

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “วิวัฒนาการการสักและวัฒนธรรมมวลชนกับการสักรอยศิลปะบนเรือนร่าง” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพในเชิงพรรณนา (Qualitative Data Research) ด้วยวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาวิวัฒนาการของการสักรอยศิลปะบนเรือนร่าง ที่นำไปสู่การประกอบธุรกิจ และวัตถุประสงค์ในการประกอบธุรกิจการสัก
2. ศึกษาแรงจูงใจ และวัตถุประสงค์ในการสักรอยศิลปะบนเรือนร่าง ของผู้บริโภค
3. ศึกษาทัศนคติ และบรรยากาศในการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค

สรุปผลการวิจัย

1. วิวัฒนาการของการสักรอยศิลปะบนเรือนร่างที่นำไปสู่การประกอบธุรกิจ

การศึกษาวิวัฒนาการของการสักรอยศิลปะบนเรือนร่างพบว่า ศิลปะบนเรือนร่างที่เรียกว่า “รอยสัก” ไม่มีหลักฐานใดปรากฏอย่างแน่ชัดว่า การสักเริ่มต้นที่ไหนและเมื่อไร นอกเหนือจากตำนานที่เล่าขานสืบต่อกันมาเป็นประวัติศาสตร์อันยาวนานว่า รอยสักได้เกิดขึ้นตามความเชื่อในการดำเนินชีวิตของมวลมนุษยชาติ มีวิวัฒนาการตามยุคสมัยของแต่ละเผ่าพันธุ์จนกลายเป็นธุรกิจในปัจจุบัน

ในประเทศไทย การสักในอดีตส่วนใหญ่มีได้มุ่งเพื่อความสวยงาม แต่จะเน้นในเรื่องของความขลัง ความศักดิ์สิทธิ์ของสัญลักษณ์ที่ใช้เป็นสำคัญ ดังนั้น สัญลักษณ์ที่ใช้จึงเป็นพวกอักขระคาถา ยันต์ ซึ่งมีความหมายในเรื่องของความขลัง ความศักดิ์สิทธิ์อยู่ในตัวเองอยู่แล้ว ส่วนในด้านของงานงามนั้นมีได้มุ่งเป็นประเด็นสำคัญ ในเรื่องความหมายของรอยสักจะถูกแบ่งเอาไว้หลายอย่างแทบจะเรียกว่าครอบคลุมต่อสภาพความเป็นอยู่ได้ทั้งหมด เป็นต้นว่า เพื่อความ

ศักดิ์สิทธิ์ต่ออิทธิปาฏิหาริย์ เพื่อความมีเสน่ห์ เพื่อความมีสิริมงคล และเพื่อให้เกิดความเกรงขาม เป็นต้น รอยสักของชนชาติไทยจึงเป็นรอยสักสำหรับความเชื่อในหลายรูปแบบ อาทิ สักรูปเสือเผ่น สักรูปหนุมาน เพื่อให้เกิดความศักดิ์สิทธิ์ของร่างกาย ยิ่งฟันไม่เข้า หรือสักรูปนะขุนแผน หน่น้ำทอง เพื่อให้คนหลงใหล เหล่านี้เป็นต้น

ธุรกิจการสักกลดลายสมัยใหม่ในประเทศไทยได้เริ่มต้นเมื่อประมาณ 30 ปีที่ผ่านมา และได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายเรื่อยมาตามยุคสมัยของสังคมที่บุคคลมีอิสระทางความคิดและการกระทำ ความเชื่อ และรูปแบบการสักได้ถูกเปลี่ยนแปลงไปจากการสักในอดีต ทั้งในเรื่องราวของลวดลาย ลีลา และสีสันทัน ตลอดจนการตีความหมายของลวดลาย การเปลี่ยนแปลงที่สังเกตได้ชัดเจนคือ กลุ่มผู้บริโภค ซึ่งพบว่าการสักรอยศิลปะบนเรือนร่างเป็นที่นิยมของทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นหนุ่มสาวทั่วไปทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจการสักเกิดขึ้นอย่างแพร่หลาย ทำรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการสักและช่างสักจนสามารถยึดเป็นอาชีพได้อย่างมั่นคงในสังคมคนเมืองยุคปัจจุบัน

ตารางที่ 5.1 แสดงความแตกต่างระหว่างการสักในอดีต และการสักในปัจจุบัน

การสักในอดีต

วัตถุประสงค์ในการสัก	ผู้บริโภคร	สถานที่สัก	ช่างสัก	ค่าใช้จ่าย	ตำแหน่งที่สัก	วัตถุประสงค์
สักเพื่อวัตถุประสงค์ทางอยู่ยง คงกระพันชาตรีและเมตตามหานิยม	ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย	สถานที่สักหรือสำนัก มักจะอยู่ในเขตของวัด หรือติดกับวัด ด้วยเหตุผล ด้านความศักดิ์สิทธิ์	ส่วนใหญ่เป็นพระภิกษุ หรือถ้าเป็นฆราวาสก็ต้อง เป็นผู้รักษาศีลภาวนา มี วิชาอาคมศักดิ์สิทธิ์เท่านั้น	เป็นเงินค่ายกครู ค่า ดอกไม้ ธูปเทียน จำนวน เงินจะเป็นเท่าไรขึ้นอยู่กับ ข้อกำหนดของแต่ละ สำนัก	รูปรอยที่เป็นของศักดิ์สิทธิ์ จะสักตั้งแต่สะเอวขึ้นไป จนถึงศีรษะเท่านั้น ส่วน ร่างกายท่อนล่างตั้งแต่ต้น เอวลงมาถึงตามุ่จะเป็น รูปรอยที่เกี่ยวกับ ไสยศาสตร์	-เป็นการสร้างรายได้ เนื่องจากการเรียกเก็บ เงินค่ายกครู -เพื่อประสิทธิ์ประสาท คาถาอาคมลงบนร่างกาย

การสักในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ในการสัก	ผู้บริโภคร	สถานที่สัก	ช่างสัก	ค่าใช้จ่าย	ตำแหน่งที่สัก	วัตถุประสงค์
แตกต่างกันไปตามความพึง พอใจของผู้บริโภค ซึ่งส่วน ใหญ่จะเพื่อความสวยงาม	มีทั้งเพศชายและเพศ หญิง	อยู่ตามแหล่งการค้าต่าง ๆ สามารถพบเห็นและเข้าถึง ได้ง่าย	มีทั้งเพศชายและเพศหญิง ไม่มีวิชาอาคม มีความรู้ ด้านศิลปะหรือไม่ก็ได้	มีการกำหนดราคาขั้นต่ำ และสูงขึ้นตามความยาก ของลวดลายและขนาด	แตกต่างกันไปตามความ พึงพอใจของผู้บริโภค แม้แต่ในพื้นที่อันควร ปกปิดหรือสงวนส่วนตัว	- เป็นการสร้างรายได้ - วัตถุประสงค์แอบแฝง ซ่อนเร้นในเชิงที่สื่อถึง การเป็นผู้ถือโอกาสจับ ต้องอวัยวะส่วนตัวของ ผู้บริโภค

จากผลการวิจัยพบว่า การสักรอยศิลปะบนเรือนร่างมีลักษณะของความเป็นธุรกิจมาตั้งแต่สมัยอดีต เพียงแต่รูปแบบของธุรกิจนั้นไม่ได้ชัดเจนเช่นในปัจจุบัน การสักรในอดีตมีพิธีการยกครูซึ่งประกอบไปด้วยการนำดอกไม้ ธูปเทียน และเงินค่ายกครูไปถวายอาจารย์สัก ด้วยเหตุผลว่าเป็นการฝากตัวและเพื่อเป็นการบูชาครู ส่วนจำนวนเงินค่ายกครูจะเป็นเท่าไรนั้นขึ้นอยู่กับข้อกำหนดของแต่ละสำนัก หรือบางครั้งก็ให้ผู้ที่มารับการสักบริจาคตามกำลังศรัทธาก็มี ถือได้ว่าเป็นการสร้างรายได้ให้แก่สำนักสักอีกทางหนึ่ง และเมื่อมาถึงปัจจุบันรูปแบบของธุรกิจก็มีความชัดเจนมากขึ้น โดยช่างสักเปรียบเสมือนพ่อค้า แม่ค้า ที่ให้บริการการสักลดหลาดลงบนผิวหนัง ซึ่งก็คือสินค้า และผู้บริโภคที่มารับบริการก็จะต้องเสียค่าบริการเช่นเดียวกับการซื้อสินค้าและบริการอื่น ๆ ด้วยราคาตามที่ตกลงกันได้

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ในการสักรอยศิลปะบนเรือนร่างของผู้ประกอบธุรกิจและช่างสักทั้งในอดีตและปัจจุบัน เป็นไปเพื่อการสร้างอาชีพและรายได้ให้กับตนเป็นสำคัญ ส่วนวัตถุประสงค์แอบแฝงซ่อนเร้นที่เกิดขึ้นเฉพาะในการสักยุคปัจจุบันก็เนื่องมาจากตำแหน่งแห่งที่ที่ผู้บริโภคมีความต้องการให้ทำการสักซึ่งบางแห่งเป็นพื้นที่อันควรปกปิดหรือพื้นที่สงวนส่วนตัวโดยเฉพาะอย่างยิ่งหากช่างสักและผู้บริโภคไม่ได้เป็นเพศเดียวกัน ก็สามารถเข้าใจได้ว่าช่างสักได้แสดงออก ในเชิงที่สื่อถึงการเป็นผู้ถือโอกาสจับต้องอวัยวะส่วนตัวของผู้บริโภคในทางกลับกัน ถ้าผู้ประกอบธุรกิจและช่างสักทุกคนปฏิเสธการรับงานสักลงบนอวัยวะพื้นที่สงวนส่วนตัวข้างต้น จึงจะกล่าวได้ว่าผู้ประกอบธุรกิจและช่างสักทุกคนคือผู้มีความเป็นศิลปินอย่างแท้จริง และมีได้มีวัตถุประสงค์อื่นใดนอกเหนือจากการประกอบสัมมาอาชีพเพื่อการสร้างรายได้ตามปกติ

2. แรงจูงใจ วัตถุประสงค์ในการสัก และการตีความหมายลดหลาดลางักของผู้บริโภค

จากผลการวิจัยในส่วนของแรงจูงใจ วัตถุประสงค์ในการสัก และการตีความหมายลดหลาดลางักของผู้บริโภคนั้นพบว่า ทั้งสามส่วนมีทั้งส่วนที่แตกต่างและสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้บริโภค 1 คน อาจจะมีแรงจูงใจ วัตถุประสงค์ในการสัก และการตีความหมายของลดหลาดลามากกว่า 1 ข้อก็ได้ และในแต่ละข้ออาจมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ก็ได้เช่นกัน

โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการสักที่เกิดจากความต้องการลอกเลียนแบบ (ทำตามผู้อื่น) มากที่สุด ซึ่งมักจะเป็นผู้ที่อยากจะมียอดสักอยู่บนเรือนร่างของตน แต่ขาดความเชื่อมั่น แต่

หากได้เห็นว่าผู้อื่นได้สักรวดลายนั้น ๆ มาก่อนแล้วเกิดความเป็นความพึงพอใจจึงจะไปสักลงบนร่างกายของตน โดยไม่ได้คำนึงถึงความหมายของลวดลาย หากแต่เพียงชอบความแปลกใหม่ และความสวยงามของลวดลายสักเท่านั้น

รองลงมาเป็นแรงจูงใจในการสักที่เป็นความทันสมัย ซึ่งผู้บริโภคส่วนนี้จะให้ความสำคัญกับแฟชั่นสมัยใหม่ อยากเปลี่ยนตัวตนให้เป็นคนทันสมัย แสดงออกถึงลักษณะการเป็นคนรุ่นใหม่ ไม่ยึดติดกับกรอบวัฒนธรรมเดิม ๆ แต่ผู้ที่มีความแรงจูงใจในลักษณะนี้มักสักรวดลายที่มีขนาดไม่ใหญ่มากนัก และเป็นลายที่กำลังได้รับความนิยมทั่วไป

และจากผลการศึกษาเป็นที่น่าสนใจกว่านอกจากแรงจูงใจ 2 อันดับแรกที่เน้นไปในเรื่องของความทันสมัย และความพึงพอใจที่จะแสดงออกส่วนตัวแล้ว แรงจูงใจที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่คำนึงถึงเป็นอันดับที่ 3 คือ แรงจูงใจในการสักที่มาจากความน่าเชื่อถือของช่างสัก นั่นเป็นเพราะการสักรอยศิลปะบนเรือนร่างเป็นการกระทำที่ส่งผลโดยตรงต่อร่างกาย ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนในการสักซึ่งสร้างความเจ็บปวดเป็นอย่างมากในขณะสัก ขั้นตอนการดูแลผิวหนังหลังการสัก ตลอดจนความคาดหวังถึงลวดลายที่เสร็จสมบูรณ์ว่าจะเป็นอย่างที่ต้องการหรือไม่ ซึ่งเป็นที่น่ายินดีว่ากลุ่มผู้บริโภคมีการศึกษาจากผลงานที่ผ่านมาของช่าง ได้ถามถึงประสบการณ์การสัก และไตร่ตรองก่อนที่จะเลือกช่างสักคนใดมาเป็นผู้สร้างสรรค์งานศิลปะลงบนเรือนร่างของตน ไม่เพียงแต่คิดว่าจะเป็นช่างสักคนใดก็ได้ที่สามารถลงเข็มสักได้เท่านั้น

ทางด้านวัตถุประสงค์ในการสักรอยศิลปะบนเรือนร่างนั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการสักเพื่ออยากให้ลวดลายศิลปะที่ตนชอบ หรือพึงพอใจมาปรากฏบนเรือนร่างของตน เนื่องจากในปัจจุบันศิลปะของลวดลายที่ใช้ในการสักมีความหลากหลายให้เลือกเป็นจำนวนมาก เมื่อผู้บริโภคได้พบเห็นก็รู้สึกต้องการแสดงออกถึงความโดดเด่นผ่านลวดลายสักเหล่านั้น

รองลงมาเป็นวัตถุประสงค์ในการสักเพื่อความทันสมัย เน้นความพึงพอใจส่วนตนเล็ก เช่นเดียวกับผู้ที่มีความแรงจูงใจในการสักที่เป็นความทันสมัย ถัดมาเป็นวัตถุประสงค์ในการสักเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตนเองผู้บริโภคกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มักจะมีการสักตาม ๆ กัน เช่นเพื่อนในกลุ่มสักเหมือนกัน ๆ กัน เห็นคนอื่นสักแล้วคิดว่าสวยจึงไปสักบ้าง แต่ไม่ได้มีความคิดริเริ่มที่จะสักด้วยตนเอง

สำหรับการตีความหมายของลวดลายสักนั้น ส่วนใหญ่แล้วผู้บริโภคมักจะให้ความหมายของลวดลายตามความพึงพอใจส่วนตัวที่มองเห็นเป็นความโดดเด่น ทั้งการเล่นเส้นและสีสันทันทีตัดสินใจสักตามความพึงพอใจในลวดลายที่ได้พบเห็นนั้น ๆ รองลงมาเป็นการให้ความหมายว่ารอยสักเป็นเพียงแฟชั่นอย่างหนึ่งเท่านั้น จึงมักจะสักลวดลายที่มีขนาดไม่ใหญ่มากนัก และเป็นลวดลายที่นิยมสักกันทั่วไป

และในลำดับถัดไป เป็นการให้ความหมายของลวดลายสักที่เน้นถึงการแสดงความเป็นเอกลักษณ์ส่วนตัว ตามที่ผู้บริโภคแต่ละคนได้จินตนาการไว้ ซึ่งผู้บริโภคที่มีความคิดเช่นนี้จะมีความเป็นตัวของตัวเองค่อนข้างสูง และต้องการจะมีเอกลักษณ์ที่ตนคิดว่าดีแล้วติดอยู่บนเรือนร่างตลอดไป

3. ทักษะ และบรรยากาศในการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจและผู้บริโภค

จากการศึกษาบรรยากาศในการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจและช่างสัก กับผู้บริโภคที่มารับการสักสามารถสรุปได้ว่า การสร้างความรู้สึกรับรองบรรยากาศที่ดีให้เกิดขึ้นระหว่างทั้ง 2 ฝ่ายถือเป็นจุดเริ่มต้นของการขายและเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้บริโภค โดยบรรยากาศในการสื่อสารระหว่างการสักส่วนใหญ่จะเป็นไปในลักษณะของการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการสร้างความสัมพันธ์ที่เป็นมิตรซึ่งกันและกัน จะเห็นได้จากผู้บริโภครอยสัก 25 ใน 30 คน มีการพูดคุยซักถาม รวมทั้งขอคำแนะนำเกี่ยวกับการสัก ทำให้เกิดความผ่อนคลาย และช่วยลดความเจ็บปวดที่เกิดขึ้นระหว่างการทำการสักด้วย ทางด้านช่างสักส่วนใหญ่ก็สร้างบรรยากาศที่ดีให้เกิดขึ้นในระหว่างการสัก ไม่ว่าจะเป็นการชวนคุยในเรื่องทั่ว ๆ ไป ตอบคำถามหรือให้คำแนะนำเกี่ยวกับรอยสัก ตลอดจนสร้างบรรยากาศอันอบอุ่นให้เกิดขึ้นด้วยการบริการหมอนกอด เปิดเพลง ตลอดจนบริการอาหารว่าง เครื่องดื่มเมื่อผู้บริโภคต้องการ

ในส่วนของทัศนคติของผู้ประกอบการธุรกิจและช่างสักที่มีต่อการสัก และ ต่อผู้บริโภคการสัก รอยสักปะบนเรือนร่างนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจและช่างสักมองการสักว่าเป็นงานศิลปะที่กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในสังคมสมัยใหม่ และตนเปรียบเสมือนกับพ่อค้า และแม่ค้าที่ให้บริการสักลวดลายลงบนผิวหนังซึ่งก็คือสินค้า ถือเป็นการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะและถ่ายทอดเรื่องราวลงในรอยสักให้ปรากฏอยู่บนเรือนร่างตามที่ผู้บริโภคต้องการ ที่สำคัญการสักรอยสักปะบนเรือน

ร่างถือเป็นธุรกิจอย่างหนึ่งที่มีตลาดแน่นอน มีการสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจและช่างสัก
 อย่างเป็นกอบเป็นกำ

ทางด้านทัศนคติของผู้ประกอบการธุรกิจและช่างสัก ที่มีต่อผู้บริโภคการสักรอยศิลปะบนเรือนร่างนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจและช่างสักมองว่าผู้บริโภคที่ต้องการสักเป็นผู้ที่ชื่นชอบในลวดลายศิลปะและความงดงามของรอยสัก โดยต้องการให้รอยสักปรากฏอยู่บนเรือนร่างเพื่อแสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเอง หรือตามความหมายที่ผู้บริโภคแต่ละคนคิดไว้ในใจ และสื่อความหมายของตนออกมาโดยผ่านรอยสัก แต่จากวาทกรรมหลักของสังคมที่มีสืบเนื่องกันมาช้านานเกี่ยวกับการสักรอยศิลปะบนเรือนร่างว่าเป็นการกระทำของคนคุก คนไม่ดี ซึ่งถือได้ว่าเป็นทัศนคติที่มีต่อการสักในสมัยอดีต แต่ในปัจจุบันทัศนคติของผู้บริโภครอยสักต่อการสักรอยศิลปะบนเรือนร่าง กับศีลธรรมและประเพณีไทยได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง นั่นคือผู้บริโภครอยสักมีมุมมองเกี่ยวกับศีลธรรมและประเพณีไทยในปัจจุบันว่า การสักรอยศิลปะบนเรือนร่างมิใช่เป็นการกระทำที่ขัดแย้งกับศีลธรรม แต่เป็นความงดงามทางศิลปะอย่างหนึ่งที่ไม่จำเป็นต้องถ่ายทอดผ่านกระดาษ หรือผืนผ้าใบ เราสามารถทำให้ความงดงามเหล่านั้นมาปรากฏอยู่บนร่างกาย ซึ่งความงดงามนั้นก็ถือเป็นแฟชั่นอย่างหนึ่งทางสังคม และมีลักษณะเป็นสิทธิการแสดงออกซึ่งความพึงพอใจส่วนบุคคลเท่านั้น

4. การเปลี่ยนแปลงจากพื้นที่ส่วนตัวไปสู่พื้นที่สาธารณะ หลังจากการสักรอยศิลปะบนเรือนร่างของผู้บริโภค

จากข้อมูลการศึกษาประชากรกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับแรงจูงใจ วัตถุประสงค์ในการสักรอยศิลปะบนเรือนร่างของผู้บริโภค ทัศนคติและบรรยากาศในการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับผู้บริโภค ในสถานการณ์ที่เป็นจริงทุกขั้นตอน ทำให้วิเคราะห์ได้อย่างชัดเจนว่า “ รอยสักของผู้บริโภคคือจุดเปลี่ยนจากพื้นที่ส่วนตัวไปเป็นพื้นที่สาธารณะ ” และ “ การเปลี่ยนแปลงจากพื้นที่ส่วนตัวไปเป็นพื้นที่สาธารณะ ได้ถูกกำหนดโดยผู้บริโภคเป็นสำคัญ ” อันเนื่องมาจากทัศนคติของผู้บริโภคทั้ง 30 คน ที่ได้กล่าวสนับสนุนเป็นเสียงเดียวกันว่า “ รอยสักบนเรือนร่างในพื้นที่ผิวหนังตามปกติ มิใช่เป็นพื้นที่สงวนส่วนตัวอันควรแก่การปกปิด คือสัญลักษณ์ที่งดงามในเชิงศิลปะ และสามารถเปิดเผยสู่สาธารณะชนได้ ”

จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบธุรกิจและช่างสักกับผู้บริโภคได้เข้าสู่วัฒนธรรมการสัก และเคลื่อนย้ายจากพื้นที่ส่วนตัวไปสู่สาธารณะ โดยไม่รู้สึกรู้ว่าเป็นข้อเสียหาย และเป็นไปด้วยความราบรื่นยิ่ง สืบเนื่องมาจากวัฒนธรรมในสังคมปัจจุบัน สักส่วนต่าง ๆ ที่เคยเป็นเรื่องส่วนตัว ควรปกปิด อำพรางไว้ตามประสบการณ์ตรงที่ได้รับการสั่งสอนกันมา เช่น รักแร้ ต้นขา และหน้าท้อง ในปัจจุบันได้ถูกนำมาสร้างความหมายใหม่ วัฒนธรรมสมัยนิยมทำให้การเปิดเผยกลายเป็นการแสดงออกซึ่งความสมัยใหม่ ความมั่นใจ เป็นที่ยอมรับของสังคม¹ แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมการสัก หากมีการสักรอยศิลปะบนเรือนร่าง ณ บริเวณพื้นที่ใดของร่างกาย เจ้าของรอยสักนั้นก็สามารเปิดเผยสู่สายตาของสาธารณะชนได้ โดยไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงวัฒนธรรมการรักษานวลสงวนตัวที่เคยเป็นมาในอดีต

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิวัฒนาการของการสักรอยศิลปะบนเรือนร่าง พบว่าการสักรอยศิลปะบนเรือนร่างในปัจจุบันเป็นการเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง เป็นการผสมผสานระหว่างความเชื่อ รูปแบบการสักในอดีต กับ วัฒนธรรมแฟชั่นสมัยใหม่ ซึ่งการผสมผสานดังกล่าวได้มีการดัดแปลงรูปแบบของวัฒนธรรม ในอดีตนั้นรอยสักถือเป็นพิธีกรรมที่แสดงถึงความเชื่อ ความขลัง ความศักดิ์สิทธิ์ อยู่ยงคงกระพันชาตรี และสร้างอำนาจให้แก่ตน สำหรับในปัจจุบันได้มีการถอดรื้อนัยเชิงอำนาจ ก้าวไปสู่วัฒนธรรม Pop Culture

ดังแนวคิดของ F. Saussure (1974)² ได้กล่าวถึงคุณสมบัติที่สำคัญประการหนึ่งของสัญลักษณ์ที่สามารถถูกดัดแปลงและปรับเปลี่ยนไปตามบริบทที่แตกต่างกันด้วย กระบวนการรื้อถอน (deconstruct) ความหมายเดิมของสัญลักษณ์ แล้วสร้างความหมายใหม่ให้แก่สัญลักษณ์ดังกล่าว (reconstruct) กล่าวคือ การสักมีความหมายเดิมและมักถูกมองในด้านลบว่าเป็น การกระทำของนักโทษ คนคุก นักเลงหัวไม้ ผู้หญิงไม่ดี เป็นต้น ได้ถูกรื้อความหมายนี้ทิ้ง และใส่ความหมายใหม่ว่า การสักคือการแสดงออกของคอน์นัใหม่ที่มีความกล้าแสดงออก รักความเสี่ยง และความท้าทาย เข้าไปแทนที่ เพื่อทำให้รอยสักถูกลบล้างจากความหมายด้านลบ ความเป็นสมัยใหม่ถูกทำให้ตรงข้ามกับสังคมตามจารีตประเพณีเดิม ๆ และถูกสร้างอัตลักษณ์ของตัวมันขึ้นมาโดย

¹ วุฒิชัย ฤทธิชัย ประกรกิจ และคณะ. สังคมไทย สายพันธุ์ป๊อป CULTURE. หน้า 141.

² กรองแก้ว วัฒนะมงคลรักษ์. (2545). การสื่อสารกับอัตลักษณ์ถนนข้าวสาร. หน้า 17.

สิ่งประดิษฐ์หรือนวัตกรรมใหม่ๆ ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจได้มีบทบาทที่สำคัญ ในการลบล้าง ความหมายเดิมนั้นทิ้ง และจากการนิยามความหมายของสินค้า ที่จะประสบความสำเร็จทาง การตลาด³ จะต้องเป็นสินค้าที่เชื่อมโยงมิติแห่งจินตนาการ ความคิดฝัน และความทะยานอยากของ ผู้บริโภค เข้ากับภาพลักษณ์ของสินค้า เนื่องจากจะสามารถทำให้ผู้บริโภคเชื่อว่าสินค้านั้นจะทำให้ ตนเองมีเอกลักษณ์ ซึ่งรอยสักถือว่าเป็นสินค้าที่มีคุณสมบัติดังกล่าวข้างต้นทุกประการ ดังนั้นการ ประกอบธุรกิจการสักรอยศิลปะบนเรือนร่างในปัจจุบัน ก็ได้อาศัยกระบวนการเดียวกันนี้ในการ สร้างธุรกิจ

ดังเช่นงานวิจัยของทักษิณี มีวรรณ (2542) เรื่อง “การสร้างและการบริโภคสัญลักษณ์ใน ปรากฏการณ์ชีวิตและการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน” ที่วิเคราะห์สัญลักษณ์ต่าง ๆ ในเรื่องชีวิตใน ฐานะที่เป็นปรากฏการณ์เชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชนชั้นกลาง โดยการบริโภคชีวิตนั้น เป็นวิธีการผสมผสานรูปแบบวัฒนธรรมแบบใหม่ด้านสุขภาพของชนชั้นกลาง ที่เกิดจากการนำเอา วัฒนธรรมจากแหล่งกำเนิดที่หลากหลายไม่จำกัด เช่น ข้าวกล้องจากอดีตวัฒนธรรมไทย รำ กระบองจากวัฒนธรรมจีน แมคโครไบโอติกจากญี่ปุ่น การทำสมาธิจากพุทธศาสนา ฯลฯ การ นำทั้งรูปแบบและสัญลักษณ์ของวัฒนธรรมแบบอื่น ๆ ที่มีอยู่มาใช้เป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิต วัฒนธรรมใหม่นั้น จำเป็นต้องมีการดัดแปลงรูปแบบของวัฒนธรรมไปบ้าง และการดัดแปลงที่ สำคัญคือ กระบวนการรื้อถอน (deconstruct) ความหมายเดิมของสัญลักษณ์ แล้วสร้างความหมาย ใหม่ให้แก่สัญลักษณ์ดังกล่าว (reconstruct) เช่น ข้าวกล้องที่มีความหมายเดิมว่าเป็น “ข้าวของคนจน/ ข้าวของคนยาก” ได้ถูกรื้อความหมายนี้ทิ้งและใส่ความหมายใหม่ว่า ข้าวกล้องเป็น “ข้าวของคน ที่รักสุขภาพ ข้าวที่ถูกหลักอนามัย ข้าวที่อุดมด้วยวิตามิน” หรือกระทั่งในอดีตผู้คนรังเกียจการ แต่งกายด้วย “ชุดม่อฮ่อม” ซึ่งอ้างว่าเป็น “ชุดของชาวนาซึ่งเป็นคนชั้นต่ำ” ไม่เหมาะสมที่จะ นำมาใช้ในสังคมชั้นสูง แต่ในปัจจุบันชุดม่อฮ่อมได้กลายเป็นสินค้าแฟชั่นเมือง (O – Top) ที่มียอด จำหน่ายและส่งออกไปยังต่างประเทศเป็นอันดับต้น ๆ สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวน มาก เป็นต้น เมื่อกระบวนการรื้อถอนความหมายเดิมของสัญลักษณ์ทำให้รอยสักในปัจจุบันมี ความหมายในด้านบวกมากขึ้น จึงไม่ยากเลยที่ผู้ประกอบการธุรกิจได้ฉกฉวยเอาโอกาสนี้ในการสร้าง เป็นอีกหนึ่งธุรกิจหนึ่งในยุคสังคมบริโภคนิยม

³ สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์. (2544). ทัศนียภาพ : ภาษาในสังคมไทยยุคบริโภคนิยม. หน้า194.

โบราณจารย์เคยให้คำนิยามถึง “สินค้า” ไว้ในการวิเคราะห์เรื่องการ “บริโภค” ในสังคมศตวรรษที่ 20 ซึ่งมีลักษณะดังนี้⁴

- สินค้าคือวัตถุที่มองเห็นได้ชัดเจนที่สุดของวัฒนธรรม (เป็นวัฒนธรรม) ในแต่ละวัฒนธรรม จะมีรูปแบบเฉพาะ ๆ ในการสร้างรูปแบบสินค้า (จะผลิตสินค้าอะไร จะผลิตสินค้าออกมาในรูปแบบไหน สำหรับใคร เป็นเรื่องของวัฒนธรรมของแต่ละสังคม)

- สินค้าคือสื่อที่ผ่านการแสดงออกทางวัฒนธรรมของมนุษย์ เพราะสินค้าจะมีความสัมพันธ์กับผู้ซื้อ เนื่องจากคนในแต่ละวัฒนธรรมที่มีคุณลักษณะทางเพศ อายุ ชนชั้น อาชีพ ฯลฯ จะนำเอาคุณลักษณะส่วนตัวของตนเองเข้าไปสัมพันธ์กับสินค้านั้น เช่นผู้บริโภครอยสักเพศชายจะนิยมชมชอบลวดลายสักที่ดูแข็งแรง น่าเกรงขาม ต่างจากผู้บริโภคเพศหญิงที่เน้นไปในด้านความอ่อนหวาน นุ่มนวล

จากผลการศึกษาแรงจูงใจ วัตถุประสงค์ในการสัก และการตีความหมายลวดลายสักของผู้บริโภคจะเห็นได้ว่า รอยสักทุกรอยย่อมมีความหมายต่อ ผู้เป็นเจ้าของรอยสักทั้งสิ้น แม้ความหมายของรอยสักจะเป็นเพียงความหมายแห่งความงามเท่านั้น แต่คุณค่าของรอยสักมันมีความหมายที่ลึกลงไปกว่านั้น จนยากที่บางครั้งผู้ที่มิได้เป็นเจ้าของรอยสักจะเข้าใจถึงความหมายที่เป็นหัวใจของมัน และยังสามารสรูปได้ถึงคุณค่าของรอยสักที่มีต่อผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

1. คุณค่าของความงาม อันเกิดจากลวดลาย และฝีมือของผู้สัก
2. คุณค่าแห่งจิตใจ ซึ่งแฝงอยู่ในความหมายของรอยสักนั้น ๆ ไม่มีข้อสรุปตายตัวลงไปได้ว่า ระหว่างคุณค่าของรอยสักเดียวกันนั้น จะมีความหมายหรือคุณค่าที่เท่าเทียมกัน
3. คุณค่าแห่งความหมาย ของข้อความหรือสัญลักษณ์ที่ปรากฏต่อสายตาของผู้พบเห็น และสัญลักษณ์หรือความหมายเหล่านี้ ส่วนใหญ่จะเป็นสัญลักษณ์ทางสากลที่รู้จักกันโดยทั่วไป

⁴ กาญจนา แก้วเทพ. (2544). การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์. หน้า 133.

⁵ ชนิตร ภูกาญจน์. (2540, เมษายน). “ด้วยจิตและวิญญาณตราប់ชั่วนิรันดร์.” ศิลปวัฒนธรรม. 18(6). หน้า 56.

เช่น รูปดอกไม้ เป็นสัญลักษณ์ของความอ่อนหวาน รูปนกอินทรีเป็นสัญลักษณ์ของความยิ่งใหญ่ และหัวกะโหลกเป็นสัญลักษณ์ของความตาย เป็นต้น

จากคุณค่าของรอยสักที่มีต่อผู้บริโภคนี้ สามารถชี้ให้เห็นถึงวัฒนธรรมแห่งรสนิยม ซึ่งเป็นเรื่องของความสนใจของแต่ละบุคคล และมีความเหลื่อมล้ำกันอยู่มากในธรรมชาติของผู้คน แต่ละกลุ่ม โดยรสนิยมเป็นการเลือกปฏิบัติของบุคคลในการที่จะกระทำอย่างที่เขาเห็นว่า ดี/งาม/ชอบ ในการที่จะเลือกซื้อสิ่งของ และครอบครองวัตถุที่ต่างกัน และถึงแม้ว่าบุคคลจะได้แสดงออกในลักษณะที่เหมือนกันก็มิได้หมายความว่าผู้นั้นต้องการจะสื่อในสิ่งเดียวกัน

ในกระบวนการสร้างความหมายของแต่ละคนจะอาศัยการตีความ การเลือกเปิดรับสื่อ รูปร่างลักษณะภายนอกของตน จังหวะ โอกาส และสถานการณ์ ณ ช่วงเวลานั้น ๆ มาประกอบการสังเคราะห์เป็นตัวตนของแต่ละคนขึ้นมาเป็นรูปธรรม ไม่ว่าจะเป็นตัวตน เพศสภาพ สัญชาติ กระทั่งสถานะทางสังคมต่าง ๆ และความหมายที่เกิดขึ้นก็มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เช่นเดียวกับรอยสัก ถึงแม้ว่าการแสดงออกในลักษณะที่เหมือนกัน ก็มิได้หมายความว่าผู้ที่แสดงออกนั้นต้องการจะสื่อในสิ่งเดียวกัน บางคนเลือกสักลวดลายแบบหนึ่งด้วยเพราะมันเป็นสิ่งที่ เป็นแฟชั่น และทันสมัย อาจเพื่อเป็นการต่อสู้แข่งขันที่จะทันสมัยที่สุดในกลุ่มคนเท่านั้น บางคนเลือกที่จะให้ความหมายในการเป็นตัวของตัวเอง บางคนกระทำเพราะลวดลายรอยสักเหล่านั้นถือเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงไม่สามารถกล่าวได้ว่าความหมายต่าง ๆ ของลวดลายรอยสักเป็นความหมายเดียวของการสื่อด้วยการแสดงออก แต่เป็นหนึ่งในความหมายที่มีการสื่อถึงและสร้างความรับรู้ให้กับกระแสสังคม

เมื่อผู้วิจัยใช้แนวคิดเรื่องการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ (The Consumption of the Sign) ของ J. Baudrillard มาวิเคราะห์ลักษณะการบริโภคในสังคมสมัยใหม่ ผู้วิจัยก็ได้พบว่าแรงจูงใจ และวัตถุประสงค์ในการบริโภครอยสักเป็นไปตามแบบในสังคมสมัยใหม่อย่างแท้จริง คือไม่ใช่การบริโภคเพื่อตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐาน หรือการใช้ประโยชน์จากตัวสินค้าอีกต่อไป หากแต่กลายเป็นการบริโภคเชิงความหมาย หรือการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ที่สนองตอบความหมายบางอย่างที่ถูกสร้างขึ้น (construct) และความต้องการความแตกต่าง (difference) จากผู้อื่น เป็นการบริโภคสินค้าในฐานะที่เป็นสินค้าอัตลักษณ์ (identity commodity) ประกอบกับ การปลดปล่อยการกำหนดอัตลักษณ์ให้มีลักษณะลื่นไหลมากขึ้น เป็นการสร้างอัตลักษณ์ทางเลือกให้นอกเหนือไปจากกรอบคิดเดิม ๆ เป็นความพึงพอใจที่ได้บริโภค และแสดงออกถึงบุคลิกลักษณะเฉพาะตนได้ด้วยการ

ลัก ดังข้อความที่ปรากฏในบทความของวุฒิชัย กฤษณะประกรกิจและคณะ⁶ ที่ให้ภาพของวัฒนธรรมสมัยนิยมในสังคมโลกยุคหลังสมัยใหม่ว่า การลัก และการเจาะ เป็นการแสดงออกในแง่ของพฤติกรรมของการบริโภค ที่เชื่อมโยงความเป็นตัวตนของปัจเจกกับอัตลักษณ์ของกลุ่มเข้าด้วยกัน รวมทั้งลักษณะการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงมิติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ความเป็นตัวตน โดยหมายรวมไปถึง ท่าเดินรำ การดูหนัง เดินช้อปปิ้ง การสะสมของที่ระลึกจากหนัง การไปนั่งที่ลานเบียร์การ์เด็น การกินฟาสต์ฟู้ด และการดื่มไวน์ เป็นต้น

และด้วยลักษณะสำคัญของสังคมหลังสมัยใหม่คือ เป็นสังคมที่เรียกว่า “สังคมสุขนิยม” คือทุกคนสามารถจะเลือกที่จะทำอะไรตามความพึงพอใจของตนเอง ต้องการทำอะไรก็ตามที่ทำให้ตนเองมีความสุขโดยไม่สนใจใคร วัฒนธรรมในยุคหลังสมัยใหม่จึงเป็นเรื่องที่ฉาบฉวยผิวเผิน เป็นสิ่งดำเนินไปตามอารมณ์มากกว่าเหตุผล และเป็นสิ่งที่ไม่สมเหตุสมผลจึงแปรเปลี่ยนได้ง่ายและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งทุกสิ่งทุกอย่างมุ่งไปสู่การแสวงหาความสุข กระนั้นก็ตาม มิได้หมายความว่า ผู้คนในสมัยปัจจุบันจะไม่ยึดถือกฎเกณฑ์ใด ๆ หรือระบบการแบ่งลำดับชั้นแบบเดิมจะเสื่อมสลายไป แต่ละกลุ่มสังคมกลับสร้างและกำหนดกฎเกณฑ์เฉพาะของกลุ่มตนขึ้น และใช้มันเป็นตัวบ่งชี้ความแตกต่างระหว่างกลุ่มของตนกับกลุ่มอื่น ๆ ภายใต้กระแสการเปลี่ยนผันของความนิยมและระบบตลาดทำให้ความหมายของทุกสิ่งไม่ยั่งยืนอีกต่อไป เหตุเพราะ “รสนิยม” คือการแสดงออกในทางปฏิบัติ โดยผ่านทางพฤติกรรมในการเลือกและครอบครองสิ่งของต่าง ๆ

แต่จากการศึกษาบรรยากาการสื่อสารระหว่างการลักของผู้บริโภคย่อยลัก กับ ช่างลัก ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นความเปลี่ยนแปลงอย่างหนึ่งของวัฒนธรรม ในเรื่องของการรักนวลสงวนตัวในอดีต ที่ฝ่ายหญิงจะต้องปกปิดร่างกายให้มิดชิด ไม่พูดคุยกับคนแปลกหน้าอื่น โดยเฉพาะเพศตรงข้ามอย่างสนิทสนมเกินไป แต่ในบรรยากาที่เกิดขึ้นระหว่างการลักรอยศิลปะลงบนเรือนร่างนั้น ช่างลักซึ่งเป็นเพศชาย ได้มีการถูกเนื้อต้องตัวผู้บริโภครอยลักซึ่งเป็นเพศหญิงในตำแหน่งที่ทำการลักได้อย่างอิสระ และผู้บริโภครอยลักเพศหญิงเหล่านั้นก็ได้แสดงอาการเขินอาย หรือคิดว่าตำแหน่งที่ตนสักนั้นเป็นพื้นที่สงวนอันควรปกปิดเชเช่นวัฒนธรรมที่มีมาในอดีต หากเหตุการณ์นี้เกิดขึ้นในอดีตคงจะสามารถเรียกได้ว่าเป็นการกระทำที่ค่อนข้างล่อแหลม ส่อไปในทางชู้สาว แต่ด้วยความเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย ที่ร่างกายถูกสร้างและหล่อหลอมมาด้วยเงื่อนไขทางสังคม การเมือง และวัฒนธรรม ในแต่ละช่วงเวลาของประวัติศาสตร์มนุษย์ การ

⁶ วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ และคณะ. สังคมไทย สายพันธุ์ป๊อป CULTURE. หน้า 135 – 141.

กระทำได้กล่าวที่เกิดขึ้นในปัจจุบันจึงกลายเป็นการมองข้ามวัฒนธรรมที่มีมาในอดีต มาสู่การมองผ่านสายตาของศิลปะ ที่ช่างสักมองตำแหน่งพื้นที่บนร่างกายของผู้บริโภค เป็นเสมือนผืนผ้าใบที่ใช้ถ่ายทอดเรื่องราวทางศิลปะเท่านั้น รวมถึงผู้บริโภคเองก็มีความเต็มใจที่จะเปิดเผยตำแหน่งพื้นที่บนร่างกายเพื่อการสักรอยศิลปะลงไปบนเรือนร่าง เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองเช่นกัน

ดังคำกล่าวของ สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์⁷ ในการศึกษาเรื่องการแต่งกายที่สะท้อนถึงภาพลักษณ์ทางสังคม ว่าร่างกายของมนุษย์เป็นพื้นที่ที่ธรรมชาติและสังคมมาปะทะกัน แม้ว่าร่างกายจะเป็นร่างตามธรรมชาติ แต่อีกนัยหนึ่งก็เป็นรหัสทางสังคมด้วย มนุษย์จะถ่ายทอดความหมายของระบบการแบ่งประเภททางสังคม และวัฒนธรรมที่ซับซ้อนของตนลงสู่สิ่งของที่นำมาตกแต่งร่างกาย ผิวหนังจึงถือเป็นเวทีต่อผู้ระหว่างตัวตน (self) กับสังคม การแต่งกาย, เครื่องแต่งตัวจึงเป็นสื่อของการบ่งชี้ (identity) ถึงตัวตนเมื่อเราจะเข้าสังคม เช่น เดิมในสมัยต้นรัตนโกสินทร์ หญิงเปลือยอกได้ ไม่ถูกตัดสินว่าโป๊ ครั้นใน สมัยรัชกาลที่ 5 การเปิดเผยร่างกายกลับเป็นสิ่งที่น่ารังเกียจ อับอาย มีการแบ่งเวลาและพื้นที่อย่างชัดเจน และกำหนดการแต่งกายตามพื้นที่และเวลานั้นด้วย อาทิ ชุดกีฬา ชุดนอน ชุดว่ายน้ำ ชุดราตรีสโมสร ชุดกลางวัน ชุดอยู่บ้าน ชุดออกนอกบ้าน ชุดทำงาน เป็นต้น สอดคล้องกับการวิเคราะห์อวัยวะส่วนต่าง ๆ ของร่างกายที่ถูกนำมาใช้เป็น Sex Appeal⁸ เมื่อใช้เกณฑ์ (Categories) เรื่องความเป็นส่วนตัว / ส่วนรวม (private / public sphere) ที่ปรากฏอยู่ตามส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย ซึ่งแปรเปลี่ยนไปตามรหัสทางวัฒนธรรมของแต่ละสังคม แต่ละกาลเวลา เช่น ใบหน้าเป็นพื้นที่สาธารณะในสังคมไทย แต่เป็นพื้นที่ส่วนตัวในสังคมมุสลิม หรือขาอ้อนของผู้หญิงไทยเคยเป็นพื้นที่ส่วนตัวในอดีต แต่ปัจจุบันขาอ้อนได้กลายเป็นพื้นที่สาธารณะไปแล้ว เช่น การนิยมสวมใส่กางเกงขาสั้นของผู้หญิงไทยที่สามารถสังเกตเห็นได้ในที่สาธารณะทั่วไป สัดส่วนต่าง ๆ ที่เคยเป็นเรื่องส่วนตัวของผู้หญิงควรปกปิด อำพรางไว้ตามประเพณีที่ผู้หญิงไทยได้รับการสั่งสอนกันมา เช่น รักแร้ ต้นขา หน้าท้อง แต่ในปัจจุบันก็ถูกนำมาสร้างความหมายใหม่ Pop Culture ทำให้ผู้หญิงต้องเปิดเผย ถึงจะถือว่าเป็นการแสดงออกซึ่งความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ เป็นผู้หญิงที่มีความมั่นใจเป็นที่ยอมรับของสังคม การบริโภครอยสักถือเป็นปรากฏการณ์หนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงการเคลื่อนย้ายบรรทัดฐานของสตรีในการปกปิดร่างกายไปสู่การเปิดเผยร่างกายมากขึ้น

⁷ สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์. รสนิยม : ภาษาในสังคมไทยยุคบริโภคนิยม. หน้า 166 – 167.

⁸ สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์. (2538). แลดูผู้คนในห้างสรรพสินค้า. หน้า 93.

ดังคำกล่าวของ แมเรียนน์ เทสซานเดอร์ (Marianne Tesamder)⁹ ที่เรียกกระแส ใโปของการบูชาความงาม เกลียดกลัวความแก่และความอ้วนของผู้หญิง เป็น “ลัทธิพิธิของร่างกาย” (the cult of the body) ในระบบทุนนิยมบริโภคนิยมในยุคโลกาภิวัตน์ว่าได้เกิดวิธีคิดใหม่เกี่ยวกับความงามและเรือนร่างที่สันตะเพื่อนและถอนรากถอนโคนวิธีคิดเดิมอย่างสิ้นเชิง นั่นคือ ผู้หญิงและผู้ชายยุคใหม่ล้มเลิกความคิดเดิมว่า ร่างกายจะสวยจะหล่อหรือไม่ขึ้นอยู่กับต้นทุนเดิมที่พ่อแม่ให้มา หรือขึ้นอยู่กับบุญวาสนาที่เข้ามาแต่ชาติปางก่อน กลายมาเป็นร่างกายเป็นทุนเดิมที่เราได้มาตามธรรมชาติก็จริง แต่เทคโนโลยีสามารถช่วยให้มนุษย์ก้าวพ้นขีดจำกัดดังกล่าวได้ ด้วยการแปลง โนม เสริมแต่ง ลดกรรม เปลี่ยนสีผม ลดน้ำหนัก ดูดไขมัน หรือแม้กระทั่งการศัลยกรรมแปลงบนเรือนร่าง เพื่อให้ตนเองได้เป็นเจ้าของ “เรือนร่าง” ที่พึงปรารถนา รวมทั้งมีโอกาสใช้เรือนร่างนั้นเป็นต้นทุนทางกายภาพภายในสังคมยุคดิจิทัลที่ให้ความสำคัญอย่างมากกับสิ่งที่เรียกว่า “รู้สึกมั่นใจ ถ้าตัวเองดูดี” (feel good, look great)

ซึ่งสามารถกล่าวเปรียบเทียบในลักษณะเดียวกับพื้นที่ในการลงรอยสักบริเวณต่าง ๆ บนเรือนร่าง ถึงแม้ว่าการสักจะใช้พื้นที่บนร่างกายซึ่งถือเป็นพื้นที่ส่วนตัว แต่การอวดรอยสักให้ปรากฏสู่สายตาคนทั่วไปก็แสดงให้เห็นว่าร่างกายได้กลายเป็นพื้นที่สาธารณะไปโดยปริยาย ด้วยลักษณะของวัฒนธรรมหลังสมัยใหม่ที่นิยมทำให้ร่างกายเป็นศิลปะ เป็นพื้นที่ของการแสดงอัตลักษณ์ หรือสามารถมีอำนาจในการควบคุมการจับจองของสายตาผู้อื่น ทำให้เกิดแนวคิดใหม่ว่าการปรับเปลี่ยนจากพื้นที่ส่วนตัวให้กลายเป็นพื้นที่สาธารณะในกรณีของรอยสัก เกิดจากการหาทางออกให้กับสภาพจิตใจที่ต้องการแสดงความเป็นตัวตนโดยผ่านสัญลักษณ์ หรือการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ ด้วยสินค้าที่ตนอุปโภค , บริโภค ที่ทำให้ร่างกายถูกใช้เป็นเวทีในการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์นั่นเอง

การศัลยกรรมแปลงบนเรือนร่างเป็นปรากฏการณ์การต่อสู้อย่างหนึ่งทางสังคม ที่เกิดขึ้นเฉกเช่นเดียวกับปรากฏการณ์การต่อสู้ในเรื่องของการแต่งกายที่ต้องการความเสรี และมีความแปลกแยกมาในทุกยุคทุกสมัย จะเห็นได้จากสิ่งของที่คนในสังคมผลิตขึ้นได้ถูกบรรจุความหมายของการแบ่งแยกประเภทไว้ก่อนแล้ว แต่เมื่อมันถูกนำมาใช้โดยผู้บริโภค มันอาจไม่ได้ถูกใช้ตามประเภทที่ถูกแบ่งมาในตอนต้น เพราะผู้บริโภคแต่ละคนก็มีระบบการจัดการแบ่งประเภทของตน บางคนอาจยอมรับการแบ่งประเภทที่สังคมกำหนดไว้ บางคนก็ไม่ยอมรับและเลือกที่จะแสดงการ

⁹ พัฒนา กิตติอาษา. (2546). *คนพันธุ์ใโป : ตัวตนคนไทยในวัฒนธรรมสมัยนิยม*. หน้า 122.

คัดค้านด้วยการละเลย หรือพลิกกลับประเภทที่ถูกแบ่งไว้ ซึ่งถ้าการต่อสู้ทางสัญลักษณ์มีพลังพอ สังคมก็อาจจะยอมรับการแบ่งประเภทใหม่ได้ ในทางกลับกันสังคมก็ละเลย ปฏิเสธ และเลือกปฏิบัติต่อคนที่ไม่ทำตามการแบ่งประเภทได้เช่นกัน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงจะเปลี่ยนไปตามมิติของพื้นที่และเวลา ดังนั้น เมื่อเราศึกษาการแสดงออกทางการแต่งกายภายใต้บริบทที่แวดล้อมอยู่ เราก็จะเห็นภาพของการต่อสู้ได้ชัดเจนมากขึ้น

ดังจะเห็นได้จากการแต่งกายแบบ “จิ้งเหลน”¹⁰ เป็นการต่อสู้โดยใช้การละเมิดและพลิกกลับทางสัญลักษณ์ในการแต่งกาย มีการนำเอาวัสดุหรือสัญลักษณ์ของหญิงเข้ามาประกอบในเสื้อผ้าของตน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านสี สัน ลวดลาย และรูปทรง เพื่อแสดงออกถึงการต่อต้านกรอบหรือแบบแผนที่สังคมกำหนด ในขณะที่ผู้หญิงก็แสดงออกด้วยการใส่เสื้อยัดรูป สีสันจัด นุ่งขอร์ดสแล็ค พากันออกไปเที่ยว (รสนิยม : ภาษาในสังคมไทยยุคบริโภคนิยม หน้า 178) จะเห็นได้ว่าคนกลุ่มนี้(สมัย พ.ศ.2494)ได้แสดงออกถึงความเสรีของตนที่แตกต่างไปจากกรอบกำหนดของสังคม ภาพของคนรุ่นใหม่จะเน้นความเป็นอิสระ คืออิสระจากข้อกำหนดที่คับแคบ สวมใส่เสื้อผ้าตามอารมณ์ ใส่อะไรก็ได้ที่รู้สึกสบาย แต่งตามความพอใจของตนเอง ชอบชีวิตตามถนน การแสดงออกถึงความเสรีในการแต่งกายมีมานานแล้วมิใช่เพิ่งเกิดขึ้น เพียงแต่ในยุคสมัยก่อนมีข้อจำกัดบางประการทำให้ไม่เอิกเกริก เช่นในปัจจุบันการแสดงออกถึงสิทธิเสรีภาพที่จะเลือกซึ่งแปลกแยกออกจากบรรทัดฐานเดิม ๆ ของสังคม เช่น การสร้างความแปลกใหม่ด้วยการสักทาบว่าตนได้มีอำนาจและความรับผิดชอบต่อร่างกายของตนเองอย่างเต็มที่ ดังนั้นการสักรอยศิลปะบนเรือนร่างจึงเปรียบเสมือนการไหลเทและการผสมกลมกลืนระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมกับวัฒนธรรมสมัยใหม่ เพื่อแสดงอัตลักษณ์ส่วนบุคคลของผู้สักดังได้กล่าวมา

¹⁰ สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์. รสนิยม : ภาษาในสังคมไทยยุคบริโภคนิยม. หน้า 177. “จิ้งเหลน” หมายถึงบุรุษเพศที่มีกรรมวิธีการแต่งกายออกจะพิลึกพิลั่นผิดแผกไปจากสุภาพชน นับแต่ทรงผมลงมาถึงเสื้อ กางเกง ตลอดจนถุงเท้า รองเท้าทีเดียว ที่มาของคำว่าจิ้งเหลนนี้เข้าใจว่าเริ่มจากทรงกางเกงขาขาวของผู้ชาย อันเป็นแฟชั่นฟิงนิชอยู่เมื่อปี พ.ศ.2492 กางเกงทรงดังกล่าวเมื่อสวมแล้วจะรัดรูปไม่ผิดกับกางเกงขี้น้ำ แต่แนบเนื้อมากกว่า แหละเมื่อนุ่งกางเกงทรง “วีปริตแล้ว” ก็จำเป็นต้องสวมเสื้อให้ “วิติการ” ไปด้วย จึงเกิดมีเสื้อเชิ้ตทั้งแขน สั้นและแขนยาว ที่มีแบบ สี และลวดลายแปลก ๆ เป็นของคู่กัน ผู้แต่งกายแบบประหลาดดังกล่าวมักจะถูกเรียกว่า แต่งตัวเป็น “จิ้งเหลน” อันมีความหมายห่างไกลออกไปจากสุภาพชนเดิมที่ (อัมพร หาญนภา, 2506 : 23 – 24)

ข้อจำกัดในการวิจัย

การศึกษานี้มีข้อจำกัดในการเก็บข้อมูลทั้งในส่วนของผู้ประกอบธุรกิจและช่าง
สัก และผู้บริโภคดังต่อไปนี้

ข้อจำกัดของผู้ประกอบธุรกิจและช่างสัก จะเป็นในส่วนของการขอเข้าไปเก็บข้อมูล
ในครั้งแรกของการเข้าไปแสดงตัวว่าจะขอเข้าไปเก็บข้อมูล และสังเกตการณ์ภายในร้านนั้น ผู้
ประกอบธุรกิจและช่างสักมักจะลังเล และยังไม่ตอบตกลงในทันที อันเนื่องมาจาก

1. สถานที่สัก เพราะร้านสักส่วนใหญ่จะมีสถานที่ไม่กว้างมากนัก โดยเฉพาะบริเวณ
ตลาดกลางคืนได้สะพานพระพุทธยอดฟ้าฯ และบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร

2. การสักรอยศิลปะบนเรือนร่างถือเป็นศิลปะอย่างหนึ่ง ผู้ประกอบธุรกิจและช่างสัก
จึงไม่อยากเปิดเผย อุปกรณ์การสัก ขั้นตอนการสัก ตลอดจนลวดลายสักที่มีอยู่ภายในร้านสู่
สาธารณะมากนัก เพราะผู้ประกอบธุรกิจและช่างสักแต่ละคนก็มีเทคนิคในการสักไม่เหมือนกัน
รวมถึงอุปกรณ์ที่ใช้ ถ้าหากมีการเผยแพร่ออกไปจะทำให้เกิดการเลียนแบบระหว่างร้านสักด้วยกัน
จนไม่สามารถนำมาเป็นจุดเด่นของร้านได้อีกต่อไป เช่น ร้านที่มีเตาอบฆ่าเชื้อโรค ถือเป็นจุดเด่น
ด้านความสะอาด เป็นต้น ในส่วนของลวดลายรอยสัก ผู้ประกอบธุรกิจและช่างสักส่วนใหญ่
มักจะไม่นิยมนำภาพลวดลายภายในร้านออกมาเผยแพร่ ให้ถ่ายภาพได้เฉพาะบางมุมเท่านั้น

3. ผู้ประกอบธุรกิจและช่างสักบางคนกลัวการศึกษา โดยเฉพาะขั้นตอนการเก็บ
ข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ และสังเกตการณ์ ระหว่างทำการสักนั้น จะทำให้ตัวผู้ประกอบธุรกิจและ
ช่างสักเองไม่มีสมาธิในการทำงาน และเกรงว่าจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญ หรือไม่พอใจขึ้น
ได้ เนื่องจากผู้บริโภคบางคนสักในตำแหน่งที่ถือว่าเป็นพื้นที่อันควรปกปิด และต้องการความเป็นส่วนตัว

ข้อจำกัดของผู้บริโภค มีดังต่อไปนี้

1. ข้อจำกัดด้านเวลา ในแต่ละวันของร้านสักจะมีผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการไม่แน่นอน บางวันมีมากถึง 4 คน หรือบางวันอาจจะมีแค่ 1 คนเท่านั้นทำให้ผู้วิจัยใช้เวลาค่อนข้างมากในการรอผู้บริโภคนั่งรอการสัก และผู้วิจัยไม่สามารถคาดเดาได้ว่าจะเจอผู้บริโภคในลักษณะใด

2. ผู้บริโภคบางคนต้องการความเป็นส่วนตัว และไม่สะดวกหรือปฏิเสธการให้สัมภาษณ์ทำให้ผู้วิจัยจำเป็นต้องรอผู้บริโภครายใหม่ที่พร้อมจะให้สัมภาษณ์ และยินดีให้ความร่วมมือ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรจะมีการขยายพื้นที่การศึกษาให้มากขึ้น ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจและช่างสัก ที่มีที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ไม่ได้ศึกษาร้านสักที่ตั้งอยู่บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวเช่น พัทยา จังหวัดชลบุรี หรือบริเวณเกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี ที่ถือว่าได้รับความนิยมจากผู้บริโภคทั้งคนไทย และชาวต่างชาติ ซึ่งอาจจะมีความโดดเด่นที่แตกต่างออกไป

2. ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะร้านสักที่ถือเป็นร้านสักสมัยใหม่ มิได้ศึกษาร้านสักที่เป็นสำนักสงฆ์ หรือสำนักต่าง ๆ เนื่องจากหากมีการศึกษาเปรียบเทียบจะทำให้เห็นประโยชน์ที่แสดงถึงความแตกต่างหลากหลายของวัฒนธรรมการสักมากขึ้น

3. ควรจะมีการศึกษาวิจัยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ “ผู้หญิงกับการสัก” ให้มากขึ้น เนื่องจากในอดีตหากจะกล่าวถึงการสักรอยศิลปะลงบนเรือนร่างนั้นถือเป็นเรื่องของเพศชายแทบทั้งสิ้น แต่ในปัจจุบันผู้หญิงได้เข้ามามีบทบาทในวงการการสักมากขึ้นทั้งในส่วนของผู้ประกอบการธุรกิจและช่างสักเอง ตลอดจนเป็นผู้ที่เข้ามารับการสักที่มีสัดส่วนเติบโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

4. เนื่องจากขณะนี้การสักรอยสลิปบนเรือนร่าง ถือเป็นการกระทำที่เลื่อมล้ำทางทางวัฒนธรรมและประเพณีไทย จึงควรมีการศึกษาในส่วนของอาชีพการงาน ว่ามีการยอมรับได้หรือไม่ได้ ในลักษณะอาชีพประเภทใด และเพราะเหตุใด

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

1. การสักรอยสลิปบนเรือนร่างเป็นการกระทำโดยตรงลงบนผิวหนัง ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงหลากหลายประการต่อร่างกายได้ ดังนั้นกระทรวงสาธารณสุข หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรที่จะเข้ามากำหนดวิธีการปฏิบัติ ตลอดจนจัดทำทะเบียนร้านสักให้เป็นระบบ เพื่อง่ายต่อการควบคุมดูแล และป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

2. ขณะนี้ร้านสักในประเทศไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับอายุและวัยของผู้บริโภค โดยมีการกำหนดอายุของผู้บริโภคที่สักไม่ให้ต่ำกว่าอายุ 18 ปี เนื่องจากยังไม่บรรลุนิติภาวะซึ่งถือเป็นเรื่องสำคัญทางกฎหมาย ดังนั้นเจ้าหน้าที่ของรัฐควรมีการกำหนดเป็นมาตรการอย่างจริงจัง และเข้มงวด โดยออกเป็นมาตรการปฏิบัติให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่อไป