

จากการแสวงบุญสู่การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรม: การประกอบพิธีฮัจญ์ในโลกทุนนิยมร่วมสมัย

บทคัดย่อ

ธนา มณีพุกษ์¹ วันจักรี โชติรัตน์^{2*}

การศึกษาวิจัยเรื่อง “จากการแสวงบุญสู่การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรม: การประกอบพิธีฮัจญ์ในโลกทุนนิยมร่วมสมัย” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการเปลี่ยนแปลงความหมายของพิธีฮัจญ์จากการแสวงบุญทางศาสนาไปสู่กิจกรรมในเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว และ 2) วิเคราะห์อิทธิพลของระบบทุนนิยมต่อการจัดการ การสื่อสาร และการบริโภคพิธีฮัจญ์ในสังคมร่วมสมัย งานวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) และการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Analysis) ภายใต้กรอบแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมือง สังคมวิทยาศาสนา และวัฒนธรรมศึกษา ผลการวิจัยพบว่า พิธีฮัจญ์ในบริบททุนนิยมร่วมสมัยได้เปลี่ยนสถานะจากพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ไปสู่การเป็นสินค้าทางจิตวิญญาณ (Spiritual Commodity) ที่อยู่ภายใต้การจัดการเชิงอุตสาหกรรมและตลาดเสรี สะท้อนความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ และมีลักษณะการบริโภคเชิงประสบการณ์แบบสำเร็จรูป อย่างไรก็ตาม ผู้ศรัทธาได้เป็นผู้รับสารแบบถูกกระทำ แต่ยังมีอาการต่อต้านเลือกปฏิเสธ หรือสร้างความหมายใหม่ให้กับพิธีกรรม ผ่านการมีส่วนร่วมและการตีความตามบริบทของตน นัยสำคัญของผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ารัฐและกลุ่มทุน มีบทบาทสำคัญในการกำหนดโครงสร้างและความหมายของพิธีฮัจญ์ ขณะเดียวกันก็เปิดพื้นที่ให้ผู้ศรัทธาสามารถปรับใช้และตีความศรัทธาในแบบของตนเอง ผลการศึกษานี้อาจนำไปใช้เป็นข้อมูลเชิงนโยบาย เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการพิธีฮัจญ์ให้สมดุลระหว่างมิติศาสนา วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์, การประกอบพิธีฮัจญ์, การแสวงบุญ, ทุนนิยมร่วมสมัย

Received: 22 July 2025 Revised: 5 September 2025 Accepted: 11 September 2025

¹อาจารย์, คณะสหวิทยาการและการประกอบการ, มหาวิทยาลัยทักษิณ, จังหวัดพัทลุง รหัสไปรษณีย์ 93210,

First Author, อีเมล: tana.m@tsu.ac.th

²นักวิชาการอิสระ, จังหวัดสงขลา รหัสไปรษณีย์ 90000, อีเมล: wonjukree@outlook.co.th

*Corresponding Author, อีเมล: wonjukree@outlook.co.th

From Pilgrimage to Historical-Cultural Tourism: The Hajj Ritual in Contemporary Capitalism

Abstract

Tana Maneepruk³ Wanjukkree Chotirat^{4*}

This research, *From Pilgrimage to Cultural-Historical Tourism: The Hajj in the Contemporary Capitalism*, aims to (1) examine the transformation of the Hajj from a religious rite to a cultural and tourism activity, and (2) analyze the influence of capitalism on the management, communication, and consumption of the Hajj in contemporary society. The study adopts a qualitative research approach, employing documentary analysis and critical analysis, framed by political economy, sociology of religion, and cultural studies perspectives. The findings reveal that in the context of contemporary capitalism, the Hajj has shifted from a sacred ritual to a spiritual commodity managed through industrial-scale systems and the free market, reflecting economic inequality and commodified and packaged as a standardized experience. Nevertheless, pilgrims are not merely passive recipients; rather, they actively negotiate, choose, reject, or reinterpret; they actively negotiate, select, reject, or reinterpret the ritual according to their own contexts and participation. The study's implications highlight the significant roles of the state and capital in shaping the structure and meaning of the Hajj, while also allowing space for pilgrims to adapt and redefine their faith. The results can serve as a policy reference for balancing the religious, cultural, and economic dimensions of the Hajj

Keywords: Contemporary Capitalism, Hajj Ritual, Historical Tourism, Pilgrimage

Received: 22 July 2025 Revised: 5 September 2025 Accepted: 11 September 2025

³Lecturer, Faculty of Multidisciplinary Sciences and Entrepreneurship, Thaksin University, Phatthalung, 93210, First Author, E-mail: tana.m@tsu.ac.th

^{4*}Independent scholar, Songkhla 90000, E-mail: wonjukkree@outlook.co.th

*Corresponding Author, E-mail: wonjukkree@outlook.co.th

บทนำ

พิธีฮัจญ์เป็นหนึ่งในหลักปฏิบัติสำคัญของศาสนาอิสลามที่มีความหมายทั้งในมิติศาสนา วัฒนธรรม และจิตวิญญาณ การเดินทางไปยังนครมักกะห์ไม่เพียงเป็นการปฏิบัติศาสนกิจ แต่ยังเป็นประสบการณ์ที่สะท้อนความศรัทธาและความเป็นหนึ่งเดียวของผู้ศรัทธาจากทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ในโลกทุนนิยมร่วมสมัย พิธีฮัจญ์มิได้คงอยู่ในฐานะพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ที่แยกขาดจากโครงสร้างสังคม หากแต่ถูกจัดการภายใต้กลไกรัฐ กลไกตลาด และการบริโภคเชิงสัญลักษณ์

Carrette และ King (2005) เสนอว่าโลกสมัยใหม่ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมแห่งศรัทธา (Faith Industry) ที่ทำให้ศาสนากลายเป็นสินค้าเชิงจิตวิญญาณ การจัดทัวร์ฮัจญ์ในลักษณะ Package หลากหลายระดับราคา คือภาพสะท้อนของการทำให้ศรัทธาเป็น Spiritual Commodity และเผยให้เห็นความเหลื่อมล้ำระหว่างผู้ที่สามารถเข้าถึงบริการได้ไม่เท่ากัน แนวคิด Field ของ Bourdieu (1971; 1984) ช่วยให้เห็นว่าฮัจญ์เป็นสนามที่มีการแข่งขันเชิงทุนทางศาสนา เศรษฐกิจ และสัญลักษณ์ ส่วนแนวคิด Authenticity และ staged authenticity ของ MacCannell (1976) อธิบายความย้อนแย้งที่ผู้ศรัทธาแสวงหาประสบการณ์แท้จริง แม้ประสบการณ์นั้นถูกจัดการโดยรัฐหรือบริษัททัวร์ ขณะเดียวกัน แนวคิด Discursive Tradition ของ Asad (1993) ชี้ว่าพิธีฮัจญ์ถูกอ้างผ่านวาทกรรมและอำนาจที่นิยามโดยรัฐชาติอาระเบียและกลุ่มทุน และในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ฮัจญ์ แนวคิด Religious Field ของ Bourdieu (1984) ชี้ให้เห็นว่าฮัจญ์ไม่ใช่เพียงพิธีกรรมทางศาสนา แต่เป็นสนามที่รัฐ บริษัททัวร์ และผู้ศรัทธาเข้ามาแข่งขันกันด้วยทุนหลากหลาย ทั้งเศรษฐกิจ สัญลักษณ์ และวัฒนธรรม ขณะที่แนวคิด Authenticity และ Staged Authenticity ของ MacCannell (1976) อธิบายความย้อนแย้งของผู้แสวงบุญที่แม้แสวงหาประสบการณ์แท้แต่กลับเผชิญการจัดการเชิงพาณิชย์ผ่าน Tour Packages และกิจกรรมที่รัฐหรือบริษัทกำหนด การเชื่อมโยงสองแนวคิดนี้ทำให้เห็นว่า การบริโภคศรัทธา (Faith as a Commodity) มิได้สะท้อนเพียงความเลื่อมใส แต่ยังเป็นการจัดการและต่อรองทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้แสวงบุญด้วย

ที่ผ่านมา งานศึกษาจำนวนมากเน้นการอธิบายฮัจญ์ในเชิงศาสนพิธีหรือในมิติเศรษฐกิจการเมือง แต่ยังคงขาดการศึกษาเชิงลึกที่ชี้ให้เห็นว่า ระบบทุนนิยมส่งผลต่อการตีความและการต่อรองความหมายของผู้ศรัทธาอย่างไร งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงความหมายของพิธีฮัจญ์จากการแสวงบุญทางศาสนาไปสู่การเป็นกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว และวิเคราะห์อิทธิพลของระบบทุนนิยมต่อการจัดการ การสื่อความหมาย และการบริโภคพิธีฮัจญ์ในสังคมร่วมสมัย โดยใช้กรอบแนวคิดจากเศรษฐศาสตร์การเมือง สังคมวิทยาศาสนา วัฒนธรรมศึกษา และทฤษฎีสำคัญของ Bourdieu, MacCannell และ Asad ในการอธิบายพลวัตระหว่าง ศรัทธา ทุน อำนาจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงความหมายของพิธีฮัจญ์จากการแสวงบุญทางศาสนาไปสู่การเป็นกิจกรรมในเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของระบบทุนนิยมต่อการจัดการ การสื่อความหมาย และการบริโภคพิธีฮัจญ์ในสังคมร่วมสมัย

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษานี้อ้างอิงแนวคิดและทฤษฎีจากหลายสาขา เพื่อทำความเข้าใจการเปลี่ยนผ่านของพิธีฮัจญ์ภายใต้บริบททุนนิยมร่วมสมัย โดยแบ่งการทบทวนออกเป็น 5 หมวดหลัก ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการแสวงบุญ

การแสวงบุญเป็นกระบวนการเดินทางที่มีมิติทั้งทางศาสนา สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งมีแนวคิด 3 ท่าน ดังนี้

Victor Turner (1973) ได้อธิบายแนวคิดว่าการแสวงบุญเป็นกระบวนการผ่าน (Ritual Process) ที่ผู้แสวงบุญได้เข้าสู่สถานะ Liminality เป็นช่วงเปลี่ยนผ่าน ซึ่งในช่วงนี้สถานะทางสังคมเดิม เช่น ชนชั้นอาชีพ เพศ มักถูกลดทอนลง ผู้แสวงบุญทุกคนอยู่ในสถานะที่เท่าเทียมกัน ก่อให้เกิด Communitas หมายถึงความสัมพันธ์แน่นแฟ้นที่เกิดขึ้นระหว่างผู้แสวงบุญในสถานะ Liminality ซึ่งช่วยทำความเข้าใจว่าฮัจญ์สร้างประสบการณ์ของความเสมอภาคและเอกภาพทางศรัทธา

ตัวอย่างเช่น มุสลิมจากทั่วโลกมารวมกันในพิธีฮัจญ์ ต่างสวมชุดอิหม่ามสีขาวเหมือนกัน สะท้อนการละทิ้งความต่างทางชนชั้นและสถานะทางสังคม จนเกิด Communitas ที่ทุกคนรู้สึกว่าเป็นพี่น้องในศรัทธาเดียวกัน

Eade & Sallnow (1991) ได้อธิบายแนวคิดว่าการแสวงบุญไม่ใช่พื้นที่ที่มีความหมายร่วมเพียงหนึ่งเดียว หากแต่เป็นพื้นที่ที่มีการต่อรองความหมาย (Contested Meaning) ระหว่างผู้แสวงบุญ กลุ่มศาสนา รัฐ หรือแม้กระทั่งผู้ประกอบการท่องเที่ยว แนวคิดนี้ช่วยให้เห็นว่าฮัจญ์มิได้มีความหมายตายตัว หากแต่ถูกตีความแตกต่างตามกลุ่มผลประโยชน์

ตัวอย่างเช่น ผู้ศรัทธาอาจมองฮัจญ์เป็นการปฏิบัติตามบัญญัติศาสนา บริษัททัวร์อาจมองฮัจญ์เป็นบริการทางธุรกิจ รัฐอาจใช้ฮัจญ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์การเป็นศูนย์กลางโลกอิสลาม พิธีกรรมแต่มีหลายความหมายที่ขัดแย้งกัน

Dean MacCannell (1976) ได้อธิบายแนวคิดว่า นักท่องเที่ยวและผู้แสวงบุญ ถูกมองว่าพวกเขาแสวงหา Authenticity ของประสบการณ์ แต่สิ่งที่ได้รับมักเป็น Staged Authenticity หรือความแท้ที่ถูกจัดฉาก เช่น โปรแกรมทัวร์หรือกิจกรรมที่รัฐจัดให้ ซึ่งสะท้อนความย้อนแย้งของประสบการณ์ทางศาสนาในโลกสมัยใหม่

ตัวอย่างเช่น โปรแกรมทัวร์ฮัจญ์ที่กำหนดเส้นทาง จุดถ่ายภาพ กิจกรรมพิเศษ แม้จะถูกจัดฉากแต่ผู้ศรัทธาก็ยังเชื่อว่านี่คือการสัมผัสความแท้ของพิธีกรรม

ในบริบทฮัจญ์แนวคิดเหล่านี้ช่วยให้เข้าใจว่า การแสวงบุญคือความศรัทธาและเป็นพื้นที่ของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและการจัดการเชิงสัญลักษณ์

แผนภาพที่ 1 โปรแกรมทัวร์



ที่มา: โพสต์เตอร์โฆษณาแพ็คเกจฮัจญ์ 1447/2569,n.d

2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงมรดก มุ่งเน้นการสัมผัสและเรียนรู้จากวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ในหลายกรณี การแสวงบุญและการท่องเที่ยวมีลักษณะทับซ้อนกัน เช่น การใช้บริการ ทัวร์ การจัดตารางกิจกรรม และการจำหน่ายของที่ระลึก ซึ่งทำให้เส้นแบ่งระหว่างศรัทธาและการบริโภค พร่าเลือน (Appadurai, 1996)

3. แนวคิดเรื่องศรัทธาในโลกสมัยใหม่

ปรากฏการณ์ Secularization และ Spiritual Consumption ซึ่งเป็นแนวคิดที่สัมพันธ์กันในทาง สังคมวิทยา ชี้ให้เห็นว่าศรัทธาและพิธีกรรมในยุคปัจจุบันอาจอยู่ร่วมกับระบบตลาด กล่าวคือ องค์กรทาง ศาสนามีอำนาจน้อยลงในทางการเมือง รวมทั้งการกำหนดกฎระเบียบทางสังคม ทำให้ผู้คนหันไปแสวงหา ความสงบสุขและจุดมุ่งหมายในชีวิตจากแหล่งอื่น ๆ ที่หลากหลายมากขึ้น อาจอยู่ในรูปของสินค้า หรือ บริการ ต่าง ๆ (นิธิ, 2558; คมกฤช, 2565) การสร้างแบรนด์ศาสนาและการทำให้ความศรัทธากลายเป็นสินค้า ได้ สะท้อนว่าศาสนาในโลกทุนนิยมร่วมสมัย ไม่ได้อยู่นอกเหนือกลไกตลาด (Carrette & King, 2005)

4. แนวคิดเรื่องทุนกับศาสนา

Carrette & King (2005) ได้อธิบายแนวคิดว่า ในฐานะ Faith Industry ซึ่งทำให้ศรัทธากลายเป็น สินค้า ในขณะที่ Pierre Bourdieu (1971; 1984; 1991) ได้อธิบายแนวคิด Religious Field ที่ศาสนาเป็น สนามแข่งขันระหว่างทุนทางเศรษฐกิจและสัญลักษณ์ การจัดการฮัจญ์โดยรัฐและบริษัททัวร์จึงสะท้อนการ ต่อรองอำนาจและทุน

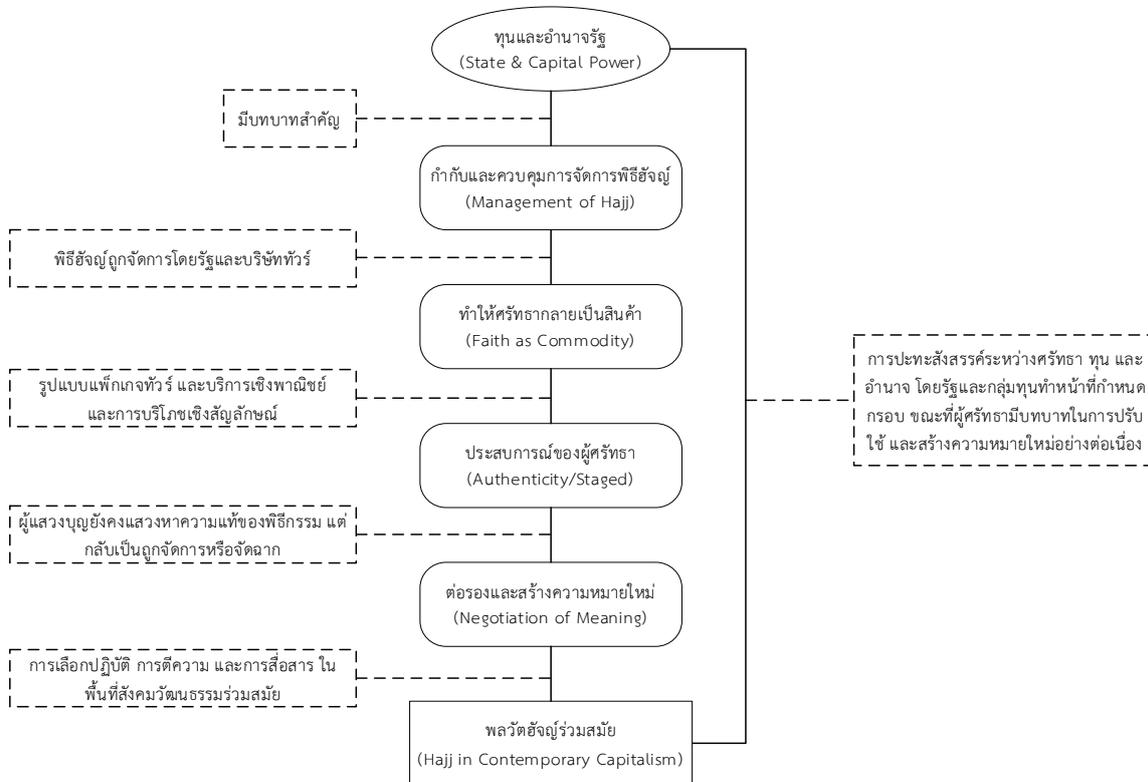
5. แนวคิดของ Talal Asad และการต่อรองความหมาย

Talal Asad (1986; 1993; 2009) ได้อธิบายแนวคิดว่า ศาสนาเป็น Discursive Tradition ที่ดำรง อยู่ผ่านการตีความและวาทกรรม ฮัจญ์จึงถูกกำกับโดยรัฐและกลุ่มทุนผ่านโครงสร้างพื้นฐาน กฎเกณฑ์ และ ภาพลักษณ์ที่เผยแพร่ต่อสาธารณะ

เมื่อเชื่อมโยงกับฮัจญ์แนวคิดทั้งหมดนี้ชี้ให้เห็นว่า ฮัจญ์นอกจากจะเป็นพิธีกรรมทางศาสนา ในอีก ส่วนยังเป็นพื้นที่ที่ศรัทธา ทุน และอำนาจมาปะทะสังสรรค์ อย่างไรก็ตามงานที่ผ่านมายังขาดการวิเคราะห์ ว่า ผู้ศรัทธาในฐานะปัจเจกบุคคลยังคงตอบสนอง และต่อรองความหมายอย่างไรภายใต้ระบบทุนนิยม ซึ่ง เป็นช่องว่างที่งานวิจัยนี้ต้องการเติมเต็ม

กรอบแนวคิดการวิจัย

แผนภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย



ที่มา: ผู้วิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มุ่งวิเคราะห์ความหมายและพลวัตของพิธีฮัจญ์ในโลกทุนนิยมร่วมสมัย โดยใช้ การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis: CDA) เป็นกรอบวิธีวิจัยหลัก เพื่อทำความเข้าใจว่าวาทกรรมเกี่ยวกับฮัจญ์ถูกผลิต สืบทอด และต่อรองโดยกลุ่มต่าง ๆ

1. ประเภทของการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเชิงเอกสาร (Documentary Research) และการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis) โดยมีเป้าหมายเพื่ออธิบายพลวัตระหว่างศรัทธา ทุน และอำนาจในพิธีฮัจญ์

2. แหล่งข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิที่ใช้ประกอบการวิเคราะห์ แบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่

2.1 เอกสารทางวิชาการ ได้แก่ หนังสือ บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแสวงบุญ ศาสนาในโลกทุนนิยม และทฤษฎีทางสังคมศาสตร์ เช่น Turner, Eade & Sallnow, MacCannell, Carrette & King, Bourdieu, Asad

2.2 เอกสารทางศาสนาและวัฒนธรรม ได้แก่ อัลกุรอาน หะดีษ และบทวิเคราะห์ของนักวิชาการอิสลามร่วมสมัย

2.3 เอกสารสมัยใหม่และสื่อร่วมสมัย ได้แก่ ข่าว รายงานของรัฐ เอกสารทางราชการ โฆษณาทีวี ฮ่องกง เว็บไซต์ของบริษัททัวร์ และสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง

3. เครื่องมือวิจัย

- 3.1 ตารางสรุปและจัดหมวดหมู่ข้อมูล
- 3.2 แบบฟอร์มการวิเคราะห์เชิงวาทกรรม (Critical Discourse Coding Sheet)
- 3.3 บันทึกการวิเคราะห์ (Analytical Memo)

4. ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

- 4.1 การเก็บและคัดเลือกข้อมูล รวบรวมเอกสารทั้งสามประเภท แล้วคัดเลือกเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทุนนิยม ศรัทธา และพิธีฮัจญ์
- 4.2 การเข้ารหัสข้อมูล (Coding) จัดหมวดหมู่ข้อมูลตามแนวคิดหลัก เช่น Faith Industry, Authenticity/Staged Authenticity, Religious Field, Discursive Tradition
- 4.3 การวิเคราะห์เชิงวาทกรรม (CDA) พิจารณาว่าแต่ละกลุ่มผู้ผลิตวาทกรรม (รัฐ นักวิชาการ บริษัททัวร์ ผู้ศรัทธา) นิยามฮัจญ์อย่างไร, วาทกรรมนั้นให้ประโยชน์แก่ใคร, และผู้ศรัทธาตอบสนอง/ต่อรองอย่างไร
- 4.4 การตีความเชิงวิพากษ์ เชื่อมโยงผลการวิเคราะห์เข้ากับกรอบทฤษฎีของ Bourdieu, MacCannell, Carrette & King และ Asad

5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ใช้หลักการ Triangulation โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่ง เช่น งานวิชาการ เอกสารศาสนา และสื่อร่วมสมัย เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและลดอคติ

6. ข้อจำกัดของการวิจัย

- 6.1 อาศัยข้อมูลทุติยภูมิเป็นหลัก จึงไม่ได้เก็บข้อมูลภาคสนามจากผู้แสวงบุญจริง
- 6.2 การตีความขึ้นอยู่กับกรอบทฤษฎีและมุมมองของผู้วิจัย ซึ่งอาจไม่ครอบคลุมทุกมิติของศรัทธา
- 6.3 การวิเคราะห์ในเชิง CDA เน้นไปที่วาทกรรมที่ปรากฏในสื่อและเอกสาร จึงอาจไม่สามารถอธิบายมิติทางจิตวิญญาณเชิงลึกได้ทั้งหมด

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง จากการแสวงบุญสู่การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรม: การประกอบพิธีฮัจญ์ในโลกทุนนิยมร่วมสมัย โดยใช้กรอบทฤษฎี พบว่า พิธีฮัจญ์ในโลกทุนนิยมร่วมสมัยมีพลวัตที่ซับซ้อนระหว่างศรัทธา ทุน และอำนาจ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ทุนและอำนาจในการกำหนดความหมาย

รัฐชาติอาระเบียและรัฐต่าง ๆ มีบทบาทสำคัญในการกำกับและควบคุมพิธีฮัจญ์ ทั้งการกำหนดโควตา การออกวีซ่า การจัดการด้านความปลอดภัย และการควบคุมพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ อำนาจเหล่านี้ทำให้พิธีฮัจญ์เป็นพิธีกรรมทางศาสนา แต่ยังคงเป็นวาทกรรมที่ถูกผลิตและอ้างโดยรัฐ สอดคล้องกับแนวคิด Discursive Tradition ของ Asad (1993)

2. การจัดการพิธีฮัจญ์และการทำให้ศรัทธาเป็นสินค้า

ภายใต้การกำกับของรัฐ บริษัททัวร์และผู้ประกอบการศาสนา ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการแปรเปลี่ยนพิธีฮัจญ์ให้กลายเป็นสินค้าเชิงพาณิชย์ (Spiritual Commodity) ตามที่ Carrette & King (2005) เรียกว่า Faith Industry การจัด Package ฮัจญ์หลากหลายระดับราคาตั้งแต่ประหยัดไปจนถึงพรีเมียม สะท้อนให้เห็นการทำให้ศรัทธากลายเป็นสินค้าที่ผู้ศรัทธาสามารถเลือกซื้อได้ตามกำลังทุน

3. ความเหลื่อมล้ำและสนามแข่งขัน

การทำให้ศรัทธาเป็นสินค้าได้นำไปสู่ความเหลื่อมล้ำระหว่างผู้ศรัทธา โดยผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสามารถเข้าถึงบริการที่สะดวกสบายกว่า ขณะที่ผู้มีทุนจำกัดต้องพึ่งพาบริการสาธารณะหรือเผชิญข้อจำกัดมากกว่า ปรากฏการณ์นี้สะท้อนแนวคิด Religious Field ของ Bourdieu (1971; 1984) ที่มองศาสนาเป็นสนามแข่งขันเชิงทุนทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสัญลักษณ์

4. ความแท้และการจัดฉากศรัทธา

แม้ผู้ศรัทธามีความปรารถนาที่จะสัมผัสประสบการณ์แท้ของฮัจญ์ แต่สิ่งที่ได้รับกลับถูกจัดการและควบคุมโดยโครงสร้าง เช่น ตารางเวลาของทัวร์ การจัดลำดับพิธีกรรม หรือจุดถ่ายภาพสำหรับผู้แสวงบุญ สิ่งเหล่านี้สะท้อนแนวคิด Staged Authenticity ของ MacCannell (1976) ที่ว่า ความแท้ที่ผู้คนสัมผัสอาจเป็นเพียงความแท้ที่ถูกจัดฉาก

5. การต่อรองและการสร้างความหมายใหม่ของผู้ศรัทธา

แม้ว่าผู้ศรัทธามีได้เป็นเพียงผู้ถูกครอบงำจากโครงสร้าง แต่ยังมี การต่อรองและสร้างความหมายใหม่ผ่านการเลือกวิถีปฏิบัติ เช่น บางกลุ่มปฏิเสธ Package หูรหฺราและเลือกการเดินทางที่เรียบง่ายเพื่อรักษามิติความศักดิ์สิทธิ์ บางกลุ่มใช้สื่อออนไลน์เล่าเรื่องประสบการณ์ของตนเอง แทนการบริโภคภาพที่รัฐหรือบริษัททัวร์กำหนดไว้ สิ่งนี้สะท้อนแนวคิด Contested Meaning (Eade & Sallnow, 1991) และ Tactics in Everyday Life ของ de Certeau (1984)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าพิธีฮัจญ์ในโลกทุนนิยมร่วมสมัยเป็นพื้นที่ที่ศรัทธา ทุน และอำนาจเข้ามาเกี่ยวพันกันอย่างซับซ้อน ผลลัพธ์นี้สามารถอภิปรายได้ใน 3 ประเด็นหลักดังนี้

1. ศรัทธาในฐานะสินค้าและสนามแข่งขันเชิงทุน

การที่พิธีฮัจญ์ถูกจัดการในรูปแบบ Package เชิงพาณิชย์ สะท้อนแนวคิด Faith Industry ของ Carrette และ King (2005) อย่างชัดเจน ศาสนามีได้อยู่นอกตลาด แต่ถูกทำให้เป็นสินค้า (Spiritual Commodity) ที่ผู้ศรัทธาสามารถเลือกซื้อได้ ปรากฏการณ์นี้ยังต่อยอดแนวคิด Religious Field ของ Bourdieu (1971; 1984) ซึ่งชี้ว่าศาสนาเป็นสนามที่มีการแข่งขันเชิงทุน เมื่อศรัทธาถูกทำให้เป็นสินค้า ผู้ที่มีทุนเศรษฐกิจย่อมเข้าถึงความสะดวกสบายมากกว่า นำไปสู่ความเหลื่อมล้ำในสนามศาสนา

2. ความย้อนแย้งของความแท้ในโลกสมัยใหม่

แม้ผู้ศรัทธาจะปรารถนาประสบการณ์แท้ (Authenticity) แต่สิ่งที่ได้รับกลับถูกจัดการภายใต้โครงสร้างและตลาด จนกลายเป็น Staged Authenticity ตามที่ MacCannell (1976) อธิบาย ความย้อนแย้งนี้ทำให้พิธีฮัจญ์สะท้อนความตึงเครียดระหว่างความศักดิ์สิทธิ์ และการจัดการเชิงพาณิชย์อย่างเด่นชัด

3. การต่อรองความหมายและวาทกรรมศาสนา

แม้รัฐและบริษัททัวร์จะมีอำนาจนิยามความหมายของฮัจญ์ผ่านวาทกรรม (Asad, 1993) แต่ผู้ศรัทธาก็ยังมีบทบาทในการต่อรองและสร้างความหมายใหม่ (Contested Meaning ตาม Eade & Sallnow, 1991) ผ่านการเลือกปฏิบัติและการสื่อสารของตนเอง สิ่งนี้สะท้อนว่า ศรัทธาไม่ใช่สิ่งตายตัว แต่เป็นพลวัตที่เกิดขึ้นจากการเจรจาต่อรองอย่างต่อเนื่อง

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- คมกฤษ อุ้ยเต็กเค่ง. (2565). *ความศักดิ์สิทธิ์ในโลกสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: Openworlds Publishing House.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2558). *ศาสนาในโลกสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: มติชน.
- โปสเตอร์โฆษณาแพ็คเกจฮัจญ์ 1447/2569, (n.d). สืบค้นจาก <http://m.sharefthailand.com/tour-hujj/>

ภาษาอังกฤษ

- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press.
- Asad, T. (1986). *The idea of an anthropology of Islam* (Occasional Papers Series). Center for Contemporary Arab Studies, Georgetown University.
- Asad, T. (1993). *Genealogies of religion: Discipline and reasons of power in Christianity and Islam*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.
- Asad, T. (2009). Anthropology and the study of religion. In M. Lambek (Ed.), *A reader in the anthropology of religion* (25–33). Wiley-Blackwell.
- Bourdieu, P. (1971). Genèse et structure du champ religieux. *Revue française de sociologie*, 12(3), 295–334.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Carrette, J., & King, R. (2005). *Selling spirituality: The silent takeover of religion*. Routledge.
- De Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life*. University of California Press.
- Eade, J., & Sallnow, M. J. (Eds.). (1991). *Contest of the sacred: The anthropology of Christian pilgrimage*. Routledge.
- Hall, S. (1996). Cultural studies and its theoretical legacies. In D. Morley & K.-H. Chen (Eds.), *Stuart Hall: Critical dialogues in cultural studies* (262–275). Routledge.
- MacCannell, D. (1976). *The tourist: A new theory of the leisure class*. New York, NY: Schocken Books.
- Turner, V. (1973). The center out there: Pilgrim's goal. *History of Religions*, 12(3), 191–230.