอบนั้นสามารถใช้ตอบคำถามเดียวกับที่คนอื่นถาม ปรากฏการณ์เช่นนี้เราอาจทำความเข้าใจได้ไม่ยากจากคำทำนายการเสี่ยงเซียมซี ที่บทกลอนทำนายเซียมซีหมายเลขเดียวกันสามารถทำนายชะตาชีวิตของคนหลายคนที่ได้เลขเดียวกันได้ แล้วหลายคนก็ยังเชื่อ ลองทบทวนคำถามคำตอบ และคำทำนายเหล่านี้



ถาม : "ของที่ฉันทำหายไป จะได้คืนไหม"

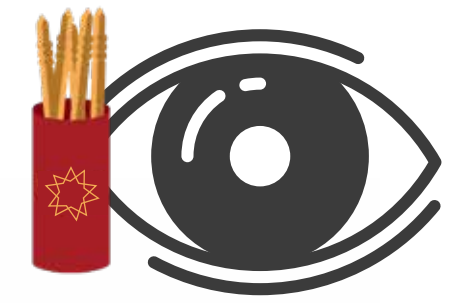
ตอบ : "อืม..ถ้าได้ ก็จะได้ภายในเจ็ดวัน"

ถาม : "เรื่องสุขภาพ ช่วงนี้ฉันต้องระวังอะไรบ้าง"

ตอบ : "ต้องระวังเรื่องการกิน ดูให้ดี ระวังของไม่สะอาด"

ถาม : "ช่วงนี้ฉันเครียดมาก จะคลี่คลายเมื่อไหร่"

ตอบ : "อดทนอีกนิดเดียวเท่านั้น ก็จะผ่านไปได้แล้ว"



## คำทำนายเซียมซี หมายเลข 6

ใบที่หกของตกลุ่นต้องค้นหา  
ถามถึงโชคถูกใจลกว่าไม่ไกล  
ถามโครงการอ่านเขียนว่าได้คล่อง  
ถามยศศักดิ์ท่านว่าหน้าตาดี  
ถามคนรักทายักกว่ายังอยู่  
ถามอะไรถามได้อีกไม่นาน

ให้ถามชายเสื้อสีฟ้าหน้าผ่องใส  
ให้มุ่งไปทางทิศไหนดี  
ได้ทั้งเงินได้ทั้งกล่องไม่หมองศรี  
จะได้มีเลื่อนชั้นชำนาญการ  
แต่ต้องดูสุขภาพและอาหาร  
จงเบิกบานด้วยธรรมะละตัวตนฯ



การดูดวงเป็นการหาคำตอบให้กับสิ่งที่เราไม่รู้และอนาคตที่ยังมาไม่ถึง ไม่ต่างจากข้อมูลการคาดการณ์เรื่องต่าง ๆ ที่สื่อสารกันทั่วไปในสังคม ผู้สูงวัยในปัจจุบันต้องเผชิญกับเรื่องราวปรากฏการณ์ใหม่ที่เกิดขึ้นบนโลกแทบทุกวินาที ทำให้มีคำถามคาใจมากมายที่ท่านต้องการคำตอบ ดังนั้น การรู้เท่าทันคำทำนายจากนักพยากรณ์ที่ใช้ปรากฏการณ์ทางจิตวิทยาเป็นเครื่องมือจึงเป็นเรื่องที่ควรอุทิศ อย่ายึดเชื่อข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับรู้มา โดยปราศจากการพิจารณาถาถารู้ทันสื่อ **“หยุด คิด ถาม ทำ”**

- จารุจรรย์ ลากพณิช และ อาภาภัทร สังข์สมุทร (2565). ทำไมคนไทยเชื่อหมอดูมากกว่าจิตแพทย์? เพราะงมงายหรือเข้าถึงง่ายกว่า. [https://urbancreature.co/astrology-trend-thailand/ชลธิชา \(2565\). อยากรู้อะไรให้ถามไป.](https://urbancreature.co/astrology-trend-thailand/ชลธิชา (2565). อยากรู้อะไรให้ถามไป.)
- [https://www.wongnai.com/articles/question-to-ask-tarot-cardsหรือดีหรือเลวไป. \(2566\). รวมคำถามดูดวง ไปดูดวงถามอะไรดี.](https://www.wongnai.com/articles/question-to-ask-tarot-cardsหรือดีหรือเลวไป. (2566). รวมคำถามดูดวง ไปดูดวงถามอะไรดี.)
- [https://horoscope.trueid.net/detail/bj7aaLvwWLNDOักรกิดดี ลินสูงศรี. \(2560\). พฤติกรรมการดูดวงของคนเมืองในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัยสังคม, 40\(1\). 201-225.](https://horoscope.trueid.net/detail/bj7aaLvwWLNDOักรกิดดี ลินสูงศรี. (2560). พฤติกรรมการดูดวงของคนเมืองในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัยสังคม, 40(1). 201-225.)

## About Me

ปริญญาเอกด้านการสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นนักวิจัยด้านผู้สูงอายุกับการรู้ทันสื่อ การสืบสานสื่อพื้นบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการท่องเที่ยวชุมชน และเป็นอาจารย์สอนด้านการสื่อสารในสังคมผสมผสานที่สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล มีความสนใจเรื่องประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม และเชื่อว่าผู้สูงอายุทุกคนคือ ปุชนียบุคคลที่มีส่วนสร้างสังคมที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

อ. ดร.สิริสุน พิบูลภาณุวัฒน์



อาจารย์ประจำหลักสูตรภาษาและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย



### การค้นหาที่เกี่ยวข้อง

- หยุด STOP
- คิด THINK
- คาถารู้ทันสื่อ
- ถาม ASK
- ทำ ACTION
- สูงวัยไม่เสพสื่ออย่างสุขมเสียง



# ไม่เชื่อ อย่าลบหลู่...

# สู่สายมู เชิงพาณิชย์

นันทิยา ดวงกมุท

**“ไม่เชื่ออย่าลบหลู่”** คำพูดที่ติดปากคนไทย ทุกยุคทุกสมัยและทุกช่วงวัย ไม่ว่าจะโลกจะเปลี่ยนผ่าน จากยุคคอนาล็อคมาจนถึงดิจิทัลที่ทำให้แหล่งความรู้ และข้อมูลทางวิทยาศาสตร์เข้าถึงได้ง่ายเพียงปลายนิ้ว สัมผัส แต่สำหรับคนไทยส่วนใหญ่ก็ยังคงดำเนินชีวิต คู่ขนานกันระหว่างโลกวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และโลกของความเชื่อในอำนาจเหนือธรรมชาติและ ศาสตร์แห่งดวงชะตา โดยผลการวิจัยประเด็น **“Marketing in the Uncertain World การตลาด ของคนอยู่เป็น”** เมื่อปี 2564 ที่สำรวจคนไทย 1,200 คน และได้นำผลมาคำนวณเทียบกับประชากรไทย ทั้งหมด สะท้อนให้เห็นภาพว่าคนไทย 52 ล้านคน เป็น **“สายมู”** เนื่องมาจากความกังวลและความเครียด วิตกกังวลจากภาวะความไม่แน่นอนในด้านต่าง ๆ ที่เผชิญอยู่ ไม่ว่าจะเป็นโรคอุบัติใหม่และโรคระบาด เช่น โควิด-19 อันตรายจากปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น ฝุ่น PM2.5 มลพิษจากท่อไอเสีย ขยะล้นโลก ฯลฯ ความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาความเห็นต่างกันในสังคม ค่าครองชีพสูง ความไม่มั่นคงในหน้าที่การงาน การที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทันกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ และความวุ่นวายหรือขัดแย้งทางการเมือง โดยในกลุ่ม ผู้สูงอายุ นั้น มีความกังวลเกี่ยวกับโรคระบาดและ

สิ่งแวดล้อมมากที่สุดเพราะส่งผลต่อสุขภาพอย่าง ชัดเจน<sup>1</sup>

คำว่า **“สายมู”** หรือ **“มูเตลู”** (Mutelu) เพิ่งเป็นที่รู้จักกันในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา<sup>2</sup> โดย สันนิษฐานว่าคำนี้มีที่มาจากภาพยนตร์ของอินโดนีเซีย ที่ฉายในปี 1979 ชื่อเรื่อง Penangkal limu Teluh หรือ **“เมเตลู ศักดิ์ไสยศาสตร์”** ในภาษาไทย ซึ่งหมายถึง ความเชื่อในเรื่องการบูชาและสวมใส่วัตถุเครื่องราง ของขลัง ที่เชื่อว่าจะทำให้เกิดโชคลาภและ ประสบความสำเร็จในสิ่งที่ปรารถนา เช่น การบูชา จตุคามรามเทพ ท้าวเวสสุวรรณ ไอ้ไข่ เป็นต้น<sup>2</sup> ซึ่งเป็นการหลอมรวมความเชื่อของศาสนาพุทธ พราหมณ์ และการนับถือผีเข้าด้วยกัน

กระแสมูเตลูที่กลายเป็นทางออกและที่พึ่ง ทางใจของคนไทยในสภาวะความผันผวนและ ความไม่มั่นคงในชีวิต มีผลมาจากการบอกต่อแบบ ปากต่อปาก (Word of Mouth) ทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางที่ทำให้คนได้รับข้อมูลสายมูมากที่สุด (73.8%) รองลงมา ก็คือ คนใกล้ชิด/คนในครอบครัว (59.6%) นอกจากนี้ก็ยังได้ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญใน ศาสตร์นั้น ๆ (29.7%) หนังสือพิมพ์และนิตยสาร (20.1%) และสื่อโทรทัศน์และวิทยุ (19.6%)



## การเกิดกระแสบุญ

**73.8%**

การบอกต่อแบบปากต่อปาก  
ทางสื่อสังคมออนไลน์

**59.6%**

คนใกล้ชิด/ คนในครอบครัว

**29.7%**

ผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์นั้น ๆ

**20.1%**

หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร

**19.6%**

สื่อโทรทัศน์และวิทยุ

โดยส่วนมากเป็นความเชื่อในเรื่องโหราศาสตร์ และการพยากรณ์ต่าง ๆ พระเครื่องและ วัตถุมงคล สีมงคล ตัวเลขมงคลและสิ่งเหนือ ธรรมชาติ<sup>1</sup> ที่สำคัญความเชื่อเหล่านี้มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจทางธุรกิจและ พฤติกรรมด้านความเสี่ยงของคนไทย ซึ่งหมายถึง การตัดสินใจที่จะกระทำใด ๆ ในสถานการณ์ที่ไม่แน่ใจในผลลัพธ์ที่จะได้ หรือความสูญเสียที่อาจจะเกิดขึ้น<sup>3</sup> เช่น การพนันเสี่ยงโชค การซื้อล็อตเตอรี่ ดังนั้น จึงไม่น่าแปลกใจที่ธุรกิจเกี่ยวกับการเสี่ยงโชค ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งแบบออนไลน์ ออฟไลน์ ถูกกฎหมาย ผิดกฎหมาย จึงไม่เคยลดน้อยถอยลงไปจากสังคมไทย

ในโลกของธุรกิจปัจจุบัน ได้เกิด กลยุทธ์การตลาดสายมู (Muketing) คือ การนำเอาความเชื่อความศรัทธาของคนมา ผสมผสานกับประสบการณ์และข้อมูลของ แต่ละธุรกิจ เพื่อดึงดูดความสนใจของ ผู้บริโภคในสินค้าหรือบริการที่นำเสนอ เปิดตลาดใหม่ สร้างสีสัน สร้างความสัมพันธ์ กับลูกค้า และการผลิตสินค้าใหม่ และเมื่อมี

การตลาดสายมู ก็เริ่มมีธุรกิจที่ตอบสนองต่อ การทำการตลาดสายมูขึ้นเช่นกัน เช่น ธุรกิจ ที่ให้บริการนักพยากรณ์เป็นฟรีเซนต์เตอร์ หรือการส่งเสริมการขาย รวมถึงการไปเป็น แก้รับเชิญในการพยากรณ์ศาสตร์ในรายการ ทีวี รายการออนไลน์ เว็บไซต์ที่ให้บริการ สั่งซื้อและสั่งทำวอลเปเปอร์ที่ออกแบบโดย นักพยากรณ์ชื่อดัง<sup>4</sup> นอกจากนี้ คำว่า มูเตลู ยังถูกนำมาใช้ในการตั้งชื่อธุรกิจเพื่อ ความเป็นสิริมงคล รวมทั้งการผลิตและ จำหน่ายสินค้าที่เป็นเครื่องรางของขลังอีกด้วย

ปรากฏการณ์มูเตลูยังมีอิทธิพล ต่อการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่ เกี่ยวข้องกับศาสนา พิธีกรรม และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โดยนอกจากความเชื่อในพลังและ ความศักดิ์สิทธิ์ของวัตถุ สถานที่ และ ประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว กลุ่มผู้นำทางความคิด (Influencer) เช่น พิธีกร นักแสดง และ ผู้มีชื่อเสียงซึ่งมีความเชื่อเกี่ยวกับมูเตลูที่ไป สักการะขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสถานที่ เหล่านั้น และได้สื่อสารกิจกรรมของตนผ่าน



สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ทั้งเฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และทวิตเตอร์ (Twitter) ก็กระตุ้นให้บุคคลที่เป็นผู้ติดตาม (Follower) พวกเขาในช่องทางออนไลน์ตัดสินใจไปท่องเที่ยวและประกอบพิธีกรรมในสถานที่เดียวกัน<sup>1</sup> ดังนั้น เมื่อความเชื่อถูกนำมา

“ขาย” กลายเป็นสายมูเชิงพาณิชย์ ผู้สูงอายุจึงควรหันมาใช้หลักการ **“หยุด”** คือ อย่าด่วนเชื่อ ข้อมูลมูลเหตุที่ได้รับจากช่องทางส่วนบุคคล (Personal Channels) เช่น ครอบครัว เพื่อน และผู้นำทางความคิดทั้งในโลกจริงและโลกออนไลน์ และช่องทางที่ไม่ใช่บุคคล (Nonpersonal Channel)

ไม่ว่าจะเป็นนิตยสาร โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นั่นคือ เปลี่ยนจาก **“ไม่เชื่ออย่าลบหลู่ มาเป็นอย่าด่วนเชื่อ อย่าด่วนตัดสินใจ”** เพียงเท่านี้ก็จะช่วยลดความเสี่ยงจากข้อมูลที่น่าจะก่อให้เกิดการเสียชีวิต เสียใจ และเสียสุขภาพได้

<sup>1</sup> มูธา จรรยาภรณ์, ปิยนุช จึงสมานกุล ฮาโรนี สมจรรยา และพิมพ์พานต์ เมฆฉาย. (2564). Marketing in the Uncertain World การตลาดของคนอยู่เป็น. รายงานวิจัย. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล. <https://bit.ly/3p4A0rG>

<sup>2</sup> นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ. (2565). มูเตลู: มานุษยวิทยาของเครื่องรางของขลังและโชคลาภ Mutelu: Anthropology of Fortune and Fetishism. <https://www.sac.or.th/porta/th/article/detail/328>

<sup>3</sup> Sitkin, S. B., & Pablo, A. L. (1992). Reconceptualizing the determinants of risk behavior. *Academy of Management Review*, 7, 9–38.

<sup>4</sup> kunlasatree.s@foretoday.asia (2022). มาร์เก็ตติ้งการตลาดสายมู(Muketing)ที่เพิ่งทางใจใหม่ของคนยุคโควิด-19. <https://foretoday.asia/articles/muketing/>

<sup>5</sup> อธิป จันทร์สุริย์. (2564). มูเตลู: ความเชื่อกับการท่องเที่ยว. วารสารที่ศรัทธาวัฒนธรรม สำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 20(1), 220-240.

## About Me

ปริญญาเอก Journalism Studies เน้นด้านสื่อและวัฒนธรรมศึกษา เป็นนักวิจัยด้านผู้สูงอายุกับการรู้ทันสื่อ การสื่อสารและปรับตัวระหว่างวัฒนธรรมของผู้ย้ายถิ่น การสื่อสารอัตลักษณ์ของ LGBTQ+ และเป็นอาจารย์สอนแนวคิดและกลยุทธ์การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ที่สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล มีความสนใจเรื่องการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การสื่อสารระหว่างวัย และมีมุมมองต่อผู้สูงอายุที่ไม่เอาอายุมาเป็นตัวตัดสินแต่ให้ความสำคัญกับศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์



ศส. ดร.นันทียา ดวงกุ่มเมศ

อาจารย์ประจำหลักสูตรภาษาและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย



## ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ กลุ่มวิจัยการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล  
999 ถนนพุทธมณฑลสาย 4 ตำบลศาลายา  
อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73170

**Tel.** 09 8826 5673  
**Email** praweenuch.sang@gmail.com  
**Web** <https://www.iceml.org/>



Scan อ่าน ICEM E-Bulletin