



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ในบริบททางโหราศาสตร์และทางธุรกิจ” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการศึกษาเพื่อแสวงหาแนวทางต่างๆในการนำเสนอข่าวสารของนักโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ โดยวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงสัญวิทยา ระหว่างแนวทางการสร้างความเชื่อในบริบททางโหราศาสตร์ กับแนวทางการสร้างความเชื่อในบริบททางธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นการศึกษาเปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างในการนำเสนอเนื้อหาเหล่านั้น ระหว่างนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการทางไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ซึ่งขั้นตอนในการวิจัยมีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การคัดเลือกตัวนักโหราศาสตร์

ขั้นตอนที่ 2 การแจกแจงผลงานเขียนของนักโหราศาสตร์ ที่ใช้ในการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละคน

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์สื่อสิ่งพิมพ์ที่นักโหราศาสตร์ใช้สร้างความเชื่อของแต่ละคน มีรายละเอียดอย่างไร โดยวิธีการ Content Analysis

ขั้นตอนที่ 4 การตั้งคำถามเพื่อวิเคราะห์ตัวนักโหราศาสตร์แต่ละคน โดยวิธีการ Depth Interview เจาะลึกในรายละเอียด เกี่ยวกับวิธีการสร้างความเชื่อและสถานภาพของนักโหราศาสตร์เหล่านั้น

ขั้นตอนที่ 5 สรุปแนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์แต่ละคนตามสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้วิเคราะห์เนื้อหาผสมกับ Depth Interview

ขั้นตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลและแปรผลโดยใช้ Coding Sheet เป็นคู่มือในการวิเคราะห์

ขั้นตอนที่ 1 การคัดเลือกนักโหราศาสตร์ โดยอาศัยหลักเกณฑ์ความมีชื่อเสียง การติดอันดับทำเนียบโหรแห่งประเทศไทย ที่หนังสือพิมพ์หรือนิตยสารได้จัดขึ้น และมีผลงานมากหรือเขียนลงในสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยม ซึ่งในการวิจัยนี้มีจำนวนทั้งหมด 22 คน ได้แก่

- (1) พ.ต.ท. อรรถวิโรจน์ ศรีตุลา
- (2) พัฒนา พัฒนศิริ
- (3) บุศรินทร์ ปัทมาคม
- (4) จรรย์ พิกุล

- (5) ดร. สุรพล ชีร์รัตนพันธุ์
- (6) อาทิตย์ มลิตอง
- (7) เบญจา ศุภฤกษ์
- (8) ชิน วัฒนผาสูกานนท์
- (9) ปราโมทย์ ปิตตะพันธุ์ (หมอไพศาล)
- (10) ณิชัฐดา จันทนยิ่งยง
- (11) คลังจินดา คลังเงินตรา
- (12) พันเอกสุชาติ ศุภประเสริฐ
- (13) กิตตินันท์ เจนาคม
- (14) เก่งกาจ จงใจพระ
- (15) วีระ โรจน์รุ่งสัจด์
- (16) เบญจา ชินปัญชนะ
- (17) ประภาพร เลาหรัตนเวทย์
- (18) กิติกร มีทรัพย์ (สีมา สมานมิตร)
- (19) มาโนช ประภาษานนท์
- (20) สุริยัน อริยวงศ์โสภณ (หมอหยอง)
- (21) ชุนทอง อสุนี ณ อยุธยา
- (22) สังคม ออหรินทร์

ขั้นตอนที่ 2 การแจกแจงผลงานเขียนของนักโหราศาสตร์ที่นำเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์
ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท

ประเภทที่ 1 สื่อสิ่งพิมพ์ที่นักโหราศาสตร์ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ สื่อประเภทนี้มี
มาก จึงมีจำนวนมาก ซึ่งได้แก่

- (1) พ.ต.ท.อรรณวิโรจน์ ศรีตุลา มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
 - คอลัมน์ "ดวงวันนี้" ประจำหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ รายวัน
 - คอลัมน์ "ตอบปัญหาดวง" ประจำหนังสือพิมพ์แชมป์ รายสัปดาห์
- (2) พัฒนา พัฒนศิริ มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
 - คอลัมน์ "เศรษฐกิจ สังคม การเมือง ในปีเสือ" หนังสือศาสตร์แห่งโหร
 - คอลัมน์ "พยากรณ์โชคชะตา 12 ราศี ประจำปีขาล 2541" หนังสือลิขิตดวงดาวแห่งชีวิต

- (3) บุศรินทร์ ปัทมาคม มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
- คอลัมน์ "ปัญหาชะตาชีวิต" ประจำหนังสือพิมพ์ข่าวสด รายวัน
 - คอลัมน์ "โหราศาสตร์ไทยความรู้เบื้องต้นในการทำนายดวงปัจจุบันและอนาคต" ประจำนิตยสารดวงเศรษฐี รายปักษ์
- (4) จรรย์ พิกุล มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
- คอลัมน์ "ดวงโลกยุคใหม่สู่สไตล์ยูเรเนียน" ประจำนิตยสารดวงเศรษฐี รายปักษ์
 - คอลัมน์ "ดวงโลกและประเทศ 2541" หนังสือลิขิตดวงดาวแห่งชีวิต
 - คอลัมน์ "เหตุการณ์ทั่วๆ ไปของโลก" หนังสือศาสตร์แห่งโหร 2541
- (5) ดร.สุรพล ชีรรัตนพันธุ์ มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
- คอลัมน์ "แนววิธีเรียนรู้และทำนายลายมือ" ประจำนิตยสารดวงเศรษฐี รายปักษ์
 - คอลัมน์ "ไขปัญหาชีวิต" ประจำนิตยสารดวงเศรษฐี รายปักษ์
- (6) อาทิตย์ มลิตอง มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
- คอลัมน์ "นรลักษณ์ มหาลาม" ประจำนิตยสารชีวิตต้องสู้ รายสัปดาห์
- (7) เบญจา ศุภฤกษ์ มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
- คอลัมน์ "โหงวเฮ้ง" ประจำนิตยสารผู้หญิงวันนี้ รายเดือน
- (8) ชิน วัฒนผาสูกานนท์ มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
- หนังสือโหงวเฮ้งฉบับมาตรฐาน
- (9) ปราโมทย์ ปิตตะพันธุ์(หมอไพศาล) มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
- คอลัมน์ "ดวง" ประจำนิตยสารพลอยแถมเพชร รายปักษ์
- (10) ณิชสุดา จันทนยิ่งยง มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
- คอลัมน์ "ฤกษ์" ประจำนิตยสารดวงเศรษฐี รายปักษ์
 - หนังสืออ่านชีวิตจากลิขิตบนฝ่ามือ
- (11) คลังจินดา คลังเงินตรา มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
- คอลัมน์ "เคล็ดลับโหราศาสตร์" ประจำนิตยสารดวงเศรษฐี รายปักษ์
 - หนังสือฮวงจุ้ย

- (12) พันเอกสุชาติ ศุภประเสริฐ มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
- คอลัมน์ "ปรากฏการณ์ดวงดาวในรอบปี" ประจำนิตยสารดวงเศรษฐีรายปี
 - ปฏิทินโหราศาสตร์ไทย ส.ค.ส. 2541
- (13) กิตตินันท์ เจนาคม มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
- คอลัมน์ "เปิดดวงยูเรเนียน" ประจำนิตยสาร City Life รายเดือน
 - หนังสือฟ้าบอกว่า
- (14) เก่งกาจ จงใจพระ มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
- คอลัมน์ "อินไซด์โหรา" ประจำหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ รายวัน
 - คอลัมน์ "ดิฉันดูดวง" ประจำนิตยสารดิฉัน รายปี
- (15) วีระ โรจน์รุ่งสัจย์ มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
- หนังสือการวิเคราะห์ลายมือแบบเบญจลักษณ์
- (16) เบญจ ชินปัญชนะ มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
- หนังสือเรียนรู้ชีวิตลายมือคนดัง
- (17) กิติกร มีทรัพย์ (สีมา สมานมิตร) มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
- คอลัมน์ "อ่านชีวิตจากลายมือ(คลี่ปัญหาใจอ่านลายมือ)" ประจำหนังสือพิมพ์ข่าวสด รายวัน
 - คอลัมน์ "อ่านลายมือลายสือลายเซ็น" ประจำนิตยสารมติชนสุดสัปดาห์
- (18) มาโนช ประภาษานนท์ มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
- คอลัมน์ "ฮวงจุ้ย ปี 2541 ภาวะแห่งการป่วยไข้" หนังสือศาสตร์แห่งโหรา 2541
 - หนังสือเคล็ดลับการแก้ฮวงจุ้ยด้วยตนเอง
- (19) ประภาพร เลาหรัตนเวทย์ มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
- คอลัมน์ "ดวงคุณ - ดวงฉัน" ประจำนิตยสาร I-SPY รายเดือน

ประเภทที่ 2 สื่อสิ่งพิมพ์ที่นักโหราศาสตร์ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ซึ่งได้แก่

- (1) ชุนทอง อสุณี ณ อรุณยา มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
 - คอลัมน์ “ดาวเคียงดวง” ประจำนิตยสารศรีสยาม รายปักษ์
 - หนังสือวิธีดูหมอไฟยิปซี
- (2) สังคม หอหรินทร์ มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
 - คอลัมน์ “ดูดวง” ประจำนิตยสาร Image รายเดือน
 - คอลัมน์ “ชีวิตกับดวงดาว” ประจำนิตยสารรุ่ง รายเดือน
 - คอลัมน์ “ยิปซีไขชีวิต” ประจำนิตยสารรุ่ง รายเดือน
 - หนังสือเปิดไฟยิปซีทายดวงปีเสือหิว
- (3) สุรียัน อริยวงศ์โสภณ (หมอหยอง) มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
 - หนังสือเก้าอี้ดวงดาว
 - หนังสือ 7 สี 7 อารมณ์ ทำนายดวงชะตาคุณปีเสือทมิฬ วันพุธ
- (4) ประภาพร เลาหรัดนเวทย์ มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
 - หนังสือไฟโหรา
- (5) อาทิตย์ มลิตอง มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
 - คอลัมน์ “นรลักษณ์ มหาลาภ” ประจำนิตยสารชีวิตต้องสู้ รายสัปดาห์
- (6) คลังจินดา คลังเงินตรา มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
 - คอลัมน์ “เคล็ดลับโหราศาสตร์” ประจำนิตยสารดวงเศรษฐี รายปักษ์
 - หนังสือฮวงจุ้ย
- (7) พ.ต.ท. อรรถวิโรจน์ ศรีตุลา มีผลงานที่ตีพิมพ์ คือ
 - คอลัมน์ “ดวงวันนี้” ประจำหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ รายวัน
 - คอลัมน์ “ตอบปัญหาดวง” ประจำหนังสือพิมพ์แชมป์ รายสัปดาห์
- (8) มาโนช ประภาษานนท์ มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ คือ
 - คอลัมน์ “ฮวงจุ้ย ปี 2541 ภาวะแห่งการป่วยไข้” หนังสือศาสตร์แห่งโหรา 2541
 - หนังสือเคล็ดลับการแก้ฮวงจุ้ยด้วยตนเอง

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์สื่อสิ่งพิมพ์ที่นักโหราศาสตร์ใช้สร้างความเชื่อ (Content Analysis)

เนื่องจากในปี 2540 เป็นปีที่เศรษฐกิจของประเทศไทยตกต่ำจนถึงขั้นวิกฤต โดยเฉพาะในช่วง 3 เดือนสุดท้ายของปี มีสภาพคนตกงานมากขึ้น คนจำเป็นต้องพึ่งโหราศาสตร์ในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะมีการนำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์มากมายตามสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้วิจัยจึงเลือกข้อมูลในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคม 2540 โดยมีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในสื่อประเภทต่าง ๆ ดังนี้

1. ประเภทหนังสือพิมพ์รายวัน วิเคราะห์ข้อมูล 3 เดือน ระหว่างตุลาคมถึงธันวาคม ปี 2540 โดยสุ่มตัวอย่างภายใน 3 เดือน ไม่เกินคอลัมน์ละ 12 ฉบับ เช่น หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คอลัมน์ "ดวงวันนี้" สุ่มตัวอย่างเฉพาะข้อมูลวันพฤหัสบดี เป็นจำนวนทั้งสิ้นไม่เกิน 12 ฉบับ

2. ประเภทนิตยสารรายสัปดาห์ วิเคราะห์ข้อมูล 3 เดือน ระหว่างตุลาคมถึงธันวาคม ปี 2540 โดยสุ่มตัวอย่างภายใน 3 เดือน ไม่เกินคอลัมน์ละ 12 ฉบับ เช่น นิตยสารชีวิต ต้องสู้อยู่รายสัปดาห์ คอลัมน์ "นรลักษณ์มหาลาภ" สุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งสิ้นไม่เกิน 12 ฉบับ

3. ประเภทนิตยสารรายบักษ์ วิเคราะห์ข้อมูล 3 เดือน ระหว่างตุลาคมถึงธันวาคม ปี 2540 โดยสุ่มตัวอย่างภายใน 3 เดือน ไม่เกินคอลัมน์ละ 6 ฉบับ เช่น นิตยสารพลอยแกมเพชร คอลัมน์ "ดวง" สุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งสิ้นไม่เกิน 6 ฉบับ

4. ประเภทนิตยสารรายเดือน วิเคราะห์ข้อมูล 3 เดือน ระหว่างตุลาคมถึงธันวาคม ปี 2540 โดยสุ่มตัวอย่างภายใน 3 เดือน ไม่เกินคอลัมน์ละ 3 ฉบับ เช่น นิตยสาร I-SPY คอลัมน์ "ดวงคุณ-ดวงฉัน" สุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งสิ้นไม่เกิน 3 ฉบับ

5. ประเภทหนังสือโหราศาสตร์ (วิเคราะห์ข้อมูลทั้งเล่ม) หรือหนังสือพยากรณ์รายปี ที่รวมนักโหราศาสตร์หลายคน (วิเคราะห์เฉพาะคอลัมน์ที่เป็นผลงานของนักโหราศาสตร์ผู้นั้น) เช่น

- หนังสือเปิดไฟยิปซีทายดวงปีเสือหิว แต่งโดยสังคม ฮอหรินทร์ ผู้เดียววิเคราะห์ทั้งเล่ม

- หนังสือลิขิตดวงดาวแห่งชีวิต ซึ่งแต่งโดยโหร 6 คน ใช้วิเคราะห์ตามคอลัมน์ของนักโหราศาสตร์ที่มีผลงานในการวิจัย ตัวอย่าง เลือกววิเคราะห์คอลัมน์ “ดวงโลกและประเทศ” ในหนังสือลิขิตดวงดาวแห่งชีวิต (หนังสือพยากรณ์ชีวิตรายปี 2541) ซึ่งเป็นผลงานของจรัญ พิกุล ในงานวิจัย

การวิเคราะห์สื่อสิ่งพิมพ์ที่นักโหราศาสตร์ใช้สร้างความเชื่อว่าแต่ละคนมีวิธีการสร้างความเชื่ออย่างไร โดยวิธีการ Content Analysis วิเคราะห์ตาม Coding Sheet (ตารางที่ 1) ซึ่งได้แก่

1. วิเคราะห์ผลงานของนักโหราศาสตร์ที่นำเสนอ
2. ประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ที่จะใช้นำมาวิเคราะห์ชื่ออะไร ฉบับวันที่เท่าไร มีผลงานที่เด่นกี่ยื่น
3. แนวทางการสร้างความเชื่อตามสื่อสิ่งพิมพ์ใช้วิธีการอะไร
4. วิธีการทำนายมีลักษณะอย่างไร

สื่อสิ่งพิมพ์ของนักโหราศาสตร์ที่จะใช้วิเคราะห์ มีดังต่อไปนี้

- (1) พ.ต.ท. อรรถวิโรจน์ ศรีตุลา
 - คอลัมน์ “ดวงวันนี้” ประจำหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ รายวัน
วิธีการทำนาย ดูดวงตามหลักโหราศาสตร์ไทย ดูไฟยิปซี ดูเลขศาสตร์
 - คอลัมน์ “ตอบปัญหาดวง” ประจำหนังสือพิมพ์แชมป์ รายสัปดาห์
วิธีการทำนาย ดูดวงตามหลักโหราศาสตร์ไทย ดูไฟยิปซี ดูเลขศาสตร์
- (2) พัฒนา พัฒนศิริ
 - คอลัมน์ “เศรษฐกิจ สังคม การเมือง ในปีเสือ” หนังสือศาสตร์แห่งโหร 2541
วิธีการทำนาย ดูดวงตามหลักโหราศาสตร์ไทย
 - คอลัมน์ “พยากรณ์โชคชะตา 12 ราศี ประจำปีขาล 2541” หนังสือลิขิตดวงดาวแห่งชีวิต
วิธีการทำนาย ดูดวงตามหลักโหราศาสตร์ไทย
- (3) บุศรินทร์ ปัทมาคม
 - คอลัมน์ “ปัญหาชะตาชีวิต” ประจำหนังสือพิมพ์ข่าวสด รายวัน

วิธีการทำนาย ดูดวงตามหลักโหราศาสตร์ไทย

- คอลัมน์ “โหราศาสตร์ไทยความรู้เบื้องต้นในการทำนายดวงปัจจุบันและอนาคต” ประจำนิตยสารดวงเศรษฐี รายปักษ์

วิธีการทำนาย ดูดวงตามหลักโหราศาสตร์ไทย

(4) จรรย์ พิภูล

- คอลัมน์ “ดวงโลกยุคใหม่สไตล์ยูเรเนียน” ประจำนิตยสารดวงเศรษฐี รายปักษ์

วิธีการทำนาย ดูดวงตามหลักโหราศาสตร์ยูเรเนียน

- คอลัมน์ “ดวงโลกและประเทศ 2541” หนังสือลิขิตดวงดาวแห่งชีวิต

วิธีการทำนาย ดูดวงตามหลักโหราศาสตร์ยูเรเนียน

- คอลัมน์ “เหตุการณ์ทั่วๆ ไปของโลก” หนังสือศาสตร์แห่งโหร 2541

วิธีการทำนาย ดูดวงตามหลักโหราศาสตร์ยูเรเนียน

(5) ดร.สุรพล ชีรรัตนพันธ์

- คอลัมน์ “แนะวิธีเรียนรู้และทำนายลายมือ” ประจำนิตยสารดวงเศรษฐี รายปักษ์

วิธีการทำนาย ลายมือ

- คอลัมน์ “ไขปัญหาชีวิต” ประจำนิตยสารดวงเศรษฐี รายปักษ์

วิธีการทำนาย ดูดวงตามหลักโหราศาสตร์ไทย และดูลายมือ

(6) อาทิตย์ มลิตอง

- คอลัมน์ “นรลักษณ์ มหาลาม” ประจำนิตยสารชีวิตต้องสู้ รายปักษ์

วิธีการทำนาย ดูไพ่ยิปซี ดูนรลักษณ์ ดูลายเซ็น

(7) เบญจา ศุภฤกษ์

- คอลัมน์ “โหงวเฮ้ง” ในนิตยสารผู้หญิงวันนี้ รายเดือน

วิธีการทำนาย ดูโหงวเฮ้ง

(8) ชิน วัฒนผาสุกานนท์

- หนังสือโหงวเฮ้งฉบับมาตรฐาน

วิธีการทำนาย ดูโหงวเฮ้ง

- (9) ปราโมทย์ ปัตตนะพันธ์(หมอไพศาล)
- คอลัมน์ "ดวง" ประจํานิตยสารพloydแถมเพชร รายปักษ์
วิธีการทํานาย ดูดวงตามราศี
- (10) ญัฐสุดา จันทนียงยง
- คอลัมน์ "ฤกษ์" ประจํานิตยสารดวงเศรษฐี รายปักษ์
วิธีการทํานาย ดูดวงตามฤกษ์ระบบโหราศาสตร์สิบลัคนา
 - หนังสืออ่านชีวิตจากลิขิตบนฝ่ามือ
วิธีการทํานาย ดูลายมือ
- (11) คลังจินดา คลังเงินตรา
- คอลัมน์ "เคล็ดลับโหราศาสตร์" ประจํานิตยสารดวงเศรษฐี รายปักษ์
วิธีการทํานาย ดูดวงจัญ ดูดวงตามหลักโหราศาสตร์ไทย
 - หนังสือดวงจัญ
วิธีการทํานาย ดูดวงจัญ ใช้วิธีไสยศาสตร์แก้เคล็ด
- (12) พันเอกสุชาติ ศุภประเสริฐ
- คอลัมน์ "ปรากฏการณ์ดวงดาวในรอบปักษ์" ประจํานิตยสารดวงเศรษฐี
รายปักษ์
วิธีการทํานาย ดูดวงตามหลักโหราศาสตร์ไทย
 - ปฏิทินโหราศาสตร์ไทย ส.ค.ส. 2541
วิธีการทํานาย ดูดวงตามหลักโหราศาสตร์ไทย
- (13) กิตตินันท์ เจนาคม
- คอลัมน์ "เปิดดวงยูเรเนียน" ประจํานิตยสาร City Life รายเดือน
วิธีการทํานาย ดูดวงตามหลักโหราศาสตร์ยูเรเนียน
 - หนังสือฟ้าบอกว่า
วิธีการทํานาย ดูดวงตามหลักโหราศาสตร์ยูเรเนียน
- (14) เก่งกาจ จงใจพระ
- คอลัมน์ "อินไซด์โหรา" ประจําหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ รายวัน
วิธีการทํานาย ดูดวงตามหลักโหราศาสตร์ไทย ดูเลขศาสตร์ ดูโหงวเฮ้ง
ดูดวงจัญ

- คอลัมน์ “ดิฉันดูดวง” ประจำนิตยสารดิฉัน รายปักษ์
วิธีการทำนาย ดูดวงตามหลักโหราศาสตร์ไทย
- (15) วีระ โรจน์รุ่งสัจด์
- หนังสือการวิเคราะห์ลายมือแบบเบญจลักษณ์
วิธีการทำนาย ดูลายมือ
- (16) เบญจะ ชินปัญชนะ
- หนังสือเรียนรู้ชีวิตลายมือคนดัง
วิธีการทำนาย ดูลายมือ
- (17) ประภาพร เลหารัตนเวทย์
- คอลัมน์ “ดวงคุณ-ดวงฉัน” ประจำนิตยสาร I-SPY รายเดือน
วิธีการทำนาย ดูดวงตามหลักโหราศาสตร์ไทย
 - หนังสือไฟโหรา
วิธีการทำนาย ดูไฟโหราศาสตร์ไทย
- (18) กิติกร มีทรัพย์ (สีมา สมานมิตร)
- คอลัมน์ “อ่านชีวิตจากลายมือ (เคล็ดลับหาใจอ่านลายมือ)” ประจำหนังสือพิมพ์
ข่าวสด รายวัน
วิธีการทำนาย ดูลายเซ็น
 - คอลัมน์ “อ่านลายมือลายสือลายเซ็น” ประจำนิตยสารมติชนสุดสัปดาห์
วิธีการทำนาย ดูลายเซ็น
- (19) มาโนช ประภาษานนท์
- คอลัมน์ “ฮวงจุ้ย ปี 2541 ภาวะแห่งการป่วยไข้” หนังสือศาสตร์แห่งโหร
2541
วิธีการทำนาย ดูฮวงจุ้ย
- (20) สุริยัน อริยวงศ์โสภณ (หมอยอง)
- หนังสือเก้าอี้ดวงดาว
วิธีการทำนาย ใช้อำนาจสมาธิจิต โหงวเฮ้ง

- หนังสือ 7 สี 7 อารมณ์ ทำนายดวงชะตาคุณปีเสื่อทมิฬ วันพุธ
วิธีการทำนาย ใช้อำนาจสมาธิจิต

(21) ขุนทอง อสุณี ณ อยุธยา

- คอลัมน์ “ดาวเคียงดวง” ประจำนิตยสารศรีสยาม รายเดือน
วิธีการทำนาย ดูไฟโยปซี
- หนังสือวิธีดูหมอไฟโยปซี
วิธีการทำนาย ดูไฟโยปซี

(22) สังคม ฮอรินทร์

- คอลัมน์ “ดูดวง” ประจำนิตยสาร Image รายเดือน
วิธีการทำนาย ดูไฟโยปซีตามราศี
- คอลัมน์ “ชีวิตกับดวงดาว” ประจำนิตยสารรุ่ง รายเดือน
วิธีการทำนาย ดูไฟโยปซีตามราศี
- คอลัมน์ “โยปซีไขชีวิต” ประจำนิตยสารรุ่ง รายเดือน
วิธีการทำนาย ดูไฟโยปซี ตอบปัญหาชีวิต
- หนังสือเปิดไฟโยปซีทายดวงปีเสื่อทมิฬ
วิธีการทำนาย ดูไฟโยปซี เสี่ยงทายลูกเต๋า

การทดสอบเครื่องมือจากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

เนื่องจากโหราศาสตร์เป็นความเชื่อของแต่ละบุคคล บางคนเห็นว่าเป็นเรื่องน่าเชื่อถือ แต่บางคนก็คิดว่าเป็นเรื่องเหลวไหล การวิเคราะห์เนื้อหากระทำโดยผู้วิจัยเพียงคนเดียว แต่เพื่อความเชื่อมั่นในการลงรหัสข้อมูลในลักษณะ Content Validity ของการวิเคราะห์เนื้อหาในการนำเสนอข่าวสารของนักโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ว่ามีความน่าเชื่อถือเพียงใด ผู้วิจัยจำเป็นต้องหาผู้ร่วมลงรหัส เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นถึง 2 คน ที่มีคุณวุฒิทางด้านนิเทศศาสตร์ในการวิเคราะห์ข้อมูลจาก Coding Sheet ชุดเดียวกัน จากนั้น จึงนำผลมาตรวจสอบการลงรหัสของผู้วิจัยเพื่อหาความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรคำนวณของ Hoisti (1969) ดังนี้

$$R = \frac{3(C1, C2, C3)}{C1 + C2 + C3}$$

โดยที่ R หมายถึง วิธีการทำนาย

C1, C2, C3 หมายถึง จำนวนครั้งที่ผู้ลงรหัสมีความเห็นเหมือนกัน

C1+C2+C3 หมายถึง จำนวนครั้งรวมกันทั้งหมด ที่ผู้ลงรหัสทั้ง 3 คนพิจารณา
ค่าความเชื่อมั่นที่คำนวณได้จะต้องมากกว่า 0.75 จึงถือว่า เครื่องมือลงรหัสมีความ
น่าเชื่อถือ

- การทดสอบความเชื่อมั่นของ พ.ต.ท. อรรถวิโรจน์ ศรีตุลา ในด้านการ
สร้างกระแสความเชื่อในเรื่องพระราหู จำนวนการโฆษณาชวนเชื่อ 8 ครั้ง ค่าที่ศึกษา เป็นดังนี้

$$\begin{array}{rcl}
 \text{ค่า} & = & 8 \\
 3 (C1, 2, 3) & = & 3 (7) \\
 C1 + C2 + C3 & = & 8 + 8 + 8 \\
 \text{แทนค่าสูตร} & & \\
 R & = & \frac{21}{24} = 0.78
 \end{array}$$

ในการวิเคราะห์การสร้างกระแสความเชื่อในเรื่องพระราหู ค่าที่ได้เท่ากับ 0.78 ถือ
ว่ามีความเชื่อมั่นตามเกณฑ์ Hoisti

- การทดสอบความเชื่อมั่นของ อาทิตย์ มลิตอง ในด้านการสร้างกระแสความ
เชื่อในเรื่องการแก้เคล็ดความทุกข์ในชีวิตโดยการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือวัตถุมงคลบางอย่าง
จำนวนการโฆษณาชวนเชื่อ 12 ครั้ง ค่าที่ศึกษา เป็นดังนี้

$$\begin{array}{rcl}
 \text{ค่า} & = & 12 \\
 3 (C1, 2, 3) & = & 3 (10) \\
 C1 + C2 + C3 & = & 12 + 12 + 12 \\
 \text{แทนค่าสูตร} & & \\
 R & = & \frac{30}{36} = 0.83
 \end{array}$$

ในการวิเคราะห์การสร้างกระแสความเชื่อในเรื่องการแก้เคล็ดความทุกข์ในชีวิต
ค่าที่ได้เท่ากับ 0.83 ถือว่ามีความเชื่อมั่นตามเกณฑ์ Hoisti

- การทดสอบความเชื่อมั่นของ คลังจินดา คลังเงินตรา ในด้านการสร้างกระแสความเชื่อในเรื่องการแก้เคล็ดวิชาฮวงจุ้ย แก้เคล็ดทางไสยศาสตร์ สะกิดจิต สร้างจินตภาพ จำนวนการโฆษณาชวนเชื่อ 123 ครั้ง ค่าที่ศึกษา เป็นดังนี้

$$\begin{array}{rcl}
 \text{ค่า} & = & 123 \\
 3 (C1, 2, 3) & = & 3 (95) \\
 C1 + C2 + C3 & = & 123 + 123 + 123 \\
 \text{แทนค่าสูตร} & & \\
 R & = & \frac{285}{369} = 0.77
 \end{array}$$

ในการวิเคราะห์การสร้างกระแสความเชื่อในเรื่องการแก้เคล็ดวิชาฮวงจุ้ยแก้เคล็ดทางไสยศาสตร์ สะกิดจิตสร้างจินตภาพ ค่าที่ได้เท่ากับ 0.77 ถือว่ามีความเชื่อมั่นตามเกณฑ์ Hoisti

- การทดสอบความเชื่อมั่นของ เก่งกาจ จงใจพระ ในด้านการสร้างกระแสความเชื่อในเรื่อง ชื่อ-สกุล ถ้าไม่ดีจะส่งผลร้ายต่อเจ้าของชื่อ-สกุล จำนวนการโฆษณาชวนเชื่อ 22 ครั้ง ค่าที่ศึกษา เป็นดังนี้

$$\begin{array}{rcl}
 \text{ค่า} & = & 22 \\
 3 (C1, 2, 3) & = & 3 (19) \\
 C1 + C2 + C3 & = & 22 + 22 + 22 \\
 \text{แทนค่าสูตร} & & \\
 R & = & \frac{57}{66} = 0.86
 \end{array}$$

ในการวิเคราะห์การสร้างกระแสความเชื่อในเรื่อง ชื่อ-สกุล ค่าที่ได้เท่ากับ 0.86 ถือว่ามีความเชื่อมั่นตามเกณฑ์ Hoisti

- การทดสอบความเชื่อมั่นของ สุริยัน อริยวงศ์โสภณ (หมอหยอง) ในด้านการสร้างกระแสความเชื่อในเรื่อง พลังดวงสมาธิ การทำบุญ สร้างกุศล สามารถทำให้หมดเคราะห์หรือเคราะห์เบาบางลงได้ จำนวนการโฆษณาชวนเชื่อ 8 ครั้ง ค่าที่ศึกษา เป็นดังนี้

$$\begin{array}{rcl}
 \text{ค่า} & = & 8 \\
 3 (C1, 2, 3) & = & 3 (7)
 \end{array}$$

$$\begin{aligned}
 C1 + C2 + C3 &= 8 + 8 + 8 \\
 \text{แทนค่าสูตร} & \\
 R &= \frac{21}{24} = 0.78
 \end{aligned}$$

ในการวิเคราะห์การสร้างความเชื่อมั่นในเรื่อง พลังดวงสมาธิ การทำบุญ การสร้างกุศล สามารถทำให้หมดเคราะห์ หรือเคราะห์เบาบางลง ค่าที่ได้เท่ากับ 0.78 ถือว่ามีความเชื่อมั่นตามเกณฑ์ Hoisti

- การทดสอบความเชื่อมั่นของ สังคม ฮอรินทร์ ในด้านการสร้างความเชื่อมั่นในเรื่อง อิทธิพลของไฟยิปซีที่ส่งผลดีหรือผลร้ายต่อชะตาชีวิตของบุคคล จำนวนการโฆษณาชวนเชื่อ 10 ครั้ง ค่าที่ศึกษาเป็นดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ค่า} &= 10 \\
 3 (C1, 2, 3) &= 3 (8) \\
 C1 + C2 + C3 &= 10 + 10 + 10 \\
 \text{แทนค่าสูตร} & \\
 R &= \frac{24}{30} = 0.80
 \end{aligned}$$

ในการวิเคราะห์การสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องอิทธิพลของไฟยิปซี ค่าที่ได้เท่ากับ 0.80 ถือว่ามีความเชื่อมั่นตามเกณฑ์ Hoisti

ขั้นตอนที่ 4 การตั้งคำถามเพื่อวิเคราะห์ตัวนักโหราศาสตร์แต่ละคน ใช้วิธีการ Depth Interview สัมภาษณ์ในรายละเอียดเกี่ยวกับสถานภาพของนักโหราศาสตร์ในด้านต่างๆ ซึ่งวิธีการตั้งคำถามในการสัมภาษณ์ มีดังนี้

1. แนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ ที่นำเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์
2. คุณลักษณะที่เป็นจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ของนักโหราศาสตร์
3. ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการนำเสนอข่าวสารของนักโหราศาสตร์แต่ละคน
4. ความสามารถพิเศษ
5. วิธีการทำนายของนักโหราศาสตร์แต่ละคน
6. ที่มงานของนักโหราศาสตร์แต่ละคน

7. ข้อมูลอื่นๆทางด้านสถานภาพของนักโหราศาสตร์ เช่น ประวัติส่วนตัว ชื่อเสียง ประสบการณ์ การศึกษา อายุ ฯลฯ

ขั้นตอนที่ 5 สรุปแนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์แต่ละคน จากการวิเคราะห์เนื้อหาในสื่อสิ่งพิมพ์ โดยวิธีการ Content Analysis ผสมกับการวิเคราะห์ด้วนักโหราศาสตร์ตามวิธีการ Depth Interview ซึ่งได้แก่

1. สรุปแนวทางการวิเคราะห์ระหว่างแนวทางการสร้างความเชื่อในบริบททางโหราศาสตร์ กับแนวทางการสร้างความเชื่อในบริบททางธุรกิจว่ามีกระบวนการสร้างความเชื่อด้วยวิธีการอย่างไร

2. สรุปความเหมือนและความแตกต่างเหล่านั้นที่ปรากฏตามสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเปรียบเทียบระหว่างนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์ กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการทางไสยศาสตร์ หรือจิตวิญญาณ แต่ละคน

ขั้นตอนในการวิเคราะห์แนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์แต่ละคน สรุปได้จากแนวทางดังต่อไปนี้ คือ

ส่วนที่ 1 โดยส่วนของการวิเคราะห์เนื้อหาด้วยวิธีการ Content Analysis สรุปแนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ได้ คือ

1. การวิเคราะห์แนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ชาวบ้านในบริบททางโหราศาสตร์มี ดังนี้

1) วิเคราะห์วิธีการทำนายในเชิงสร้างความสมหวัง (Encouraged) ในการนำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ในทางบวก เช่น ทำนายความสมหวัง ความสำเร็จ ในด้านชีวิตทั้งด้านการเงิน การงาน ความรัก การเดินทาง การศึกษา ฯลฯ

2) วิเคราะห์วิธีการทำนายในเชิงสร้างความผิดหวัง (Disconraged) ในการนำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ในเชิงลบ เช่น ทำนายความผิดหวัง อุปสรรคในด้านชีวิตทั้งด้านการเงิน การงาน ความรัก การเดินทาง การศึกษา ฯลฯ

3) วิเคราะห์วิธีการให้ความรู้ หรือแนะนำในเรื่องโหราศาสตร์ เช่น วิธีการสอนโหราศาสตร์ หรือการให้คำปรึกษาแนะนำ ในการแก้ไขปัญหาในด้านต่างๆ ของนักโหราศาสตร์ มีวิธีการอย่างไร

4) วิเคราะห์กลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจ ว่าอาศัยวิธีการจูงใจอะไร เช่น

- ความมีชื่อเสียงในด้านต่างๆ ของนักโหราศาสตร์ ในฐานะเป็นโหราจารย์ นักวิชาการ คอลัมนิสต์ หรือบุคคลเด่นในสังคมที่ได้รับการสนับสนุนจากสื่อมวลชน
- ประสบการณ์ในการดูหมอ
- ความสามารถพิเศษในเชิงทำนาย มีความหลากหลาย หรือมีความสามารถในสาขาวิชาชีพอื่นๆ
- จูงใจด้วยการแทรกคติพจน์ คติธรรม ข้อคิด หรือแนวปรัชญาในการดำเนินชีวิต

5) วิเคราะห์วิธีการสร้างความหมายในเชิงสัญญะ ตามแนวความคิดของ Ferdinand De Saussure ซึ่งได้แก่

(1) ตัวหมาย (Signifier) คือ วิเคราะห์เปรียบเทียบตัวนักโหราศาสตร์แต่ละที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ มีวิธีการสร้างความหมายอย่างไรให้คนเชื่อ

(2) ตัวหมายถึง (Signified) คือ วิเคราะห์ตัวสารที่เป็นผลงานเขียนตามสื่อสิ่งพิมพ์ของนักโหราศาสตร์แต่ละคน เปรียบเทียบระหว่างผลงานของนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ

6) วิเคราะห์วิธีการสร้างความหมายในเชิงสัญญะ ตามแนวความคิดของ Roland Barthes ซึ่งได้แก่

(1) วิเคราะห์การสร้างความหมายโดยตรง (Denotation) เช่น การใช้ภาษาในทางสากลที่ไม่มีนัยแฝง ชาวบ้านหรือสาธารณชนสามารถเข้าใจได้

(2) วิเคราะห์การสร้างความหมายในเชิงสังคม เช่น การใช้ภาษาที่มีนัยแฝงในทางโหราศาสตร์ หรือแอบแฝงความหมายทางการค้าในทางอ้อม

7) วิเคราะห์วิธีการสร้างสัญญะตามแนวคิดของ Charles Sanders Peirce ซึ่งได้แก่

(1) ภาพลักษณ์ (Icon) ที่เป็นภาพหรือวัตถุที่มองเห็นได้ โดยเปรียบเทียบแนวทางการสร้างความเชื่อในบริบททางโหราศาสตร์ กับแนวทางการสร้างความเชื่อในบริบททางธุรกิจ

ตัวอย่างภาพลักษณ์ในบริบททางโหราศาสตร์ที่กำหนดเอาภาพวาด ภาพถ่าย ภาพเหมือน รูปปั้น แผนที่ แผนที่ ดาวหาง มาประกอบวิธีดูดวง ลายมือ โหงวเฮ้ง ลายเซ็น ไฟyipชี ฮวงจุ้ย ฯลฯ

(2) ดัชนี (Index) ที่เป็นสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายที่นักโหราศาสตร์ นำมาเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงเหตุผลในแนวทางการสร้างความเชื่อของตน โดยเปรียบเทียบแนวทางการสร้างความเชื่อในบริบททางโหราศาสตร์ กับแนวทางการสร้างความเชื่อในบริบททางธุรกิจ

ตัวอย่างดัชนีในบริบททางโหราศาสตร์ เช่น ดัชนีที่นำมาเป็นสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายชี้ให้เห็นเหตุผล ความหมายดีและความหมายไม่ดีในการดูดวง ลายมือ โหงวเฮ้ง ลายเซ็น ไฟyipชี ฮวงจุ้ย ฯลฯ

ตัวอย่างดัชนีในเชิงธุรกิจการค้า เช่น นำเอาสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายในการโฆษณาผลงานที่ตนเขียน ลงรูป ลงหมายเลขโทรศัพท์ตามสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ซึ่งถือเป็นการโฆษณาทางอ้อมในการขายสินค้าและให้บริการ

(3) สัญลักษณ์ (Symbol) เช่น ภาษา ตัวเลข ภาพ เครื่องหมายสัญลักษณ์ในทางโหราศาสตร์ของนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์ และนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ โดยเปรียบเทียบแนวทางการสร้างความเชื่อในบริบททางโหราศาสตร์กับแนวทางการสร้างความเชื่อในบริบททางธุรกิจ

ตัวอย่างสัญลักษณ์ทางโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์ เช่น สัญลักษณ์ของดวงดาว โลโก้ หรือเครื่องหมายประจำราศี ในการดูดวง สัญลักษณ์ในความหมายของลายมือ โหงวเฮ้ง ลายเซ็น ฮวงจุ้ย ที่นักโหราศาสตร์นำมาใช้

ตัวอย่างสัญลักษณ์ทางโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ เช่น สัญลักษณ์และความหมายของไฟyipชีแต่ละใบ

ตัวอย่างสัญลักษณ์ในเชิงบริบททางธุรกิจการค้า เช่น การนำเอาภาพบุคคล ซึ่งเป็นดาราหรือเป็นคนดังมาเป็นจุดขาย หรือใช้สัญลักษณ์ในทางโหราศาสตร์ มาเป็นโลโก้ ดึงดูดให้ผู้คนสนใจซื้อและบริการสินค้า

2. การวิเคราะห์แนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ในบริบททางธุรกิจ มีดังนี้

1) วิเคราะห์วิธีการโฆษณาชวนเชื่อของนักโหราศาสตร์แต่ละคนระหว่างนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ กับที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ซึ่งได้แก่วิธีการดังนี้

- การไขข้อข้องใจชาวบ้าน
- การอ้างพยานหลักฐาน
- การแสดงความเป็นพวกเดียวกัน
- การให้ข้อเท็จจริงไม่ครบ
- การเคลื่อนย้ายความสนใจ
- การสร้างโดดเด่นให้กับพวกตน
- การตั้งสมญานาม
- การโจมตี หรือ พยายามเปลี่ยนความคิดเห็น (Stereotype)
- การนำเสนอหรือพูดซ้ำในสิ่งที่ต้องการให้คนเชื่อ
- การสร้างกระแสความเชื่อ
- การอ้างบุคคล หรือสถาบันที่คนยอมรับ

2) วิเคราะห์กลยุทธ์การโฆษณาของนักโหราศาสตร์แต่ละคน ระหว่างนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ กับที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ซึ่งได้แก่วิธีการดังนี้

- การให้ข่าวสารการขายโดยตรง หรือ การให้ข้อเท็จจริง
- การสาธิต
- การใช้เทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์
- การเปรียบเทียบว่าน่าเชื่อถือกว่าผู้อื่น
- รูปแบบการดำรงชีวิต
- การสร้างเป็นเรื่องราว
- การสร้างอารมณ์ขัน
- การจูงใจด้านอารมณ์

3) วิเคราะห์กลยุทธ์การตลาด ของนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ซึ่งได้แก่วิธีการดังนี้

(1) การสร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ (Product) ตัวอย่าง

- คำนึงถึงคุณค่าและอรรถประโยชน์ที่สาธารณชนได้รับ เช่น การผลิตเนื้อหา หรือทำนายในเรื่องที่อยู่อาศัยที่สาธารณชนสนใจในด้านความรัก การงาน การเงิน การเดินทาง โชคลาภ
- การสร้างจุดขายเพื่อดึงดูดในการซื้อ เช่น การไปหวย สอดแทรกเกร็ดความรู้
- การออกแบบผลิตภัณฑ์หรือรูปเล่มที่ดึงดูดผู้อ่านหรือสาธารณชน เช่น สวยงามกะทัดรัด พกพาสะดวก

(2) การสร้างจุดเด่นด้านราคา (Price) เป็นราคาที่คนทั่วไปยอมรับ หรือราคาสูงกว่าของนักโหราศาสตร์คนอื่นๆ ตัวอย่าง

- ค่าบริการหมอดู
- ค่าเรียนโหราศาสตร์
- ราคาสินค้าของนักโหราศาสตร์ที่วางขายในท้องตลาด

(3) การสร้างจุดเด่นในการขาย หรือ วิธีการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ของนักโหราศาสตร์ ไปสู่ประชาชนผู้บริโภค ตัวอย่าง

- การให้คำปรึกษาหมอดูฟรี
- การแจกตัวอย่างการพยากรณ์
- การลดราคา
- การแจกของแถม
- การคืนกำไร
- การส่งเสริมการขายร่วมกันในหลายสินค้า หรือร่วมกับธุรกิจอื่นๆ
- การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อเปิดตัวสินค้าหรือขายสินค้า

(4) วิธีการจัดจำหน่าย (Place) ของนักโหราศาสตร์ ในการแพร่กระจายสินค้าและบริการไปสู่ประชาชนผู้บริโภค ตัวอย่าง

- โดยตัวนักโหราศาสตร์เอง
- โดยการแนะนำสมาชิกโดยสมาชิก แบบปากต่อปาก
- โดยการใช้ทีมงานหรือพนักงานขาย กระตุ้นให้ลูกค้าสนใจ

- โดยการผ่านเอเจนซีหรือตัวแทนจำหน่าย หรือบริษัทที่นักโหราศาสตร์ มีผลประโยชน์

ส่วนที่ 2 ในส่วนของการวิเคราะห์แนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ โดยวิธีการ **Depth Interview** เปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างในการนำเสนอข่าวสารของนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ โดยผสมผสานกับวิธีการ **Content Analysis** สามารถสรุปแนวทางการสร้างความเชื่อในแต่ละคนได้ คือ

1. ด้านความหลากหลายในการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ของนักโหราศาสตร์แต่ละคน เช่น
 - มีผลงานกี่ชิ้น
 - ใช้สื่อสิ่งพิมพ์กี่ประเภท
 - สื่อหลักที่ใช้ในการเผยแพร่คืออะไร
2. ด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจ เช่น
 - สภาพรายได้อยู่ในระดับไหน
 - ที่มาของรายได้มาจากไหน มาจากอาชีพหมอดูโดยตรง หรือมาจากการเขียนผลงานผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ฯลฯ
3. ด้านที่มงานมีใครบ้างที่ช่วยเหลือ เช่น
 - บุคคลในวงการโหราศาสตร์ เช่น เพื่อน ครูบาอาจารย์ ลูกศิษย์
 - ครอบครัว
 - นายทุน หรือ บริษัทที่เป็นผู้อุปถัมภ์
4. ด้านความหลากหลายในวิธีการทำนาย เช่น สามารถทำนายได้หลายวิธี ทั้งวิธีการทางวิทยาศาสตร์และวิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ
5. สถานภาพของนักโหราศาสตร์แต่ละคน เช่น
 - ความมีชื่อเสียง
 - ประสบการณ์ในการดูหมอดู
 - การศึกษา
 - เพศ
 - อายุ
 - ความสามารถพิเศษ

ขั้นตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลและแปรผล

ก.) การวิเคราะห์และแปรผลข้อมูลใช้ Coding Sheet เป็นคู่มือในการวิเคราะห์ ซึ่ง Coding Sheet แบ่งออกเป็น 2 ตาราง คือ

ตารางที่ 1 เป็นตารางวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวทางการสร้างความเชื่อ ของ นักโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในบริบททางโหราศาสตร์ กับบริบททางธุรกิจ

ตารางที่ 2 เป็นตารางอธิบายรหัสความหมายประกอบการลงรหัสข้อมูลตาม Coding Sheet (ตารางที่ 1)

ข.) หลักเกณฑ์ในการแปรผลใช้แนวคิดในเชิงสัญวิทยา มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ซึ่งได้แก่ การใช้หลักวิเคราะห์ในเรื่อง

1. ตัวหมาย (Signifier) วิเคราะห์ตัวนักโหราศาสตร์
2. ตัวหมายถึง (Signified) วิเคราะห์ตัวสารคือผลงาน
3. การสร้างความหมายโดยตรง (Denotation) วิเคราะห์ความหมายที่นักโหราศาสตร์สร้างโดยตรง
4. การสร้างความหมายโดยนัยแฝง (Connotation) วิเคราะห์ความหมายที่นักโหราศาสตร์สร้างโดยนัยแฝง
5. ภาพลักษณ์ (Icon) วิเคราะห์ภาพลักษณ์ในบริบททางโหราศาสตร์กับบริบททางธุรกิจ
6. ดัชนี (Index) วิเคราะห์การแสดงความหมายด้วยเหตุผล ในบริบททางโหราศาสตร์กับบริบททางธุรกิจ
7. สัญลักษณ์ (Symbol) วิเคราะห์สัญลักษณ์ในบริบททางโหราศาสตร์กับบริบททางธุรกิจ

ตารางวิเคราะห์แนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ตารางที่ 1)

ชื่อนักโหราศาสตร์	สื่อสิ่งพิมพ์		ประเภทสื่อ					แนวทางการสร้างความเชื่อในบริบททางโหราศาสตร์								แนวทางการสร้างความเชื่อในบริบทธุรกิจ						ข้อเขียนที่ใช้วิเคราะห์ แนวทางการสร้างความเชื่อคือ	รูปแบบ Coding	หมายเหตุ				
								การทำนาย		ให้ความรู้		กลยุทธ์โน้มน้าวใจ		สัญลักษณ์		โฆษณาชวนเชื่อ		โฆษณา		การตลาด								
Coding	ชื่อสื่อสิ่งพิมพ์	ฉบับวันที่	1	2	3	4	5	Coding	F	Coding	F	Coding	F	Coding	F	Coding	F	Coding	F	Coding	F	Coding	F					

ตารางที่ 2
ตารางรหัสความหมายสำหรับอ้างอิงตารางวิเคราะห์แนวทาง
การสร้างความสำเร็จของนักโหราศาสตร์ Coding Sheet(ตารางที่ 1)

ข้อมูลในตาราง	รหัสความหมาย (Coding)
นักโหราศาสตร์	1. = พ.ต.ท.อรรถวิโรจน์ ศรีตุลา 2. = พัฒนา พัฒนศิริ 3. = บุศรินทร์ ปัทมคม 4. = จรรย์ พิกุล 5. = ดร.สุรพล ชีรรัตนพันธ์ 6. = อาทิตย์ มลิตอง 7. = เบญจา ศุภฤกษ์ 8. = ชิน วัฒนผาสุภานนท์ 9. = ปราโมทย์ ปิตตะพันธ์ (หมอไพศาล) 10. = ณัฐสุดา จันทนยิ่งยง 11. = คลังจินดา คลังเงินตรา 12. = พันเอกสุชาติ ศุภประเสริฐ 13. = กิตตินันท์ เจนาคม 14. = เก่งกาจ จงใจพระ 15. = วีระ โรจน์รุ่งสัจย์ 16. = เบญจะ ชินปัญชนะ 17. = ประภาพร เลาหรัตนเวทย์ 18. = กิติกร มีทรัพย์ (สีมา สมานมิตร) 19. = มาโนช ประภาษานนท์ 20. = สุริยัน อริยวงศ์โสภณ (หมอหยอง) 21. = ชุนทอง อสุนี ณ อยู่ธยา 22. = สังคม ฮอรินทร์
ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์	1. = น.ส.พ.รายวัน 2. = นิตยสารรายสัปดาห์ 3. = นิตยสารรายปักษ์ 4. = นิตยสารรายเดือน 5. = หนังสือโหราศาสตร์
แนวทางการสร้างความสำเร็จด้วยวิธีการ ทำนายด้านบวก-ลบ	1. = การทำนายในทางสมหวัง 2. = การทำนายในทางผิดหวัง
แนวทางการสร้างความสำเร็จด้วยวิธีการให้ ความรู้หรือคำแนะนำ	1. = การสอนโหราศาสตร์ 2. = ให้คำแนะนำปรึกษาชีวิต

ข้อมูลในตาราง	รหัสความหมาย (Coding)
แนวทางในเชิงกลยุทธ์การโน้มน้าวใจ	<ol style="list-style-type: none"> 1. = ประสบการณ์ของนักโหราศาสตร์ 2. = ชื่อเสียงของนักโหราศาสตร์ 3. = ความสามารถพิเศษ 4. = จูงใจด้วยการแทรกคติพจน์ คติธรรม ปรัชญาชีวิต
แนวทางในเชิงสัญญาวิทยา	<ol style="list-style-type: none"> 1. = ตัวหมาย 2. = ตัวหมายถึง 3. = การสร้างความหมายโดยตรง 4. = การสร้างความหมายโดยในแฝง 5. = ภาพลักษณ์ 6. = ดัชนี 7. = สัญลักษณ์
แนวทางในเชิงโฆษณาชวนเชื่อ	<ol style="list-style-type: none"> 1. = ไขข้อข้องใจชาวบ้าน 2. = การอ้างพยานหลักฐาน 3. = การใช้วิธีพวกมากลากไปหรือการแสดงความเป็นพวกเดียวกัน 4. = การให้ข้อเท็จจริงไม่ครบ 5. = การเคลื่อนย้ายความสนใจ 6. = การสร้างความโดยเด่นให้กับพวกตน 7. = การตั้งสมญานาม 8. = การโจมตีหรือพยายามเปลี่ยนความความคิดเห็น 9. = การนำเสนอซ้ำหรือพูดซ้ำในสิ่งที่ต้องการให้คนเชื่อ 10. = การสร้างกระแสความเชื่อ 11. = การอ้างถึงบุคคลหรือสถาบันที่คนยอมรับนับถือ
แนวทางในเชิงกลยุทธ์การโฆษณา	<ol style="list-style-type: none"> 1. = ข่าวดาราขายขยโดยตรงหรือการใช้ข้อเท็จจริง 2. = การสาธิต 3. = การใช้เหตุการณ์ทางเทคนิคหรือวิทยาศาสตร์ 4. = การเปรียบเทียบว่าน่าเชื่อถือกว่าผู้อื่น 5. = รูปแบบการดำรงชีวิตหรือเสี้ยวหนึ่งของชีวิต 6. = การสร้างเป็นเรื่องราว 7. = การสร้างอารมณ์ขัน 8. = การจูงใจด้านอารมณ์

ข้อมูลในตาราง	รหัสความหมาย (Coding)
แนวทางในเชิงกลยุทธ์การตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1. = ผลิตภัณฑ์ <ol style="list-style-type: none"> 1.1 = การสร้างจุดขายเพื่อดึงดูดในการซื้อ 1.2 = การออกแบบการผลิต 1.3 = คุณค่าและอรรถประโยชน์ที่สาธารณชนได้รับ 2. = ราคา <ol style="list-style-type: none"> 2.1 = การยอมรับของลูกค้า 2.2 = ค่าบริการดูหมอ 2.3 = ราคาสินค้าที่วางขายในท้องตลาด 2.4 = ค่าเรียนโหราศาสตร์ 3. = การส่งเสริมการตลาด เช่น <ol style="list-style-type: none"> 3.1 = การให้คำปรึกษาฟรี 3.2 = การแจกตัวอย่าง 3.3 = การลดราคา 3.4 = การแถม 3.5 = การแลกซื้อของแถม 3.6 = ให้ส่วนลดเมื่อซื้อเป็นจำนวนมาก 3.7 = การคืนกำไร 3.8 = คุ้มครองส่วนลด 3.9 = การจัดกิจกรรมพิเศษในวาระต่าง ๆ 3.10 = การจัดชิงโชค 3.11 = การเข้าไปของร่วมทำการส่งเสริมกับธุรกิจอื่น 3.12 = การสะสมแต้มปีและการสะสมคะแนน 3.13 = การได้ฟรีเท่ากับจำนวนเงินที่ซื้อ 3.14 = การส่งเสริมการขายรวมกันในหลายสินค้า 4. = การจัดจำหน่าย <ol style="list-style-type: none"> 4.1 = โดยตัวนักโหราศาสตร์ 4.2 = โดยการแนะนำสมาชิกโดยสมาชิก (ปากต่อปาก) 4.3 = โดยทีมงานหรือพนักงานขาย 4.4 = ตัวแทนจำหน่ายหรือสายส่ง

ข้อมูลในตาราง	รหัสความหมาย (Coding)
รูปแบบวิธีการทำนาย	1. = ดูดวง 2. = ดูลายมือ 3. = ดูโหงวเฮ้ง 4. = ดูวงจัญ 5. = ดูลายเซ็น 6. = ดูไพ่ป๊อซี 7. = อื่น ๆ หรือใช้วิธีการผสมผสาน หลายวิธีร่วมกัน
ความถี่	= F