

## บทที่ 5

### บทสรุปผลการวิเคราะห์แนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง “แนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในบริบททางโหราศาสตร์และธุรกิจ” ซึ่งเป็นการศึกษาแนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์จำนวน 22 คน ที่นำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ว่ามีแนวทางการนำเสนอข่าวสารต่อสาธารณชนอย่างไร ระหว่างนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ อีกทั้งยังเป็นการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ทั้งในบริบททางโหราศาสตร์และในบริบททางธุรกิจ

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ประการที่หนึ่ง เพื่อแสวงหาแนวทางต่างๆในการนำเสนอข่าวสารของนักโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ โดยวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงสัญญาวิทยา 2 แนวทาง คือ

- วิเคราะห์แนวทางการสร้างความเชื่อในบริบททางโหราศาสตร์
- วิเคราะห์แนวทางการสร้างความเชื่อในบริบททางธุรกิจ

ประการที่สอง เพื่อเปรียบเทียบหาความเหมือนและความแตกต่างในการนำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ ที่ปรากฏตามสื่อสิ่งพิมพ์ระหว่างนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ

#### วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น 2 วิธี คือ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview)

1. การวิเคราะห์เนื้อหาผู้วิจัย ได้ศึกษาผลงานของนักโหราศาสตร์จากสื่อสิ่งพิมพ์ 5 ประเภท คือ

- สื่อประเภทหนังสือพิมพ์ 4 เล่ม ได้แก่ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์ข่าวสด หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ หนังสือพิมพ์แชมป์ เป็นจำนวนผลงาน 48 ฉบับ
- สื่อประเภทนิตยสารรายสัปดาห์ 2 เล่ม ได้แก่ นิตยสารชีวิตต้องสู้ นิตยสารมติชนสุดสัปดาห์ เป็นจำนวนผลงาน 24 ฉบับ

- สื่อประเภทนิตยสารรายปักษ์ 4 เล่ม ได้แก่ นิตยสารดวงเศรษฐี นิตยสารดิฉัน นิตยสารพลอยแถมเพชร นิตยสารศรีสยาม เป็นจำนวนผลงาน 16 ฉบับ
- สื่อประเภทนิตยสารรายเดือน 5 เล่ม ได้แก่ นิตยสาร City Life นิตยสาร Image นิตยสาร I-SPY นิตยสารรุ่ง นิตยสารผู้หญิงวันนี้ เป็นจำนวนผลงาน 18 ฉบับ
- สื่อประเภทโหราศาสตร์ 15 เล่ม ได้แก่ หนังสือฟ้าบอกว่า หนังสือโหงวเฮ้งฉบับมาตรฐาน หนังสืออ่านชีวิตจากลิขิตบนฝ่ามือ หนังสือเคล็ดลับการแก้ฮวงจุ้ยด้วยตนเอง หนังสือวิเคราะห์ลายมือแบบเบญจลักษณ์ หนังสือเรียนรู้ชีวิตลายมือคนดัง หนังสือวิธีดูหมอไฟยิบซี หนังสือเปิดไฟยิบซีหายดวงปีเสือหิว หนังสือเก้าอี้ดวงดาว หนังสือ 7 สี 7 อารมณ์ ทำนายดวงชะตาคุณปีเสือทมิฬ วันพุธ หนังสือศาสตร์แห่งโหร 2541 หนังสือลิขิตดวงดาวแห่งชีวิต หนังสือปฏิทินโหราศาสตร์ไทย ส.ค.ส. 2541 หนังสือฮวงจุ้ย หนังสือไฟโหรา เป็นจำนวนผลงาน 15 ฉบับ

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยได้ศึกษาตัวนักโหราศาสตร์จำนวน 22 คน เพื่อสัมภาษณ์ถึงวิธีการสร้างความเชื่อ ทั้งในบริบททางด้านโหราศาสตร์และบริบททางด้านธุรกิจ รวมทั้งข้อมูลเกี่ยวข้องกับสถานภาพทางด้านโหราศาสตร์ของนักโหราศาสตร์แต่ละคน เพื่อนำมาเปรียบเทียบถึงวิธีการสร้างความเชื่อระหว่างวิธีการวิทยาศาสตร์และวิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ

“จากปัญหาในการวิจัยข้อแรกที่ว่านักโหราศาสตร์มีแนวทางในการนำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ต่อสาธารณชนอย่างไร” จากการวิจัยในส่วนของ การวิเคราะห์เนื้อหาสามารถสรุปผลการวิจัยได้ คือ

#### (๑) แนวทางในการนำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ของนักโหราศาสตร์ ประเภทที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์

นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ มีจำนวน 18 คน ซึ่งได้แก่ พ.ต.ท.อรรวิโรจน์ ศรีตุลา, พัฒนา พัฒนศิริ, บุศรินทร์ ปัทมาคม, จรรย์ พิกุล, ดร.สุรพล อีรัตน์พันธุ์, อาทิตย์ มลิตอง, เบญจา ศุภฤกษ์, ชิน วัฒนผาสูกานนท์, ปราโมทย์ ปิตตะพันธุ์, ณัฐสุดา จันทนียังยง, คลังจินดา คลังเงินตรา, พันเอกสุชาติ ศุภประเสริฐ, กิตตินันท์ เจนาคม, เก่งกาจ จงใจพระ, วีระ โรจน์รุ่งสัจย์, เบญจะ ชินปัญชนะ, กิตติกร มีทรัพย์ (สีมา สมานมิตร), มาโนช ประภาษานนท์ มีแนวทางในการนำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ต่อสาธารณชน ดังนี้



## ๑. แนวทางในบริบททางโหราศาสตร์

1. วิธีการทำนายในเชิงสร้างความสมหวัง มีการนำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ในทางบวก

ผลการวิจัยพบว่าวิธีการทำนายในเชิงสร้างความสมหวังของนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ ซึ่งได้แก่วิธีการดูดวงไทย ดูดวงยูเรเนียน ดูลายมือ ดูโหงวเฮ้ง ดูฮวงจุ้ย ดูลายเซ็น ดูเลขศาสตร์ พยายามใช้กระบวนการสื่อสารสร้างผลความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมของผู้ถูกโน้มน้าวใจ คือ สาธารณชนทั่วไปซึ่งเป็นผู้อ่าน หรือผู้รับสาร ให้เชื่อถือในข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ในเชิงบวก ในลักษณะเช่นนี้ซึ่งถือเป็นการสอดคล้องตามแนวทางในเชิงทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

2. วิธีการทำนายในเชิงสร้างความผิดหวัง มีการนำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ในทางลบ

ผลการวิจัยพบว่าวิธีการทำนายในเชิงสร้างความผิดหวังของนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งได้แก่ วิธีการดูดวงไทย ดูดวงยูเรเนียน ดูลายมือ ดูโหงวเฮ้ง ดูฮวงจุ้ย ดูลายเซ็น ดูเลขศาสตร์ พยายามใช้กระบวนการสื่อสารสร้างความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมของผู้ถูกโน้มน้าวใจ คือสาธารณชนทั่วไป ซึ่งเป็นผู้อ่านหรือผู้รับสารให้เชื่อถือในข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ในเชิงลบ ในลักษณะเช่นนี้ซึ่งเป็นการสอดคล้องตามแนวทางในเชิงทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

3. มีการให้ความรู้หรือให้คำแนะนำ

ผลการวิจัยพบว่าสิ่งพิมพ์ที่นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ให้ความรู้ หรือสอนโหราศาสตร์ สื่อหลัก ได้แก่ นิตยสารรายสัปดาห์ คือมติชนสุดสัปดาห์ นิตยสารรายปักษ์ คือ นิตยสารดวงเคราะห์ หนังสือโหราศาสตร์ คือ หนังสือโหงวเฮ้งมาตรฐาน หนังสือวิเคราะห์ลายมือแบบเบญจลักษณ์ หนังสือเรียนรู้ชีวิตลายมือคนดัง หนังสือฟ้าบอกวา หนังสืออ่านชีวิตจากลิขิตบนฝ่ามือ ส่วนการให้คำปรึกษาปัญหาชีวิต สื่อหลักได้แก่ หนังสือพิมพ์ข่าวสด นิตยสารรายสัปดาห์ ได้แก่ มติชนสุดสัปดาห์ นิตยสารรายปักษ์ คือ นิตยสารดวงเคราะห์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ได้นำหลักจิตวิทยามาใช้ในการจูงใจ ด้วยการเผยแพร่ความรู้ด้านโหราศาสตร์ และใช้หลักจิตวิทยาเข้ามาช่วยแก้ไข้ปัญหาชีวิต ตามคอลัมน์ในสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสารรายสัปดาห์ นิตยสารรายปักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดจิตวิทยาในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ซึ่ง Bayton อธิบายว่า การเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค จำเป็นต้องศึกษาเรื่องสิ่งจูงใจขยายออกไปถึงเรื่องความเข้าใจ (Cognition) และการเรียนรู้ (Learning) ควบคู่กันไปอยู่เสมอ การที่จะสื่อสารเข้าไปถึงจิตใจของผู้รับสารนั้น ผู้ส่งสารต้อง

ทำความเข้าใจในแง่จิตวิทยาของผู้บริโภค ซึ่งในที่นี้มุ่งเน้นในเรื่องการจูงใจแล้วจึงนำหลักการนี้ มาสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจต่อไป (วัฒนไพโร บัณฑิต, 2538 : 25-26) นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการ วิทยาศาสตร์จึงใช้หลักจิตวิทยาในการแก้ไขปัญหาชีวิต หรือให้ความรู้ทางด้านโหราศาสตร์ที่น่าเสนอ ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ตามทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

#### 4. แนวทางในเชิงกลยุทธ์การโน้มน้าวใจ

อาศัยประสบการณ์ทางด้านโหราศาสตร์ ดูดวง หรืออยู่วงการโหราศาสตร์มานาน

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ ได้อาศัยประสบการณ์ทาง ด้านโหราศาสตร์ ในฐานะอยู่วงการมานาน พยากรณ์ชีวิตมาหลายปี จนได้รับความเชื่อถือจาก สาธารณชนทั่วไป การใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจ เผยแพร่ความเชื่อในเรื่องโหราศาสตร์ โดย นำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ โดยอาศัยประสบการณ์ทางด้านโหราศาสตร์ ของนักโหราศาสตร์ จึงสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ซึ่งอาศัยหลักการสื่อสาร สร้างความเชื่อผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ รวมถึงการถ่ายทอดประสบการณ์ใน การพยากรณ์ที่สะสมมานาน หรือเขียนลงตามคอลัมน์ตามสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ นิตยสารรายสัปดาห์ นิตยสารรายปักษ์ นิตยสารรายเดือน หนังสือโหราศาสตร์หรือตำราหมอดูรวมทั้งหนังสือพยากรณ์รายปี จนสาธารณชน ทั่วไปรู้จัก

ผู้วิจัยใช้กรอบความคิดตามทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ซึ่งพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์อาศัยความมีชื่อเสียงในฐานะเป็นนักโหราศาสตร์ ชื่อดัง โดยมีปัจจัยสนับสนุน คือ เป็นโหราจารย์สอนวิชาโหราศาสตร์ไทย สอนวิชาดูลายมือ สอนวิชาโหงวเฮ้ง สอนวิชาดูดวงจัญ สอนวิชาดูเลขศาสตร์ เป็นหมอดูประจำโรงแรมมณเฑียร ดิฉันดับ 1 ใน 25 หมอดูของทำเนียบหมอดูสำนักพิมพ์มติชน เป็นนักเขียนของสำนักพิมพ์ มติชน เป็นนักเขียนของสำนักพิมพ์ดอกหญ้า หรือเป็นคอลัมนิสต์ประจำหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่าน ได้รับการสนับสนุนจากสื่อมวลชน ในการให้สัมภาษณ์หรือ เปิดตัวตามสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ รวมทั้งมีผลงานด้านเขียนตำราโหราศาสตร์ ออกเผย แพร่สู่ประชาชน

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ได้อาศัยความมีชื่อเสียง ในฐานะโหราจารย์ผู้เชี่ยวชาญในการดูดวงไทย โหราจารย์ด้านยูเรเนียน โหราจารย์ด้านลายมือ โหราจารย์ด้านการวางฤกษ์ อาศัยความมีชื่อเสียงในฐานะหมอดูชื่อดังประจำโรงแรมมณเฑียร อาศัยความมีชื่อเสียงในฐานะหมอดูดิฉันดับประเทศ 1 ใน 25 ของทำเนียบหมอดูสำนักพิมพ์ มติชน ความมีชื่อเสียงในฐานะเป็นนักเขียน หรือคอลัมนิสต์ชื่อดัง อาศัยความมีชื่อเสียงใน ฐานะสื่อมวลชนสนับสนุนเพื่อจูงใจให้คนสนใจในเรื่องโหราศาสตร์ซึ่งเป็นการสอดคล้องกับ ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ที่ผู้วิจัยใช้เป็นกรอบความคิดในเรื่องกลยุทธ์การโน้มน้าวใจที่ นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์นำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ในบริบททางโหราศาสตร์

อาศัยความสามารถพิเศษ ในฐานะเป็นนักกีฬาทีมชาติ เป็นนักจัดรายการวิทยุ โทรทัศน์ เป็นนักเขียน นักแปล นักแสดง นักแต่งเพลง เป็นวิทยากร นักพูด นักสื่อสารมวลชน นักดาราศาสตร์ นักวิเคราะห์กีฬา ฯลฯ

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ ได้ใช้ความสามารถพิเศษในด้านต่างๆเหล่านี้เป็นปัจจัยสนับสนุน โน้มน้าวใจให้ผู้อ่านหรือสาธารณชนทั่วไปเชื่อถือในความสามารถ สร้างเครดิตในผลงานเขียน ที่นำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ ซึ่ง Charles U.Larson (1995 : 8) ได้กล่าวว่า การโน้มน้าวใจเป็นสิ่งที่ต้องใช้ศาสตร์และศิลป์ โดยอาศัยความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร การจูงใจทางอารมณ์ หรือการจูงใจด้วยเหตุผล ซึ่งเป็นการสอดคล้องตามทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ที่ผู้วิจัยเห็นว่านักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์พยายามสร้างความน่าเชื่อถือในผลงานเขียนที่ตนได้นำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในบริบททางโหราศาสตร์

- มีการจูงใจด้วยการแทรกคติพจน์ คติธรรม ปรัชญาชีวิต

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ได้อาศัยกลยุทธ์การโน้มน้าวใจ จูงใจด้วยการแทรก คติพจน์ คติธรรม และปรัชญา ไว้ในผลงานเขียนตามสื่อสิ่งพิมพ์ที่นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ ใช้ผสมผสานปนกับวิธีการสร้างความเชื่อทางด้านโหราศาสตร์ ซึ่งเป็นการสอดคล้องตามทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

## 5. แนวทางการสร้างความเชื่อในเชิงสัญญาวิทยา

### 1) ใช้ตัวหมาย คือตัวนักโหราศาสตร์หรือหมอดู

ผลการวิจัยพบว่านักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ ได้นำการสร้าง ความหมายในลักษณะ Signifier ตาม แนวคิดเรื่องสัญญาวิทยาของ Ferdinand De Saussure มาสร้างความหมายในลักษณะการสร้างชื่อเสียงให้สาธารณชนได้รู้จัก ว่าตนเป็นหมอดูชื่อดัง และมีชื่อเสียงในสังคม เหมือนเช่นกรณีหมอดูดวงที่มีชื่อเสียงมากคนหนึ่งของเมืองไทยคือ พ.ต.ท. อรรถวิโรจน์ ศรีตุลา คนส่วนใหญ่รู้จักชื่อเสียงในฐานะหมอดูดวงไทยและหมอดูลายมือชื่อดังของเมืองไทย ซึ่งการสร้าง ความหมายในลักษณะเช่นนี้ เป็นการสอดคล้องตามแนวคิดเชิงสัญญาวิทยา ที่นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ได้นำมาใช้ในการสร้างความหมาย ประกอบการสร้าง ความเชื่อในการนำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในบริบททาง ด้านโหราศาสตร์

### 2) ใช้ตัวหมายถึง คือผลงานเขียนในสื่อสิ่งพิมพ์

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ได้นำแนวคิดในเรื่องสัญญาวิทยา ตามแนวคิดของ Ferdinand De Saussure มาสร้างความเชื่อในเรื่องโหราศาสตร์ ที่ออกมาในรูปผลงานเขียน ในลักษณะที่เรียกว่า Signified ให้สาธารณชนทั่วไปได้รู้จักในลักษณะคอลัมน์ดูดวงตามหนังสือพิมพ์ นิตยสารรายสัปดาห์ นิตยสารรายปักษ์ นิตยสารรายเดือน หรือคอลัมน์ตาม

หนังสือพยากรณ์รายปี รวมทั้งหนังสือโหราศาสตร์ ที่นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ ผลิตออกมาในรูปแบบตำราหรือหนังสือทางด้านโหราศาสตร์ เช่น ตำราฮวงจุ้ย ตำราดูลายมือ ตำราโหงวเฮ้ง หนึ่งในจำนวนนักโหราศาสตร์ในงานวิจัยคือ พ.ต.ท.อรรถวิโรจน์ ศรีตุลา ซึ่งเป็นหมอดูดวงไทย และหมอดูชื่อดังที่มีผลงานเขียนในคอลัมน์ "ดวงวันนี้" ประจำหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ได้พยายามสร้างความเชื่อในเรื่องโหราศาสตร์ โดยนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพระราหูในผลงานเขียนของตน ซึ่งการสร้าง ความหมายในลักษณะเช่นนี้ เป็นการสอดคล้องกับแนวคิดเชิงสัญวิทยา

3) มีการสร้างความหมายโดยตรง ในลักษณะ Denotation ใช้ภาษาต่างๆ ที่คนทั่วไปสามารถอ่านได้

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ ได้สร้างความหมายในลักษณะ Denotation ตามแนวคิดของ Roland Barthes ซึ่งเป็นความหมายที่ถูกสร้างและใช้ ในลักษณะที่มีความเป็นสากล คือในรูปแบบภาษาร้อยแก้วหรือสำนวนการใช้ภาษาเข้าใจง่ายสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องสัญวิทยา

4) มีการสร้างความหมายโดยนัยในแฝง ในลักษณะ Connotation ใช้ภาษาทางด้านโหราศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ได้สร้างความหมายในลักษณะ Connotation ตามแนวคิดของ Roland Barthes ซึ่งเป็นความหมายหรือถ้อยคำที่ถูกสร้างขึ้นมา เพื่อมุ่งที่จะสื่อหรือทำให้เกิดการตีความในทางอ้อม คือในรูปแบบภาษาโหราศาสตร์ไทย ภาษาโหราศาสตร์ยูเรเนียน ภาษาหัตถศาสตร์ ภาษาทางโหงวเฮ้ง หรือ นรลักษณ์ศาสตร์ ซึ่งเป็นภาษาหรือความหมายที่แฝงไว้ด้วยความรู้ทางด้านโหราศาสตร์สาขาต่างๆ ซึ่งคนที่ไม่มีพื้นความรู้ทางด้านโหราศาสตร์ อาจจะไม่เข้าใจในความหมายที่นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์สร้างขึ้น ซึ่งการสร้าง ความหมายในลักษณะเช่นนี้ เป็นการสอดคล้องกับแนวคิดเชิงสัญวิทยา

5) มีการใช้ภาพลักษณ์ในการสร้างความหมาย ประกอบการสร้าง ความเชื่อในทางโหราศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ ได้สร้างความหมายในลักษณะ Icon ตามแนวคิดในเชิงสัญวิทยาของ Charles Sanders Peirce ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นภาพหรือวัตถุที่มองเห็นได้ชัดเจน ซึ่งการสร้าง ความหมายในลักษณะเช่นนี้เป็นการสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องสัญวิทยา

6) มีการใช้ดัชนีสร้างความหมายชี้ให้เห็นเหตุผลในการสร้างความหมายในเรื่องโหราศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ ได้สร้างความหมายในลักษณะ Index ตามแนวคิดในเชิงสัญวิทยาของ Charles Sanders Peirce ซึ่งเป็นสัญณะที่มีลักษณะชี้ให้เห็นอีกสิ่งหนึ่ง เป็นการสร้างความหมายด้วยเหตุด้วยผลของนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ ซึ่งการสร้างควมหมายในลักษณะเช่นนี้ เป็นการสอดคล้องกับแนวคิดเชิงสัญวิทยา

#### 7) มีการใช้สัญลักษณ์ในการสร้างความหมาย

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ ได้สร้างความหมายในลักษณะ Symbol ตามแนวคิดในเชิงสัญวิทยาของ Charles Sanders Peirce ซึ่งเป็นสัญณะที่มีลักษณะที่เกี่ยวพันกับสิ่งที่ เป็นกฎหรือระเบียบ หรือสิ่งที่ทุกคนต้องเห็นพ้องต้องกัน เช่น ภาษา ตัวเลข เครื่องหมาย สัญลักษณ์ในทางโหราศาสตร์ไทย สัญลักษณ์ทางโหราศาสตร์ยูเรเนียน สัญลักษณ์ทางหัตถศาสตร์ สัญลักษณ์ทางฮวงจุ้ย สัญลักษณ์เลขศาสตร์ ซึ่งการสร้างควมหมายในลักษณะเช่นนี้ เป็นการสอดคล้องกับแนวคิดเชิงสัญวิทยา

### ๒.แนวทางในบริบททางธุรกิจ

#### 1. ใช้แนวทางในเชิงโฆษณาชวนเชื่อ

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ ได้อาศัยการโฆษณาชวนเชื่อในรูปแบบต่างๆ ชักจูงใจให้ผู้รับสารหรือผู้อ่าน โดยใช้จิตวิทยาในการโน้มน้าวใจสร้างความเชื่อในเรื่องโหราศาสตร์ โดยการพยายามเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้อ่านหรือสาธารณชน ให้สนใจโหราศาสตร์ที่น่าเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อเป็นการขายสินค้าและบริการ รวมทั้งการสร้างควมน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับตัวนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ที่น่าเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในบริบททางธุรกิจ ซึ่งเทคนิคหรือวิธีการสร้างความเชื่อในเชิงโฆษณา ที่พบในการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องตามแนวคิดเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อ

#### 2. ใช้แนวทางในเชิงกลยุทธ์การโฆษณา

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ได้อาศัยวิธีการสร้างความเชื่อทางด้านโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในบริบททางธุรกิจ ตามแนวทางในเชิงกลยุทธ์การโฆษณา เพื่อให้ขายสินค้าและบริการได้โดยอาศัยสัญวิทยาโน้มน้าวใจให้คนซื้อสินค้าโดยอาศัยกลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจ เพื่อสร้างความเชื่อ เปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้อ่านให้สนใจในสินค้าและบริการทางโหราศาสตร์ที่น่าเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นการสอดคล้องตามแนวคิดในเรื่องกลยุทธ์การโฆษณา

- มีการให้ข่าวสารโดยตรง หรือการให้ข้อเท็จจริง โดยการให้หมายเลขโทรศัพท์ที่บ้าน, โทรศัพท์มือถือ, หรือวิทยุติดตามตัว(เพจเจอร์) ไว้ในคอลัมน์ หรือหนังสือที่เขียน หรือมีการลงโฆษณาโดยตรงตามสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นผลงานของนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์
- มีการสร้างอารมณ์ขัน เขียนทำนายในสไตล်วัยรุ่น
- มีการจูงใจด้านอารมณ์ ด้วยการใช้ภาษาโฆษณา ที่เร้าใจชวนให้ซื้อสินค้า
- มีการสร้างเป็นเรื่องราว โดยนำเอานิทาน หรือเรื่องราวเหตุการณ์ที่น่าสนใจมาแทรกในเนื้อหา

### 3.ใช้แนวทางในเชิงกลยุทธ์การตลาด

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ ได้อาศัยแนวทางในเรื่องกลยุทธ์การตลาด ที่ผู้วิจัยเห็นว่า ได้มีการนำเอาแนวคิดในเรื่อง 4 Ps ซึ่งนักโหราศาสตร์ได้อาศัยวิธีการสร้างจุดเด่นในด้านการผลิตภัณฑ์ (Product) โดยการไปห้วยตามหนังสือพิมพ์ นิตยสารรายสัปดาห์ ซึ่งส่วนใหญ่จะได้แก่ พ.ต.ท.อรรถวิโรจน์ ศรีดุลา และพันเอกสุชาติ ศุภประเสริฐ ไปห้วยในหนังสือปฏิทินโหราศาสตร์ ส.ค.ส. ปี 2541

- การสร้างจุดขายเพื่อดึงดูดใจในการซื้อสินค้า มีการรวมนักโหราศาสตร์ที่มีชื่อเสียงหลายๆคนมารวมในเล่มเดียวกัน เช่น หนังสือลิขิตดวงดาวแห่งชีวิตรวม 6 โหราศาสตร์ชื่อดัง หนังสือศาสตร์แห่งโหร 2541 รวม 10 นักโหราศาสตร์ชื่อดัง มีการสอนวิชาโหราศาสตร์เพื่อดึงดูดความสนใจ โดยการสอนโหราศาสตร์ไทย สอนโหราศาสตร์ยูเรเนียน สอนการเรียนรู้เรื่องลายมือ ตลอดจนสอนเรื่องโหงวเฮ้งและฮวงจุ้ย มีการนำเสนอรูปแบบที่หลากหลายเพื่อกลุ่มเป้าหมายทั่วไป สอดแทรกเกร็ดความรู้ นำเอาบุคคลที่มีชื่อเสียง ดารา นักการเมือง ผู้นำประเทศ มาเป็นจุดดึงดูดให้คนสนใจ
- การสร้างจุดเด่นในด้านราคา (Price) ใช้ราคาที่ถูกค้ายอมรับ และราคาสินค้าที่วางขายกันตามท้องตลาด
- มีการส่งเสริมด้วยการตลาด (Promotion) เช่น ปรีक्षाปัญหาชะตาชีวิต ดวงให้ฟรี มีการลดราคาสินค้าสำหรับสมาชิก ในคอลัมน์ของดร.สุรพล ชีร์รัตนพันธุ์, กิตตินันท์ เจนาคม, บุศรินทร์ ปัทมาคม, กิติกร มีทรัพย์ (สีมา สมานมิตร), พันเอกสุชาติ ศุภประเสริฐ
- การจัดจำหน่าย (Place) โดยตัวแทนจำหน่ายและสายส่งเป็นหลัก นอกจากนี้มีการจำหน่ายโดยทีมงานหรือฝ่ายสมาชิก หรือจัดจำหน่ายโดยตัวนักโหราศาสตร์เองบ้าง แต่ส่วนน้อย

### (๒) แนวทางในการนำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ของนักโหราศาสตร์ประเภทที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ



นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ มีจำนวน 8 คน ซึ่ง ได้แก่ ขุนทอง อสุณี ณ ออยุธยา, สังคม ฮอหรินทร์, สุริยัน อริยวงศ์โสภณ (หมอมยอง), ประภาพร เลahrtินเวทย์, อาทิตย์ มลิตทอง, คลังจินดา คลังเงินตรา, พ.ต.ท.อรรถวิโรจน์ ศรีตุลา, มาโนช ประภาษานนท์ มีแนวทางการนำเสนอข่าวสารต่อสาธารณชน ดังนี้

#### ๑. แนวทางในเชิงบริบททางโหราศาสตร์

1. วิธีการทำนายในเชิงสร้างความสมหวัง มีการนำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ในทางบวก

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณได้ใช้แนวทางในเชิงกลยุทธ์การโน้มน้าวใจชักจูงใจให้ประชาชนเชื่อถือในข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในเชิงบวก เป็นการสอดคล้องกับแนวทางในเชิงทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

2. วิธีการทำนายในเชิงสร้างความผิดหวัง มีการนำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ในทางลบ

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณได้ใช้แนวทางในเชิงกลยุทธ์การโน้มน้าวใจ ชักจูงใจให้ประชาชนเชื่อถือในข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในเชิงลบ ซึ่งเป็นการสอดคล้องตามแนวทางในเชิงทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

3. มีการให้ความรู้หรือคำแนะนำ

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ได้ใช้แนวคิดจิตวิทยาในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ โดยนำหลักจิตวิทยามาใช้ในการแก้ไขปัญหาชีวิตของผู้อ่าน หรือผู้รับสาร Bayton กล่าวว่า การเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจำเป็นต้องขยายเรื่องสิ่งจูงใจออกไป ขยายไปถึงเรื่องของความเข้าใจ (Cognition) และการเรียนรู้ (Learning) ควบคู่กันไปอยู่เสมอ (วัฒนไพโร บัณมณี, 2538 : 25-26)

การที่นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ นำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ จึงสอดคล้องกับแนวคิดในเชิงทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

4. แนวทางในเชิงกลยุทธ์การโน้มน้าวใจ

อาศัยประสบการณ์ทางด้านโหราศาสตร์ ดูดวง หรืออยู่วงการโหราศาสตร์มานาน

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ได้อาศัยประสบการณ์ทางด้านโหราศาสตร์ สร้างความเชื่อถือให้กับตนเองในฐานะที่มีประสบการณ์ในการพยากรณ์มานาน ซึ่งนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณได้ใช้กลยุทธ์

การโน้มน้าวใจมาเป็นแนวทางในการนำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นการสอดคล้องตามทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

อาศัยความมีชื่อเสียงในฐานะเป็นนักโหราศาสตร์ชื่อดัง โดยมีปัจจัยสนับสนุนคือเป็นโหราจารย์สอนวิชาไฟยิปซี ไพโหรา เป็นโหราจารย์สอนวิชาแก้เคล็ดฮวงจุ้ย โดยวิธีทางไสยศาสตร์ หรือใช้วิธีการสะกดจิต เป็นหมอดูประจำโรงแรมมณเฑียร ติดอันดับ 1 ใน 25 ทำเนียบหมอดูสำนักพิมพ์มติชน เป็นนักเขียนของสำนักพิมพ์ดอกหญ้า เป็นคอลัมน์นิสต์ประจำหนังสือพิมพ์ นิตยสารที่ได้รับความนิยมจากสาธารณชน ได้รับการสนับสนุนจากสื่อมวลชนในการให้สัมภาษณ์ หรือเปิดตัวตามสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ รวมทั้งมีผลงานด้านเขียนตำราโหราศาสตร์ ออกเผยแพร่สู่ประชาชน

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์ หรือจิตวิญญาณ ในฐานะเป็นหมอดูที่มีชื่อเสียง ติด 1 ใน 25 ของทำเนียบหมอดูสำนักพิมพ์มติชน อาศัยความมีชื่อเสียงในฐานะนักเขียนและคอลัมน์นิสต์ตามสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมจากสาธารณชน อาศัยกลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจตามทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ จูงใจให้ผู้อ่านหรือสาธารณชน ในการนำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ในบริบททางโหราศาสตร์

อาศัยความสามารถพิเศษ ในฐานะเป็นนักจัดรายการวิทยุและโทรทัศน์ เป็นนักวิจารณ์บันเทิงและดนตรี เป็นนักแต่งเพลง เป็นดารานักแสดง นักดนตรี เป็นอาจารย์สอนหนังสือในมหาวิทยาลัย เป็นวิทยากร

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ได้อาศัยปัจจัยด้านความสามารถพิเศษ สร้างความเชื่อถือให้กับตนเองเพื่อให้สอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

มีการจูงใจด้านการแทรกคตินิยม คติธรรม และปรัชญาชีวิตไว้ในผลงานเขียน

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณได้ใช้กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ จูงใจด้วยการแทรกคตินิยม คติธรรม ปรัชญาชีวิต ไว้ในผลงานซึ่งเป็นการสอดคล้องตามแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

## 5. แนวทางสร้างความเชื่อในเชิงสัญลักษณ์วิทยา

### 1) ใช้ตัวหมาย คือตัวนักโหราศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ได้นำการสร้าง ความหมายในลักษณะ Signifier ตามแนวคิดเรื่องสัญลักษณ์วิทยาของ Ferdinand De Saussure มาสร้างความหมายในลักษณะการสร้างเชื่อให้สาธารณชนได้รู้จักตนว่าเป็นหมอดูชื่อดังและมีชื่อเสียงในสังคม หนึ่งในนักโหราศาสตร์ในงานวิจัย สุรียัน อริยวงศ์โสภณ (หมอหยอง) คนส่วนใหญ่

จะรู้จักชื่อเสียงในฐานะหมอดูที่ใช้สัมผัสดึง หรือหมอดูทางในชื่อดังของเมืองไทย ซึ่งการสร้างชื่อเสียงในลักษณะเช่นนี้ เป็นการสอดคล้องตามแนวคิดเชิงสัญวิทยา

## 2) ใช้ตัวหมายถึง คือผลงานเขียนที่เด่น ในสื่อสิ่งพิมพ์

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์ หรือจิตวิญญาณ ได้นำการสร้าง ความหมายในเชิงสัญวิทยาของ Ferdinand De Saussure มาสร้างความหมายในลักษณะ Signified ให้สาธารณชนได้รู้จักในลักษณะคอลัมน์ดูดวงตามนิตยสารรายปักษ์ นิตยสารรายเดือน หนังสือพยากรณ์รายปี รวมทั้งหนังสือโหราศาสตร์ หรือตำราทางด้านโหราศาสตร์ เช่น ตำราวิธีการดูหมอไฟยิบซี : ตำราฮวงจุ้ย ตำราไฟโหรา หนึ่งในนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณที่มีชื่อเสียงของเมืองไทย สุริยัน อริยวงศ์โสภณ (หมอหยอง) ซึ่งเป็นหมอดูที่ใช้สัมผัสดึงชื่อดังของเมืองไทย ที่มีผลงานเขียนในหนังสือเก้าอี้ดวงดาว ได้พยายามสร้างความเชื่อเรื่องพลังสมาธิดวง โดยนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับโหราศาสตร์ผ่านผลงานเขียนตามสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งการสร้าง ความหมายในลักษณะเช่นนี้ เป็นการสอดคล้องตามแนวคิดเชิงสัญวิทยา

## 3) มีการสร้างความหมายโดยตรง ในลักษณะ Denotation ใช้ภาษาง่ายๆ ที่คนทั่วไปสามารถอ่านได้

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ได้สร้าง ความหมายในลักษณะ Denotation ตามแนวคิดของ Roland Barthes ซึ่งเป็นการสร้างความหมายที่ถูกสร้างและใช้ในลักษณะที่มีความเป็นสากลที่ไม่มีนัยแฝง คือในรูปภาษาร้อยแก้ว หรือสำนวนการใช้ภาษาแบบที่ชาวบ้านทั่วไปเข้าใจง่าย ซึ่งการสร้าง ความหมายในลักษณะเช่นนี้ เป็นการสอดคล้องกับแนวคิดเชิงสัญวิทยา

## 4) มีการสร้างความหมายโดยนัยแฝง ในลักษณะ Connotation ใช้ภาษาทางด้านโหราศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ได้สร้าง ความหมายในลักษณะ Connotation ตามแนวคิดของ Roland Barthes ซึ่งเป็นความหมายหรือถ้อยคำที่ถูกสร้างขึ้นมาที่จะสื่อหรือทำให้เกิดการตีความในทางอ้อม คือในรูปภาษาไฟยิบซี ภาษาไฟโหราศาสตร์ไทย(ไฟโหรา) ภาษาฮวงจุ้ย ซึ่งเป็นภาษาหรือความหมายที่แฝงไว้ด้วยความรู้ทางด้านโหราศาสตร์ ซึ่งคนที่ไม่มีความรู้ทางด้านโหราศาสตร์ อาจจะไม่เข้าใจใน ความหมายในลักษณะเช่นนี้ เป็นการสอดคล้องกับแนวคิดเชิงสัญวิทยา

## 5) มีการใช้ภาพลักษณ์ในการสร้างความหมาย ประกอบการสร้าง ความเชื่อในทางโหราศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ได้สร้างความหมายในลักษณะ Icon ตามแนวคิดในเชิงสัญวิทยาของ Charles Sanders Pierce ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นภาพหรือวัตถุที่มองเห็นได้ชัดเจน ซึ่งการสร้างความหมายในลักษณะเช่นนี้ เป็นการสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องสัญวิทยา

6) มีการสร้างความหมายในลักษณะดัชนี ชี้ให้เห็นเหตุผลในการสร้างความเชื่อทางด้านโหราศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ได้สร้างความหมายในลักษณะ Index ตามแนวคิดในเชิงสัญวิทยาของ Charles Sanders Pierce ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่มีลักษณะชี้ให้เห็นอีกสิ่งหนึ่ง เป็นการสร้างความหมายด้วยเหตุด้วยผลของนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ซึ่งการสร้างความหมายในลักษณะเช่นนี้เป็นการสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องสัญวิทยา

7) มีการใช้สัญลักษณ์ในทางโหราศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการสร้างความเชื่อในลักษณะ Symbol ตามแนวคิดเรื่องสัญวิทยาของ Charles Sanders Pierce ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่มีลักษณะที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่เป็นกฎระเบียบหรือสิ่งที่ทุกคนต้องเห็นพ้องตรงกัน เช่น ภาษา ตัวเลข เครื่องหมาย สัญลักษณ์ ในทางหมอดูไพ่ยิปซี สัญลักษณ์การแก้เคล็ดฮวงจุ้ย ซึ่งการสร้างความหมายในลักษณะเช่นนี้ เป็นการสอดคล้องกับแนวคิดเชิงสัญวิทยา

## ๒. การวิเคราะห์ในบริบททางธุรกิจ

### 1. แนวทางในเชิงการโฆษณาชวนเชื่อ

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ได้ใช้แนวคิดในเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อเพื่อเป้าหมายในการสร้างความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์เปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสารหรือผู้อ่าน ให้สนใจในสินค้าและบริการทางด้านโหราศาสตร์ซึ่งแนวคิดในเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อ ที่นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ นำเสนอข่าวสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ โดยอาศัยเทคนิคหรือวิธีการในด้านโฆษณาชวนเชื่อผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในบริบททางด้านธุรกิจ

- มีการสร้างความโดดเด่นให้กับพวกตน มีการลงรูปของนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ มีการนำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ในลักษณะสหศาสตร์ คือมีทั้งไพ่ยิปซี มีทั้งดูดวง ดูลายเซ็น และดูโหงวเฮ้ง ในลักษณะผสมผสานวิธีการวิทยาศาสตร์ และวิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ

- มีการสร้างกระแสความเชื่อทางโหราศาสตร์ ตามแนวทางในเชิงการโฆษณาชวนเชื่อ
- มีการอ้างถึงบุคคลหรือสถาบันที่คนยอมรับ โดยอ้างถึงดาราและบุคคลที่มีชื่อเสียงที่นักโหราศาสตร์ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณนำมาอ้างในการนำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์

## 2. แนวทางในเชิงกลยุทธ์โฆษณา

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ได้ใช้แนวคิดในเชิงสัญญาวิทยา และทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจมาใช้ในการโฆษณาเพื่อขายสินค้าและบริการทางด้านธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อ

- มีการให้ข่าวสารการขายโดยตรงหรือใช้ข้อเท็จจริง มีการโฆษณาโดยตรงผ่านคอลัมน์ที่เขียนประจำ โดยมีการให้ที่อยู่ ให้หมายเลขโทรศัพท์ไว้
- การจูงใจด้านอารมณ์ โดยใช้ภาษาโฆษณาจูงใจไว้บนหน้าปกหรือปกหลัง หนังสือ ให้คนสนใจซื้อสินค้า จูงใจด้วยภาพดารา ภาพโลโก้ของไฟยิบซี สัญลักษณ์ของฮวงจุ้ย ให้คนสนใจซื้อสินค้า

## 3. แนวทางในเชิงกลยุทธ์การตลาด

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ได้ใช้หลักการ 4 Ps ส่วนประสมของตลาด มาเป็นแนวทางในการขายสินค้าและบริการทางด้านโหราศาสตร์ จากแนวคิดในเรื่องกลยุทธ์การตลาด นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ นำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ ในบริบททางด้านธุรกิจ

- สร้างจุดขายด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จูงใจกลุ่มเป้าหมายที่สนใจ โดยเฉพาะกลุ่มที่สนใจไฟยิบซี และฮวงจุ้ย ซึ่งกำลังเป็นที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน หรือการไปหวยในหนังสือ เช่น สังคม ฮอทรินทร์ ,ไปหวยด้วยการเสี่ยงโชคด้วยลูกเต๋า
- สร้างจุดเด่นด้านราคา (Price) โดยใช้ราคาที่ยอมรับของลูกค้า หรือราคาที่วางขายในท้องตลาดเป็นเกณฑ์
- มีการส่งเสริมการขาย (Promotion) ได้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าที่เป็นสมาชิกของร้านหนังสือดอกหญ้า หรือเป็นสมาชิกของสำนักพิมพ์มติชน
- การจัดจำหน่าย (Place) โดยตัวแทนจำหน่าย หรือสายส่งเป็นส่วนใหญ่

“จากปัญหาในการวิจัยข้อที่สอง เมื่อเปรียบเทียบในเชิงสัญวิทยาแล้ว แนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ในบริบททางด้านโหราศาสตร์และทางธุรกิจ มีความแตกต่างกันหรือไม่?” สามารถสรุปผลการวิจัยได้ว่า

ในด้านการวิเคราะห์เนื้อหาในส่วนของ Content Analysis พบว่าไม่มีความแตกต่างกันเท่าไร จะมีความแตกต่างระหว่างนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ในเรื่องของ Connotation คือการใช้ภาษาทางโหราศาสตร์ที่ไม่เหมือนกันกับในส่วนของ Depth Interview ที่มีความแตกต่างกันในด้านปัจจัยต่างๆอย่างเห็นได้ชัด

(๑) การเปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างของนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ (ในส่วนของ Content Analysis) สามารถสรุปได้ คือ

#### ๑. ในบริบททางด้านโหราศาสตร์

1. วิธีการทำนายในเชิงสร้างความสมหวัง มีการทำนายข่าวสารในทางบวก(ที่เหมือนกัน) ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ และนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ จะมีการทำนายในเชิงสมหวังเหมือนกัน ซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อในเรื่องโหราศาสตร์ โดยอาศัยหลักการทางทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ จูงใจให้ผู้รับสารหรือสาธารณชนทั่วไป โดยอาศัยการถ่ายทอดการทำนายในเชิงบวก ผ่านทางข่าวสารซึ่งเป็นผลงานของนักโหราศาสตร์
2. การทำนายในเชิงสร้างความผิดหวัง มีการทำนายข่าวสารในทางลบ (ที่เหมือนกัน) ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ และนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ จะมีการนำเสนอข่าวสารทางด้านลบเหมือนกัน ซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อในเรื่องโหราศาสตร์ โดยอาศัยหลักการทางทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ จูงใจให้ผู้รับสารหรือสาธารณชนทั่วไป โดยอาศัยการถ่ายทอดการทำนายในลักษณะการสร้างความสมหวังผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในบริบททางด้านโหราศาสตร์ ซึ่งเป็นการสอดคล้องตามทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

### 3. มีการให้ความรู้ หรือคำแนะนำ (ที่เหมือนกัน)

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ต่างใช้จิตวิทยาในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจให้การถ่ายทอดความรู้หรือคำปรึกษาปัญหาชีวิตผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

### 4. มีการใช้แนวทางในเชิงกลยุทธ์การโน้มน้าวใจเหมือนกัน ในการทำให้สาธารณชนรู้จัก (ที่เหมือนกัน) ได้แก่

- อาศัยประสบการณ์ทางด้านโหราศาสตร์ พยากรณ์มานาน
- อาศัยความมีชื่อเสียงในฐานะเป็นนักโหราศาสตร์ชื่อดังตามโรงแรมมณเฑียร
- อาศัยความมีชื่อเสียงในฐานะเป็นนักโหราศาสตร์ที่สื่อมวลชนสนับสนุน ช่วยประชาสัมพันธ์ เชิญออกรายการวิทยุ โทรทัศน์ หรือสัมภาษณ์ลงสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีชื่อเสียง
- อาศัยการจูงใจด้วยการแทรกคตินิยม คติพจน์ หลักปรัชญาชีวิต และหลักศาสนาแทรกในการนำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์และนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ต่างก็นำเอากลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจมาสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นในตัวแหล่งสารที่เผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ นักโหราศาสตร์จึงต้องใช้งบจ่ายในด้านประสบการณ์ บัณฑิตด้านความมีชื่อเสียง และการจูงใจด้วยการแทรกคตินิยม คติพจน์และปรัชญาชีวิตลงไปให้ผู้อ่านสนใจ จึงสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

### 5. แนวทางการสร้างความเชื่อในเชิงสัญญาวิทยา

#### 1) มีการสร้างความหมายในลักษณะ Signifier (ที่เหมือนกัน)

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการทางไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ต่างก็ใช้กระบวนการสร้างความหมายทางสัญญาวิทยาตามแนวคิดของ Ferdinand De Saussure ซึ่งเป็นลักษณะ Signifier เป็นการสร้างความหมายให้ผู้คนที่รับรู้จักชื่อเสียงของตนเอง

#### 2) มีการสร้างความหมายในลักษณะ Signified (ที่เหมือนกัน)

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ต่างก็มีการสร้างความหมายในลักษณะ Signifier เหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในเชิงสัญญาวิทยาของ Ferdinand De Saussure ที่นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ได้นำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์

3) มีการใช้ภาษาที่ผู้อ่านเข้าใจง่าย ในลักษณะ Denotation (ที่เหมือนกัน)

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ต่างก็ใช้แนวคิดในเชิงสัญวิทยาของ Roland Barthes มาสร้างความหมายในลักษณะที่เข้าใจง่ายไม่มีนัยแฝง ผู้อ่านที่ไม่มีความรู้ทางด้านโหราศาสตร์ก็สามารถสื่อความหมายได้ง่าย

4) มีการใช้ภาษาที่ผู้อ่านเข้าใจยากซึ่งเป็นภาษาทางด้านโหราศาสตร์ในลักษณะ Connotation (ที่แตกต่างกัน)

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ต่างก็มีการสร้างความหมายในลักษณะ Connotation ซึ่งเป็นการสร้างความหมายในเชิงสัญลักษณ์ ตามแนวคิดของ Roland Barthes ที่มีการใช้ภาษาโหราศาสตร์ในผลงานเขียน ซึ่งเป็นการสร้างความหมายโดยนัยแฝง ทั้งภาษาของโหราศาสตร์ไทย ภาษาโหราศาสตร์ยูเรเนียน ภาษาหัตถศาสตร์ ภาษาโหราศาสตร์อังกฤษ ภาษาฮวงจุ้ย หรือแม้แต่ภาษาของไพบีชี ที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดตามสไตล์ที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่านักโหราศาสตร์ได้ใช้แนวคิดเรื่องสัญวิทยาามาสร้างความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์ถ่ายทอดผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในบริบททางด้านโหราศาสตร์

5) มีการใช้ภาพลักษณ์ ได้แก่ การใช้รูปภาพวาด ภาพถ่าย แผ่นผัง ตาราง มาประกอบในการสร้างความเชื่อทางด้านโหราศาสตร์ตามสื่อสิ่งพิมพ์ (ที่เหมือนกัน)

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ต่างใช้ภาพลักษณ์ในการสร้างความเชื่อในเรื่องโหราศาสตร์โดยใช้รูปภาพ ตาราง หรือแผ่นผัง ประกอบการสร้างความหมาย ซึ่งเป็นการสร้างความหมายในเชิงสัญลักษณ์ ตามแนวคิดของ Charles Sanders Peirce

6) มีการสร้างความหมายในลักษณะดัชนีเหมือนกัน เพื่อชี้ให้เห็นเหตุผลในการสร้างความเชื่อในเรื่องโหราศาสตร์ตามสื่อสิ่งพิมพ์ (ที่เหมือนกัน)

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ต่างใช้ดัชนีในการสร้างความหมายในเชิงสัญลักษณ์ตามแนวคิดของ Charles Sanders Peirce เพื่ออธิบายเหตุผลในการสร้างความเชื่อในเรื่องโหราศาสตร์ที่นำเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์

7) มีการใช้สัญลักษณ์ประกอบการสร้างความเชื่อในทางโหราศาสตร์ ตามสื่อสิ่งพิมพ์ (ที่เหมือนกัน)



ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ต่างใช้สัญลักษณ์ประกอบการสร้างความเชื่อทางด้านโหราศาสตร์ในบริบททางด้านโหราศาสตร์ นอกจากนี้ นักโหราศาสตร์ยังได้ใช้ความหมายทางสัญลักษณ์แอบแฝงในเรื่องการค้าอีกด้วย ซึ่งนักโหราศาสตร์ได้นำมาถ่ายทอดผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในบริบททางโหราศาสตร์ผสมผสานกับในบริบททางด้านธุรกิจ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่านักโหราศาสตร์ได้ใช้แนวคิดในเรื่องสัญลักษณ์วิทยา มาสร้างความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์

## ๒. ในบริบททางด้านธุรกิจ

1. มีการใช้แนวทางในเชิงโฆษณาชวนเชื่อ ทั้งนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์และนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ตามสื่อสิ่งพิมพ์ (ที่เหมือนกัน) ซึ่งได้แก่

- มีการแก้ไขข้อข้องใจชาวบ้าน
- มีการสร้างความโดดเด่นให้กับพวกตน
- มีการตั้งสมญานาม
- มีการสร้างกระแสความเชื่อในทางโหราศาสตร์
- มีการอ้างถึงบุคคล หรือสถาบันที่คนยอมรับนับถือ
- มีการอ้างพยานหลักฐาน
- มีการใช้ข้อเท็จจริงไม่ครบ

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ต่างนำเอาแนวคิดเชิงสัญลักษณ์ในเรื่องภาพลักษณ์และสัญลักษณ์ มาประกอบการโฆษณาชวนเชื่อตามสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ตัวนักโหราศาสตร์ผู้เป็นเจ้าของผลงาน

2. มีการใช้แนวทางในเชิงกลยุทธ์การโฆษณา ตามสื่อสิ่งพิมพ์ (ที่เหมือนกัน)

- มีการให้ข่าวสารโดยตรง หรือการให้ข้อเท็จจริง ในการโฆษณาขายสินค้าและบริการให้คนมาดูหมอ โดยให้หมายเลขโทรศัพท์, ที่อยู่ หรือโฆษณาผ่านคอลัมน์ หรือผลงานเขียนโดยตรง

- มีการสาธิตอธิบายการให้ความรู้ทางด้านโหราศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ได้ใช้แนวคิดในเรื่องกลยุทธ์การโฆษณาเข้ามาจูงใจกระตุ้นให้คนสนใจซื้อสินค้าและใช้บริการหมอดู ซึ่งมีทั้งการสร้างความหมายในเชิงสัญลักษณ์และการโฆษณาไว้ในคอลัมน์หรือผลงานเขียนโดยตรง ซึ่งเป็นการสอดคล้องตามแนวคิดเรื่องกลยุทธ์การโฆษณา

3. มีการใช้แนวทางในเชิงกลยุทธ์การตลาดตามสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ และนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการทางไสยศาสตร์ (ที่เหมือนกัน) ซึ่งได้แก่

- มีการสร้างจุดเด่นด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างจุดขายเพื่อดึงดูดใจในการซื้อด้วยการไปห่วย มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อดึงดูดใจด้านอารมณ์ มีการคำนึงถึงคุณค่าและอรรถประโยชน์ที่สาธารณชนได้รับ โดยคำนึงถึงกลุ่มผู้อ่านระดับทั่วไป เช่น หนังสือพิมพ์รายวัน หรือกลุ่มวัยรุ่นตามนิตยสารรายปักษ์ หรือกลุ่มผู้ที่สนใจศึกษาโหราศาสตร์ ในนิตยสารดวงเศรษฐี หรือหนังสือโหราศาสตร์

- มีการสร้างจุดเด่นด้านราคา โดยใช้ราคาที่ถูกค้ายอมรับหรือราคาที่วางขายกันตามท้องตลาด

- มีการส่งเสริมการตลาด เช่น การให้คำปรึกษาฟรี ดูดวงฟรี การลดราคา

- มีการจัดจำหน่าย เช่น มีตัวแทนจำหน่ายหรือสายส่งเป็นหลัก รองลงมาได้แก่จัดจำหน่ายโดยทีมงาน หรือตัวนักโหราศาสตร์เอง

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ได้ใช้แนวคิดในเรื่องกลยุทธ์การตลาด ตามแนวคิด 4 Ps คือคำนึงถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คำนึงถึงปัจจัยด้านราคา (Price) คำนึงถึงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และคำนึงถึงเรื่องการจัดจำหน่าย (Place) เพื่อนำมาเป็นการกลยุทธ์ในการขายผลิตภัณฑ์ ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม ส่งเสริมการตลาด และคำนึงถึงราคาสินค้าที่ขาย จึงเป็นการสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการตลาด

(๒) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ และวิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ (ในส่วนของ Depth Interview) สามารถสรุปได้คือ

### 1) ในบริบททางด้านโหราศาสตร์

#### 1. ความแตกต่างในวิธีการสร้างความเชื่อ

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์จะเน้นเรื่องของสถิติความเป็นเหตุเป็นผล มีการอ้างสถิติการโคจรของดวงดาวว่ามีอิทธิพลต่อดวงโลก ดวงประเทศ และดวงบุคคลอย่างไร สำหรับหมอดูประเภทดูดวงตามระบบโหราศาสตร์ไทยในระบบนิรายนะหรือดูดวงตามระบบโหราศาสตร์ยูเรเนียนในระบบสายนะ มีการอ้างสถิติข้อมูลด้านลายมือสำหรับหมอดูลายมือ มีการอ้างสถิติข้อมูลด้านโหงวเฮ้งสำหรับหมอดูโหงวเฮ้ง มีการอ้างสถิติการดูวงจ้อยสำหรับซินแสวงจ้อย มีการอ้างสถิติตัวเลขสำหรับหมอดูเลขศาสตร์ ซึ่งสอดคล้อง

ตามแนวคิดในเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อเกี่ยวกับการอ้างพยานหลักฐาน ที่ผู้วิจัยเห็นว่านักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์นำมาเป็นข้ออ้างทางสถิติ ว่ามีความน่าเชื่อถือ

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ส่วนใหญ่ จะไม่มีการใช้ข้อมูลทางสถิติ แต่จะอาศัยสัมผัสที่หก อาศัยวิธีการในเรื่องญาณสมาธิที่ผ่านร่างทรงซึ่งเป็นร่างทรงเทพพระพิฆเนศเป็นส่วนใหญ่ อาศัยวิธีการเสี่ยงทายด้วยการอธิษฐานจิตผ่านเครื่องมือประเภทไฟหรือผ่านลูกเต๋าเสี่ยงทาย เท่าที่พบในงานวิจัยนักโหราศาสตร์ที่อาศัยสัมผัสที่หกหรือใช้วิธีการอธิษฐานจิต ซึ่งได้แก่ สุรียัน อริยวงศ์โสภณ(หมอยอง) , สังคม ออหรินทร์ , อาทิตย์ มลิตอง , ชุนทอง อสุณี ณ อยุธยา , ประภาพร เลาหรัตนเวทย์

ส่วนวิธีการที่นักโหราศาสตร์ประเภทที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณนำมาใช้คือ การแก้เคล็ดในเรื่องดวงจัญเสียด การแก้เคล็ดโดยการสะเดาะเคราะห์ หรือแก้กรรมตามความเชื่อของคนโบราณที่ตกทอดถึงอนุชนในรุ่นปัจจุบัน ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องความเชื่อทางไสยศาสตร์ ที่นักโหราศาสตร์ประเภทนี้นำมาใช้ผสมกับวิธีการสะกดจิตสร้างจินตภาพเท่าที่พบเห็นนักโหราศาสตร์ที่เชี่ยวชาญในการแก้ดวงจัญ คือ คลังจินดา คลังเงินตรา , มาโนช ภาษานนท์

ผู้วิจัยเห็นว่า นักโหราศาสตร์แต่ละคนได้พยายามใช้หลักการตามแนวทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ จูงใจให้สาธารณชนหรือผู้อ่าน เชื่อในวิธีการทำนายของตนเองว่ามีความน่าเชื่อถือ ซึ่งนอกจากจะอาศัยแนวคิดที่สอดคล้องในเรื่องทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ สร้างความเชื่อทางด้านโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ หรือวิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ แต่ละคนพยายามจะสร้างความโดดเด่นให้กับพวกตน หรือพยายามอ้างพยานหลักฐานโจมตีฝ่ายตรงข้าม โดยอาศัยหลักการตามแนวคิดเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อมาโจมตีวิธีการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์คนอื่น โดยเฉพาะนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์มักจะโจมตีนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ว่าหลอกลวงต้มตุ๋น ไม่น่าเชื่อถือ อย่างกรณีของหมอดูบางท่านซึ่งมักถูกโจมตีเสมอว่าการทำนายขาดความน่าเชื่อถือ เนื่องจากมีการอ้างการโคจรของดวงดาวตามการเพ่งดูดวงจากพลังดวงสมาธิ ไม่ได้อาศัยหลักการตามปฏิทินโหราศาสตร์ ทำให้เป็นการกล่าวอ้างแบบขาดเหตุผล ขาดความน่าเชื่อถือ

2. ความแตกต่างในเรื่องจุดเด่นของนักโหราศาสตร์แต่ละคน หรือสไตส์ในการดูหมอดู ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ที่มีจุดเด่น ในเรื่องการดูดวงไทย ได้แก่ บุศรินทร์ ปัทมาคม , พันเอกสุชาติ สุภประเสริฐ นักโหราศาสตร์ที่มีจุดเด่นในการวางดวงฤกษ์ ได้แก่ พัฒนา พัฒนศิริ นักโหราศาสตร์ที่มีจุดเด่นในการดูดวงยูเรเนียน ได้แก่ จรัญ พิกุล , กิตตินันท์ เจนาคม นักโหราศาสตร์ที่มีจุดเด่นในการดูโหราศาสตร์ไทย ได้แก่ เบญจา สุภฤกษ์ , ชิน วัฒนผาสุภานนท์ นักโหราศาสตร์ที่มีจุดเด่นในการดูลายมือ ได้แก่ วีระ โรจน์รุ่งสัจย์ , เบญจา ชินปัญชนะ , ญัฐสุดา จันทนยิ่งยง นักโหราศาสตร์ที่มีจุดเด่นในการดูชื่อ เปลี่ยนนามสกุล ได้แก่ เก่งกาจ จงใจพระ

นักโหราศาสตร์ที่มีจุดเด่นในการดูดวงไทยผสมนักษัตรจีน ได้แก่ ปราโมทย์ ปิตตะพันธ์(หมอไพศาล)  
นักโหราศาสตร์ที่มีจุดเด่นในการดูดวงไทยผสมลายมือ ได้แก่ พ.ต.ท.อรรถวิโรจน์ ศรีตุลา, ดร.สุรพล  
ธีรรัตนพันธ์ นักโหราศาสตร์ที่มีจุดเด่นในการดูลายเซ็น ได้แก่ กิติกร มีทรัพย์ (สีมา สมานมิตร)

นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่านักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ  
ที่มีจุดเด่นในเรื่องการดูไฟ ได้แก่ สังคม ฮอรินทร์ , ชุนทอง อสุณี ณ อยุทยา , อาทิตย์  
มลิตทอง , ประภาพร เลหารัตนเวทย์ นักโหราศาสตร์ที่มีจุดเด่นในการใช้พลังดวงสมาธิ หรือ  
สัมผัสที่หก ดูดวงให้ดาราคณดัง ได้แก่ สุริยัน อริยวงศ์โสภณ(หมอหยอง)

ผู้วิจัยเห็นว่า นักโหราศาสตร์แต่ละคนพยายามจะสร้างจุดเด่นให้กับตนเอง โดย  
อาศัยความเชี่ยวชาญในการพยากรณ์ที่ตนเองถนัด สร้างความเชื่อถือให้เกิดขึ้นในการนำเสนอ  
ข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งถือว่าการสร้างความหมายในลักษณะ  
Signifier คือตัวหมาย ซึ่งเป็นจุดเด่นของนักโหราศาสตร์แต่ละคน ในฐานะหมอดูที่มีชื่อเสียงใน  
ด้านดูดวงไทย ดูดวงยูเรเนียน ดูลายมือ ดูโหวงเฮ้ง ดูไพ่ยิปซี ดูชื่อ-สกุล ดูดวงจัญแจกต่างกันไป  
ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดในเรื่องสัญญวิทยาที่นักโหราศาสตร์แต่ละคน ใช้วิธีการสร้าง  
ความเชื่อตรงกับแนวคิดเรื่องสัญญวิทยาของ Ferdinand De Saussure มาสร้างชื่อเสียงให้  
สาธารณชนทั่วไปรู้จักผ่านสื่อสิ่งพิมพ์

3. ความแตกต่างในด้านความหลากหลายในการพยากรณ์ ซึ่งนักโหราศาสตร์ที่  
ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ และนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณแต่ละคน มี  
ความสามารถไม่เท่ากัน

จากผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ พยากรณ์รูปแบบ  
เดียว ได้แก่ บุศรินทร์ ปัทมาคม, พันเอกสุชาติ ศุภประเสริฐ, เบญจะ ชินปัญชนะ, กิติกร  
มีทรัพย์(สีมา สมานมิตร), จรัญ พิกุล

- นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ พยากรณ์รูปแบบหลากหลาย ได้แก่  
พ.ต.ท.อรรถวิโรจน์ ศรีตุลา, พัฒนา พัฒนศิริ, ดร.สุรพล ธีรรัตนพันธ์, เบญจา ศุภฤกษ์, ชิน  
วัฒน์ผาสูกานนท์, ปราโมทย์ ปิตตะพันธ์ (หมอไพศาล), ณัฐสุดา จันทนียงยง, พันเอกสุชาติ  
ศุภประเสริฐ, กิตตินันท์ เจนาคม, เก่งกาจ จงใจพระ

- นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ พยากรณ์รูปแบบ  
หลากหลาย ได้แก่ สังคม ฮอรินทร์, ประภาพร เลหารัตนเวทย์, อาทิตย์ มลิตทอง, คลังจินดา  
คลังเงินตรา, มาโนช ประภาษานนท์

ผู้วิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์แต่ละคนพยายามสนองตอบความต้องการของกลุ่ม  
เป้าหมาย กลุ่มที่สนใจข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ จึงพยายามสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้น  
กับตนเอง โดยอาศัยความสามารถในการพยากรณ์ที่มีความหลากหลาย จูงใจให้คนสนใจ  
โหราศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการตามทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ อาศัยกลยุทธ์

ในการโน้มน้าวใจในด้านความสามารถในการพยากรณ์หลายรูปแบบ เพื่อจูงใจให้คนสนใจเรื่องราวเกี่ยวกับโหราศาสตร์ที่นำเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์

4. ความแตกต่างในด้าน Signified ซึ่งเป็นผลงานเขียนของนักโหราศาสตร์แต่ละคน ที่มีความสามารถไม่เท่ากัน บางคนมีผลงานมาก บางคนมีผลงานน้อย

จากผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ ที่มีผลงานตามสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุดคือ จรรย์ พิกุล มีผลงานเขียน 22 ชิ้น และที่มีผลงานน้อยที่สุด คือ ดร.สุรพล ชีร์รัตนพันธุ์ มีผลงานเขียน 2 ชิ้น

ส่วนนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์ หรือจิตวิญญาณ ที่มีผลงานเขียนตามสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุด คือ สุรียัน อริยวงศ์โสภณ(หมอยอง) มีผลงานเขียน 15 ชิ้น และที่มีผลงานเขียนน้อยที่สุด คือ อาทิตย์ มลิตทอง มีผลงานเขียน 2 ชิ้น

ผู้วิจัยเห็นว่า ตามแนวคิดเรื่องสัญวิทยา นักโหราศาสตร์อาศัยแนวทางในการสร้างความเชื่อในลักษณะ Signified ออกมาในรูปแบบผลงานเขียนที่ปรากฏผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของ Ferdinand De Saussure กับวิธีการสร้างผลงานออกมามีมากน้อยแค่ไหน ถ้ามีผลงานปรากฏตามสื่อสิ่งพิมพ์มาก สาธารณชนทั่วไปย่อมรู้จักนักโหราศาสตร์คนนั้นมาก เพราะอาศัยความมีชื่อเสียงจากผลงานที่ปรากฏตามสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ที่สร้างความน่าเชื่อถือผ่านสื่อสิ่งพิมพ์

## 2) ในบริบททางธุรกิจ

1. ความแตกต่างในด้านความสามารถพิเศษในด้านอาชีพของนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ และนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ มีความแตกต่างกัน ซึ่งบางคนอาจจะไม่มีความสามารถพิเศษในด้านอาชีพอื่น นอกจากเป็นหมอดูอาชีพ แต่นักโหราศาสตร์บางท่านมีอาชีพอื่นพิเศษอีก จากผลการวิจัยที่พบ ได้แก่ ความสามารถพิเศษในฐานะอาชีพนักเขียน คอลัมนิสต์ นักจัดรายการวิทยุและโทรทัศน์ นักวิจารณ์บันเทิง นักแต่งเพลง นักดนตรี อาจารย์สอนหนังสือ ราชาราชการ นักบัญชี ดารานักแสดง นักแปล นวนิยาย นักกฎหมาย นักวิเคราะห์กีฬา ฯลฯ ปัจจัยเหล่านี้ย่อมส่งผลให้นักโหราศาสตร์แต่ละคนมีฐานะที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าเป็นการสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องกลยุทธ์การโน้มน้าวใจ ที่นักโหราศาสตร์แต่ละคนได้อาศัยความสามารถพิเศษในด้านอาชีพ มาสร้างความเด่นดังให้กับตนเองมากขึ้น จะพบเห็นในผลงานตามสื่อสิ่งพิมพ์ที่นักโหราศาสตร์ได้ใช้ความหลากหลายโดยนัยแฝง โฆษณาสินค้าโดยอาศัยวิธีการสร้างความหมายในเชิงสัญวิทยา ในเรื่อง Connotation แอบแฝงการโฆษณาชวนเชื่อว่ามีชื่อเสียง หรืออาศัยความสามารถพิเศษอื่นๆ

นอกเหนือจากอาชีพหมอดู ซึ่งเท่ากับเป็นการสร้างเครดิตด้านชื่อเสียงให้กับตัวนักโหราศาสตร์แต่ละคน

2. ความแตกต่างในด้านสถานภาพ จากการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีวิทยาศาสตร์ ที่มีประสบการณ์ในด้านการดูหมอมากที่สุด คือ 45 ปี ซึ่งได้แก่ ดร.สุรพล ชีร์รัตนพันธุ์ และนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ที่มีประสบการณ์ในการดูหมอน้อยที่สุด คือ 8 ปี ซึ่งได้แก่ ณัฐสุดา จันทนยิ่งยง นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ที่มีประสบการณ์ดูหมอมากที่สุด คือ 30 ปี ซึ่งได้แก่ ประภาพร เลาหรัตนเวทย์ และมีประสบการณ์ในการดูหมอน้อยที่สุด คือ 10 ปี ซึ่งได้แก่ มาโนช ประภาษานนท์

จากปัจจัยด้านสถานภาพในเรื่องประสบการณ์ดูหมอ จึงทำให้นักโหราศาสตร์แต่ละคนได้รับความเชื่อถือจากสาธารณชนไม่เหมือนกัน นักโหราศาสตร์ที่มีประสบการณ์ในการดูหมอมานานย่อมมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของสาธารณชน จึงจำเป็นที่นักโหราศาสตร์ต้องอาศัยกลยุทธ์ในการโน้มน้าวมาจงใจ สร้างความเชื่อทางด้านโหราศาสตร์ให้เป็นที่ยอมรับในหมู่สาธารณชนหรือผู้รับสาร ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่นักโหราศาสตร์พยายามนำมาสร้างความเชื่อผ่านสื่อสิ่งพิมพ์

จากการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์แต่ละคนมีสถานภาพด้านการศึกษาต่างกัน บางคนมีความรู้ถึงปริญญาเอก บางคนมีความรู้แค่ ม.ศ.1 จึงทำให้เกิดความแตกต่างในด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ที่มีความรู้สูงสาธารณชนย่อมให้ความเชื่อถือมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย จากจำนวนนักโหราศาสตร์ 22 คน มีผู้สำเร็จปริญญาเอก 1 คน มีผู้สำเร็จปริญญาโท 6 คน มีผู้สำเร็จปริญญาตรี 7 คน และผู้ที่สำเร็จการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี 8 คน

ผู้วิจัยเห็นว่า นักโหราศาสตร์แต่ละคนต่างพยายามสร้างความมีชื่อเสียงให้กับตน โดยพยายามสร้างความโดดเด่นให้กับตนเองเพื่อทดแทนส่วนที่ด้อยของตน จึงสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ที่นักโหราศาสตร์แต่ละคนพยายามสร้างความเชื่อในเรื่องโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ในฐานะโหราจารย์หรือปรมาจารย์ที่เชี่ยวชาญในการดูหมอ โดยอาศัยผลงานหรือประสบการณ์ในการดูหมอมานาน

จากการวิจัยพบว่า ความแตกต่างในด้านความมีชื่อเสียงในวงการโหราศาสตร์ของนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ และนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์ หรือจิตวิญญาณ มีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับการสนับสนุนของสื่อมวลชน ถ้าใครได้รับการสนับสนุนจากสื่อมวลชนมาก ย่อมมีชื่อเสียงมาก จึงสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องกลยุทธ์การโน้มน้าวใจที่นักโหราศาสตร์พยายามจะสร้างความน่าเชื่อถือ ในฐานะนักโหราศาสตร์ชื่อดังผ่านสื่อมวลชน

เพื่อให้สาธารณชนยอมรับ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าเป็นไปตามหลักการทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ที่อาศัยสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อสารมวลชนประเภทต่างๆเป็นฐานเสียงในการสร้างชื่อเสียงให้กับตัวนักโหราศาสตร์

3. ความแตกต่างในด้านรายได้ จากการวิจัยพบว่า รายได้ของนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ จะแตกต่างกัน โดยเฉพาะในเรื่องอัตราค่าธรรมเนียม ถ้าในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครจะแพงในเรื่องการดูดวง ดูลายมือ ดูโหงวเฮ้ง ดูไฟยิบซี ซึ่งอยู่ในเกณฑ์เฉลี่ย 500-1,000 บาทต่อครั้ง แต่ถ้าไปดูต่างจังหวัด รายได้ดูดวง ดูลายมือ ดูโหงวเฮ้ง ดูไฟยิบซี จะอยู่ในเกณฑ์ 300-600 บาทต่อครั้ง ซึ่งถูกกว่าเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนนักโหราศาสตร์ที่มีรายได้ดี คือหมอดูฮวงจุ้ย ถ้าดูในเขตกรุงเทพมหานคร ค่าบริการจะมีรายได้เฉลี่ย 5,000-10,000 บาทต่อครั้ง ถ้าไปดูต่างจังหวัดจะแพง มีรายได้เฉลี่ย 15,000-30,000 บาทต่อครั้ง

ผู้วิจัยเห็นว่า นักโหราศาสตร์ได้นำเอาหลักการในเรื่องกลยุทธ์การตลาดมาใช้ โดยคำนึงถึงราคาสินค้าในท้องตลาด หรือคำนึงถึงราคาที่ลูกค้ายอมรับ ซึ่งจะเห็นว่า ความแตกต่างทางด้านรายได้ของนักโหราศาสตร์แต่ละคน จะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับประเภทของหมอดู ซึ่งขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง และขึ้นอยู่กับรายได้ของสาธารณชนในแต่ละจังหวัดด้วยเช่นกัน

### การอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย “เรื่องแนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในบริบททางโหราศาสตร์และทางธุรกิจ”ผู้วิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ส่วนใหญ่ทั้งที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์และนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์ หรือจิตวิญญาณ ต่างพยายามแข่งขันกันในเชิงพาณิชย์มากขึ้น จากปรากฏการณ์ในสังคมปัจจุบันจะพบว่า นักโหราศาสตร์พยายามจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อหลักในการเผยแพร่ข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ รองลงมาเป็นสื่อประเภทโทรทัศน์และสื่อวิทยุ จะเห็นว่านักโหราศาสตร์ที่มีชื่อเสียงในสังคมปัจจุบันต่างมีชื่อเสียงขึ้นมาได้เพราะการเผยแพร่โหราศาสตร์ผ่านทางสื่อมวลชน

จากหลักการทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจนักโหราศาสตร์ในฐานะผู้ส่งสารพยายามที่จะชักจูงใจสาธารณชน ผ่านการถ่ายทอดของแหล่งสารไปยังผู้รับสารในบริบทต่างๆ ซึ่งแหล่งสารที่ถูกถ่ายทอดออกมาในลักษณะคำทำนายในเชิง Negative เสียเป็นส่วนใหญ่ จะพบเห็นตามสื่อสิ่งพิมพ์หรือแม้แต่สื่อประเภทอื่นๆที่นักโหราศาสตร์จะทำนายทายทักในสิ่ง

ที่เลวร้าย อย่างเช่น ปีนี้เป็นปีเผาหลอก (2540) แต่ปีหน้าเผาจริง (2541) ซึ่งเป็นคำพูดที่นักโหราศาสตร์จะนำมากล่าวบ่อย การทำนายการเมืองระส่ำ เศรษฐกิจทรุด เผชิญอุบัติเหตุร้ายแรง ไทยตายหมู่ จะเห็นว่าการสร้างความโดดเด่นของนักโหราศาสตร์ที่เผยแพร่ในทางลบอย่างน้อยในทัศนะของผู้วิจัยย่อมส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของสาธารณชนอย่างแน่นอน สำหรับสังคมไทยที่ผู้คนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อในเรื่องโหราศาสตร์ ยังเชื่อข่าวสารในรูปแบบต่างๆที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชน

ถ้าจะเปรียบข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ ก็เหมือนกับกระจกสะท้อนของคนในสังคมก็คงไม่ผิด เพราะปัจจุบันในยุคที่เศรษฐกิจตกต่ำ จากการสัมภาษณ์นักโหราศาสตร์ 22 คน พบว่าคนที่มาดูหมอล้วนมากจะเป็นคนที่มีความทุกข์ ถ้านักโหราศาสตร์นำเสนอข่าวสารทางโหราศาสตร์ในลักษณะที่เป็น Negative ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ย่อมเป็นสิ่งที่ส่งผลร้ายอย่างแน่นอน และปรากฏการณ์เช่นนี้ มักจะเกิดขึ้นในช่วงที่สังคมปั่นป่วน การเมืองไร้ทิศทาง ผู้นำอ่อนแอ เศรษฐกิจตกต่ำ ผู้คนตกงาน ไร้ที่พึ่ง เมื่อนักโหราศาสตร์โน้มน้ำหนักโดยนำเสนอข่าวสารในเชิงลบ เท่ากับเป็นการสร้างความผิดหวังให้แก่สาธารณชน ในกรณีนี้นักโหราศาสตร์ควรมีจรรยาบรรณในฐานะนักเขียน หรือสื่อมวลชนด้วย อย่างเช่นกรณีของคำทำนายว่าโรงงานจะระเบิดส่งผลให้คนงานไม่กล้าเข้าไปทำงานเพราะเชื่อคำทำนาย และโรงงานที่ชาวระยองกลัวจะระเบิดมากที่สุด คือโรงงานอุตสาหกรรมปิโตรเคมีกัลไทย จำกัด (มหาชน) ทำให้ผู้ว่าราชการจังหวัดระยองต้องตามผู้ทำนายมาแก้ข่าวตามโทรทัศน์ และตามสื่อมวลชนหลายฉบับ ถึงแม้ว่าจะเป็นแค่ข่าวลือ แต่ผลจากการทำนายในเชิงลบเช่นนี้ ย่อมส่งผลเสียต่อสาธารณชนที่มีความเชื่อในเรื่องไสยศาสตร์ จึงสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องความโดดเด่นให้กับตนเอง โดยการทำนายในเชิงลบ ซึ่งการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อมวลชนในลักษณะเช่นนี้ ย่อมก่อให้เกิดผลเสียหายกับสังคมส่วนรวมได้

ผลการวิจัยยังพบว่า ได้มีการนำเสนอเรื่องราวการทำนายของนอสดราตามูส ตามสื่อสิ่งพิมพ์หลายฉบับ ซึ่งนักโหราศาสตร์ชื่อดังของเมืองไทยหลายคน ก็มีการเสนอเรื่องราวในการพยากรณ์ของนอสดราตามูส ที่ว่า ปี ค.ศ.2000 หรือปี พ.ศ.2543 โลกจะแตก จะเกิดภัยพิบัติไปทั่วโลก ซึ่งนักโหราศาสตร์ในเมืองไทยหลายท่านเคยจัดการอภิปรายเกี่ยวกับเรื่องคำทำนายของนอสดราตามูส ในปี ค.ศ.2000 ว่าจะจริงหรือไม่ เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2540 ที่โรงแรมมณเฑียร ได้มีการจัดสัมมนาในเรื่องนี้เช่นกัน นักโหราศาสตร์ส่วนใหญ่ต่างก็เห็นพ้องต้องกันตามคำทำนายของนอสดราตามูส ซึ่งตามแนวคิดในเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อในข้อกล่าวอ้างพยานหลักฐาน หรือการนำเสนอซ้ำหรือพูดซ้ำในสิ่งที่ต้องการให้คนเชื่อ จึงสอดคล้องกับกรอบความคิดที่ผู้วิจัยได้ใช้ในการวิเคราะห์การสร้างความสำเร็จของนักโหราศาสตร์ที่นำเสนอผ่านสื่อ สิ่งพิมพ์ จึงกล่าวได้ว่า นักโหราศาสตร์ส่วนใหญ่ได้ใช้แนวคิดในเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อ ทำให้สาธารณชนทั่วไปเชื่อถือในคำทำนาย หรือข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์



จากการสัมภาษณ์โหราจารย์ทางด้านยูเรเนียน จรัญ พิกุล ได้กล่าวว่า เรื่องการพยากรณ์ของนอสดราตามุส ในปี ค.ศ.2000 โลกจะไม่แตกตามคำพยากรณ์ แต่จะเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำไปทั่วโลก และสงครามโลกครั้งที่ 3 ก็จะไม่เกิดในปี ค.ศ.2000 แน่นอน มีแต่ักโหราศาสตร์หลายคนจะถูกสาธารณชนเกลียดชัง เพราะพยากรณ์เหตุการณ์ต่างๆผิดพลาดขาดความน่าเชื่อถือ (อ้างถึงในบทสัมภาษณ์ จรัญ พิกุล 4 เมษายน 2541)

ผลการวิจัยยังพบว่า นักโหราศาสตร์มักสร้างความเด่นดังให้กับตนเอง โดยการทำนายเกี่ยวกับเรื่องนายกรัฐมนตรื การเมือง หรือทำนายในบริบทประเทศ ทำนายเหตุการณ์ความเป็นไปทั่วโลก ซึ่งจะเห็นว่านักโหราศาสตร์ได้ใช้วิธีการสร้างแรงจูงใจด้านอารมณ์ให้กับคนทั่วไปสนใจ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าสอดคล้องตามแนวคิดเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อในข้อที่อ้างถึงบุคคล หรือสถาบันที่คนยอมรับนับถือ หรือสอดคล้องตามแนวคิดเรื่องกลยุทธ์ในการโฆษณาในเรื่องการจูงใจด้านอารมณ์ให้เกิดขึ้นในหมู่ผู้อ่านหรือสาธารณชน จึงอาจกล่าวได้ว่าเป็นวิธีการสร้างความเชื่อในด้านโหราศาสตร์ที่นำเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ แต่ก็มีบ่อยครั้งที่คำทำนายของนักโหราศาสตร์หลายคนไม่ตรงกับการพยากรณ์ ก็ต้องเสียเครดิตระยะหนึ่ง ถ้าใครเผชิญทายถูกก็เท่ากับเพิ่มความมีชื่อเสียงให้กับตนเอง จากผลการวิจัยได้พบว่า ความมีชื่อเสียงของนักโหราศาสตร์ส่วนหนึ่งมาจากการพยากรณ์ในเรื่องการเมือง ทายถูกว่าใครจะได้เป็นนายกรัฐมนตรื การพยากรณ์ในเรื่องการตายของดารา หรือการพยากรณ์ในเรื่องผลฟุตบอลโลก หรือการพยากรณ์ว่าใครจะได้เป็นนางสาวไทย หรือนางงามจักรวาล ถ้าทำนายได้ถูกต้อง นักโหราศาสตร์จะนำมาเป็นข้ออ้างในการโฆษณาชวนเชื่อ อ้างถึงพยานหลักฐานว่าเคยพยากรณ์ถูกต้องมาแล้ว เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตนเองมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อ ที่ผู้วิจัยเห็นว่านักโหราศาสตร์ส่วนมากได้ใช้วิธีการเช่นนี้ ในการสร้างความเชื่อด้านโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อประเภทอื่นๆ

ผลการวิจัยยังพบว่า ในปรากฏการณ์ปัจจุบัน นักโหราศาสตร์ได้สร้างความเชื่อในบริบททางด้านธุรกิจ มากกว่าบริบททางด้านโหราศาสตร์ จะเห็นว่ามีจัดการอบรมเกี่ยวกับโหราศาสตร์ทางด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องดูดวง ดูโหงวเฮ้ง ดูดวงจัญ จะพยายามนำเอาเรื่องธุรกิจมาเกี่ยวข้องกับโหราศาสตร์ โดยการจัดอบรมตามโรงแรมใหญ่ๆทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ในกรุงเทพมหานครจะพบว่าจัดกันมากตามโรงแรมมณเฑียร โรงแรมนารายณ์ โรงแรมดุสิตธานี ซึ่งส่วนใหญ่จะมีการให้บริการทางด้านดูดวงประจำอยู่แล้ว ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าในปัจจุบัน นักโหราศาสตร์ได้พยายามสร้างความเชื่อในบริบททางด้านธุรกิจตามโรงแรมใหญ่ๆ ห้างสรรพสินค้าชื่อดัง หรืออาคารพาณิชย์ที่มีชื่อ ตัวอย่างเช่นนักโหราศาสตร์ท่านหนึ่งได้มีการใช้สื่อมวลชนโฆษณาทางรายการบ้านเลขที่ 5 ทางช่อง 5 ททบ.ว่า จะมีการ อบรมทางด้านโหราศาสตร์ขึ้นที่จังหวัดขอนแก่น เท่ากับเป็นการใช้สื่อมวลชนในการโฆษณาสนับสนุนความมีชื่อเสียงให้กับตนเองที่อิงเชิงพาณิชย์ นักโหราศาสตร์ท่านนี้ยังได้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์

ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ผ่านสื่อโทรทัศน์ เพื่อโฆษณาขายสินค้าและบริการ ซึ่งได้แก่ หนังสือโหราศาสตร์ เทปดูดวงตลอดทั้งปี สอดคล้องกับแนวความคิดในเรื่องกลยุทธ์การตลาดในแง่การสร้างจุดเด่นเพื่อให้ขายสินค้าและบริการได้

นอกจากนี้ ยังมีการพยากรณ์ของนักโหราศาสตร์แบบสุ่มพยากรณ์มากมายในสื่อสิ่งพิมพ์ ถ้าพูดตามเหตุผล การพยากรณ์รายบุคคลยังต้องอาศัย วันเดือน ปีเกิด และเวลาตกฟาก โอกาสทำนายผิดยังมีมาก แล้วการทำนายในลักษณะสุ่มพยากรณ์ โดยไม่อาศัยวัน เดือน ปีเกิด และเวลาตกฟาก จะหาความแน่นอน หาความน่าเชื่อถือได้จริงหรือไม่ นอกจากนักโหราศาสตร์บางคนจะใช้สัมผัสที่หกในการพยากรณ์ อาศัยพลังสมาธิ ซึ่งเป็นอีกเรื่องหนึ่งจากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่า นักโหราศาสตร์ได้ใช้กลยุทธ์การโน้มน้าวใจในการสร้างความเชื่อทางด้านโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ โดยอาศัยความมีชื่อเสียงหรือประสบการณ์ ในฐานะนักเขียน นักคอลัมนิสต์ตามสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมจากประชาชน จึงสอดคล้องตามทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจในข้ออาศัยความมีชื่อเสียงหรือประสบการณ์ในการดูหมอมานาน

จากปรากฏการณ์ในปัจจุบัน ผู้วิจัยยังพบอีกว่า นักโหราศาสตร์ได้มีการแข่งขันกันในการสร้างความเชื่อทางด้านโหราศาสตร์ ทั้งในบริบททางโหราศาสตร์และบริบททางธุรกิจ ตรงกับเรื่องกลยุทธ์การโน้มน้าวใจคือการสร้างชื่อเสียง สร้างความน่าเชื่อถือในผลงานเขียนที่เผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ กล่าวอีกนัยหนึ่ง สิ่งพิมพ์ที่เป็นสื่อชนิดหนึ่งที่ช่วยให้นักโหราศาสตร์เหล่านี้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้นไปอีกทั้งในบริบททางโหราศาสตร์และทางธุรกิจ

ปัญหามีอยู่ว่าความสำเร็จของนักโหราศาสตร์เหล่านี้ มีพื้นฐานอยู่บนความหลงกลวงหรือไม่ รายการโทรทัศน์ ทั้ง ITV. และรายการเจาะใจของดำรง พุฒตาล ทางช่อง 5 ททบ. ได้นำเอาเรื่องราวของคนทรงเจ้าปลอมมาเปิดเผย จากคำสารภาพของอดีตช่างซ่อมรถยนต์งามการ และนักโหราศาสตร์เจ้าของคอลัมน์ "นรลักษณ์ มหาลาภ" ได้เขียนบทความเรื่องสันเสทือนทั้งวงการร่างทรง ในนิตยสารชีวิตต้องสู้ ฉบับที่ 256 ประจำเดือนตุลาคม 2540 ในขณะที่สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือของความสำเร็จของบุคคลเหล่านี้ สื่อมวลชนก็เป็นผู้ตีแผ่ความฉ้อฉลของพวกเขาด้วย

จากผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของสื่อมวลชน ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ ล้วนมีอิทธิพลต่อนักโหราศาสตร์ นักโหราศาสตร์ที่มีผลงานเขียนตามสื่อสิ่งพิมพ์ หรือได้ออกโทรทัศน์ ย่อมสร้างชื่อเสียงให้กับนักโหราศาสตร์ผู้นั้นโด่งดังอย่างรวดเร็ว ถึงแม้บางคนจะทำนายไม่แม่นยำ แต่ถ้านำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อมวลชนทุกวัน ย่อมทำให้นักโหราศาสตร์ผู้นั้นมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่สาธารณชนทั่วไป อาจจะกล่าวได้ว่าถ้านักโหราศาสตร์คนใดมีผลงานเขียนเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน ผู้นั้นจะเกิดในวงการ

โหราศาสตร์อย่างรวดเร็ว ถึงแม้ประสบการณ์ในการดูหมอจะไม่นานก็ตาม ซึ่งผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่มีชื่อเสียงต่างมีความสามารถในฐานะนักเขียน หรือคอลัมนิสต์ จากแนวความคิดในเรื่องกลยุทธ์การโน้มน้าวใจ ผู้วิจัยเห็นว่า มีการนำหลักการตามทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ มาจูงใจให้คนเชื่อโหราศาสตร์ ที่นำเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ จึงเป็นการสอดคล้องกับวิธีการสร้างความเชื่อที่อาศัยความน่าเชื่อถือของแหล่งสารเป็นหลัก

ผลการวิจัยพบว่า ในปัจจุบันการนำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ นอกจากจะพบตามสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อหลักแล้ว ยังพบว่าโหราศาสตร์ได้ถูกเผยแพร่ผ่านทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และทางซีดี-รอม ทั้งนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ และนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ โดยเฉพาะวิธีการดูหมอไผ่ยิบซี นอกจากจะมีการเผยแพร่ตามสื่อสิ่งพิมพ์ หรือตามซีดี-รอมแล้ว ยังมีการบริการในลักษณะเชิงพาณิชย์ หยอดเหรียญตามศูนย์การค้ามีชื่ออีกหลายแห่งซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องกลยุทธ์การโฆษณา ซึ่งมีการใช้เหตุการณ์ทางเทคนิคหรือวิทยาศาสตร์เข้ามาช่วย โดยอาศัยโปรแกรมทางคอมพิวเตอร์เผยแพร่ความเชื่อ เพื่อขายสินค้าและบริการทางด้านโหราศาสตร์แก่สาธารณชนทั่วไป

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่สามารถทำนายในระดับโลก ระดับประเทศ จะมีการทำนายในด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม ของประเทศ และทวีปอื่น น้อยกว่าการทำนายดวงชะตาบุคคล นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ทำนายดวงโลก ดวงประเทศ และดวงเมือง ในบริบททางด้านเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม ได้แก่ จรัญ พิบูล ปรมาจารย์ทางด้านยูเรเนียน , บุศรินทร์ ปัทมาคม , พันเอกสุชาติ สุขประเสริฐ , พัฒนา พัฒนศิริ , กิตตินันท์ เจนาคม และเก่งกาจ จงใจพระ ส่วนนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ได้แก่ สังคม ฮอหรินทร์

ผลการวิจัยพบว่า ในวงการโหราศาสตร์นั้นยังมีการพึ่งพากลุ่มเพื่อสร้างความเด่นให้กับตนเองอันจะเป็นเครื่องมือในการชักจูงใจได้ โดยผลการวิจัยพบว่า การจัดอันดับหยอดเยี่ยมของประเทศไทยในปัจจุบัน ส่วนมากจะเป็นการจัดทำเยียบหมอดู ตามสำนักพิมพ์มติชน หรือจัดตามทำเยียบสื่อสิ่งพิมพ์ ที่จัดโดยสำนักพิมพ์ที่นักโหราศาสตร์ผู้นั้นเป็นนักเขียนประจำอยู่ ยังไม่มีมาตรฐานในการจัดลำดับความแม่นยำในการพยากรณ์ แต่จะเป็นการจัดทำเยียบตามชื่อเสียงของนักโหราศาสตร์มากกว่า

เท่าที่พบจากการวิจัย จะเห็นว่าสมาคมโหรแห่งประเทศไทยเอง ก็ไม่ได้มีการจัดอันดับทำเยียบนักโหราศาสตร์ที่ได้มาตรฐาน จะจัดเฉพาะนักโหราศาสตร์ที่ทางสมาคมนับรองเท่านั้น โดยอาศัยจากการเป็นสมาชิกจบหลักสูตรทางด้านโหราศาสตร์จากสมาคมฯ

จากแนวคิดในเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อในหัวข้อการใช้วิธีพวกมากลากไป หรือ การแสดงความเป็นพวกเดียวกัน จึงสอดคล้องกับแนวคิดที่ผู้วิจัยเห็นว่า นักโหราศาสตร์ได้ใช้ หลักการโฆษณาชวนเชื่อมาสร้างความเชื่อในทางโหราศาสตร์ โดยอาศัยความมีชื่อเสียงในฐานะโหรที่ติดอันดับ 1 ใน 25 ของทำเนียบหมอดูสำนักพิมพ์มติชน ตามหลักทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

ผู้วิจัยเห็นว่า นักโหราศาสตร์ได้อาศัยแนวความคิดในเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อ สร้างกระแสความเชื่อในทางโหราศาสตร์ สร้างความโดดเด่นให้กับพวกตน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางในเชิงการโฆษณาชวนเชื่อ ตามคิดของ Curtes D. Mc Dongoll ที่ใช้การโฆษณาชวนเชื่อจูงใจสาธารณชนผ่านสื่อมวลชนเพื่อขายอุดมการณ์ สื่อมวลชนถูกใช้ประโยชน์ในกระบวนการโฆษณาชวนเชื่อในสื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หรือเคเบิลทีวี เป็นต้น

จากผลการวิจัยในปัจจุบันพบว่า หมอดูในยุคปัจจุบัน ได้ยกระดับการศึกษาของตัวเองให้สูงขึ้น มีทั้งระดับปริญญาเอก ปริญญาโท และปริญญาตรี จากหลักการทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ จะเห็นว่า นักโหราศาสตร์ได้อาศัยสถานภาพด้านการศึกษามาเป็นจุดเด่นในด้านการสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับตัวนักโหราศาสตร์ จึงสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

ผลการวิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ หรือวิธีการไสยศาสตร์ หรือจิตวิญญาณ จะโฆษณาชวนเชื่อได้ว่ารายได้จากการดูหมอดูส่วนหนึ่งจะนำไปช่วยการกุศล เช่น นำไปช่วยเหลือเด็กกำพร้าที่ยากไร้ นำไปช่วยเหลือคนชรา นำไปช่วยเหลือสภากาชาดไทย นำไปถวายเป็นพระราชกุศลสมทบทุนมูลนิธิชัยพัฒนา เป็นต้น ปรากฏการณ์เช่นนี้ จะมีให้พบเห็นบ่อยตามโรงแรมชื่อดังหรือตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำซึ่งจะมีการจัดนิทรรศการทางด้านโหราศาสตร์ แสดงผลงานของนักโหราศาสตร์ที่มีชื่อเสียง โดยอ้างวัตถุประสงค์เพื่อนำเงินไปช่วยการกุศล ซึ่งบางครั้งก็เป็นเรื่องจริงเช่นการที่นักโหราศาสตร์หลายท่านเสียสละแรงงานมานั่งดูหมอดูให้สาธารณชน เพื่อนำเงินไปช่วยเหลือสภากาชาดไทย ซึ่งทำเป็นประจำทุกปีในนามของสมาคมโหรแห่งประเทศไทย แต่ที่ออกมาในรูปใช้การกุศลบังหน้าก็มีให้พบเห็นมากมายเช่นกัน ซึ่งเป็นการสร้างผลประโยชน์ทางธุรกิจร่วมกัน ระหว่างนักโหราศาสตร์กับนายทุนเจ้าของโรงแรม หรือห้างสรรพสินค้า

ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า นักโหราศาสตร์ได้อาศัยแนวคิดเรื่องกลยุทธ์การโฆษณาในหัวข้อเรื่องการให้ข่าวสารโดยตรง หรือการใช้ข้อเท็จจริง โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ผ่านสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ เพื่อเชิญชวนให้สาธารณชนมาใช้บริการดูหมอดูในช่วงเทศกาลดังกล่าว

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์นักโหราศาสตร์บางท่านพบว่า มีการจัดตั้งเป็นมูลนิธิขึ้นโดยสร้างภาพลักษณ์ของตนให้สาธารณชนทั่วไปเห็นว่า วิธีการดูหมอมของตนแท้ที่จริงทำเพื่อการกุศล ไม่ได้ทำเพื่อการค้าอย่างที่คนทั่วไปเข้าใจ ซึ่งอัตราค่าบริการดูหมอมที่แพง ๆ เพราะต้องการเงินไปช่วยเหลือการกุศลนั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อ ในเรื่องการเคลื่อนย้ายความสนใจ หรือการอ้างถึงสถาบันที่คนยอมรับนับถือ ซึ่งเป็นองค์กรทางการกุศล หรือมูลนิธิต่าง ๆ

ผลการวิจัยพบว่า แนวทางในการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์ และแนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ เป็นลักษณะผสมผสานระหว่างวิธีการใดวิธีการหนึ่ง นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์บางครั้งก็นำเอาความเชื่อทางไสยศาสตร์ ความเชื่อของสังคมพื้นบ้าน หรือการแก้เคล็ดทางโหราศาสตร์มาใช้ในการสร้างความเชื่อผ่านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ และนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ ก็มีการนำเอาวิธีการโหราศาสตร์แบบวิทยาศาสตร์มาใช้ เช่น การอ้างถึงอิทธิพลการโคจรของดวงดาว มีดาวมฤตยูเล็งลัคน์ พระเสาร์เล็งลัคน์ พระอังคารเล็งลัคน์ พระราหูเล็งลัคน์ เป็นต้น

## บทสรุป

จากการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ในบริบททางโหราศาสตร์และบริบททางธุรกิจ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า

ประการที่หนึ่ง นักโหราศาสตร์มีการนำเสนอข่าวสารต่อสาธารณชน คือ

### ♦ ในบริบททางโหราศาสตร์ จะใช้วิธีการ คือ

- 1) จะใช้วิธีการทำนายในเชิงสร้างความสมหวังในเรื่องความรัก การงาน การเงิน โชค การเรียน สุขภาพ การเดินทาง การค้า เศรษฐกิจ การเมือง ฯลฯ
- 2) จะใช้วิธีการทำนายในเชิงสร้างความผิดหวังในเรื่องเคราะห์ ความล้มเหลวในชีวิตความรัก อุบัติเหตุ สุขภาพไม่ดี ปัญหาการเงิน ปัญหาการเดินทาง ปัญหาธุรกิจการค้า ฯลฯ
- 3) จะใช้วิธีการให้ความรู้ทางด้านโหราศาสตร์ หรือให้คำปรึกษาปัญหาชีวิต
- 4) ใช้แนวทางในเชิงกลยุทธ์การโน้มน้าวใจ โดยอาศัยประสบการณ์ทางด้านโหราศาสตร์ ความมีชื่อเสียง ความสามารถพิเศษ วิธีการจูงใจด้วยการแทรกคติพจน์ คติธรรม และปรัชญาชีวิต

5) ใช้แนวทางสร้างความเชื่อในเชิงสัญลักษณ์วิทยา ซึ่งได้แก่ Signifier ด้หมายถึง คือ นักโหราศาสตร์ , Signified คือผลงานเขียน , Denotation คือการสร้าง ความหมายโดยตรง ใช้ภาษาง่าย , Connotation คือการสร้าง ความหมายโดยนัยแฝง ใช้ภาษาทางด้านโหราศาสตร์ , การใช้ภาพลักษณ์ , การใช้ดัชนี , การใช้สัญลักษณ์

♦ ในบริบททางธุรกิจ จะใช้วิธีการ คือ

1) ใช้แนวทางเชิงการโฆษณาชวนเชื่อ เช่น การใช้ข้อข้องใจชาวบ้าน การอ้างพยานหลักฐาน การให้ข้อเท็จจริงไม่ครบ การสร้างความโดดเด่นให้กับพวกตน การตั้งสมญานาม การสร้างกระแสความเชื่อ การอ้างถึงบุคคลหรือสถาบันที่คนยอมรับนับถือ

2) ใช้แนวทางในเชิงกลยุทธ์ทางการโฆษณา เช่น ข่าวดาราการขายโดยตรง หรือการใช้ข้อเท็จจริง การสาธิต การใช้เหตุการณ์ทางเทคนิคหรือวิทยาศาสตร์ การเปรียบเทียบว่า น่าเชื่อถือกว่าผู้อื่น การสร้างเป็นเรื่องราว การสร้างอารมณ์ขัน การจูงใจด้านอารมณ์

3) ใช้แนวทางใช้เชิงกลยุทธ์การตลาด ซึ่งได้แก่

(ก)ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น การสร้างจุดขายเพื่อดึงดูดใจในการซื้อ การออกแบบผลิตภัณฑ์ คำนึงคุณค่าและอรรถประโยชน์ที่สาธารณได้รับ

(ข)ด้านราคา ได้แก่ การยอมรับของลูกค้ ราคาสินค้าที่วางขายในท้องตลาด

(ค)การส่งเสริมการตลาด ซึ่งได้แก่ การให้คำปรึกษาฟรี (ดูดวงฟรี) การลดราคา

(ง)การจัดจำหน่าย ซึ่งได้แก่ โดยนักโหราศาสตร์ ด้แทนจำหน่าย และสายส่ง

ประการที่สอง เมื่อเปรียบเทียบในเชิงโหราศาสตร์แล้ว แนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์กับแนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณในบริบททางโหราศาสตร์และทางธุรกิจ มีความเหมือนและแตกต่าง คือ

♦ ในส่วนของ Content Analysis

มีความเหมือนกันในบริบทด้านโหราศาสตร์ คือ

1) ใช้วิธีการทำนายในเชิงสร้างความสมหวังในเรื่องความรัก การงาน การเงิน โชค การเรียน สุขภาพ การเดินทาง การค้า เศรษฐกิจ การเมือง ฯลฯ

2) ใช้วิธีการทำนายในเชิงสร้างความผิดหวังในเรื่องเคราะห์ ความล้มเหลว ออกหัก อุบัติเหตุ สุขภาพไม่ดี ปัญหาการเงิน ปัญหาการเดินทาง ปัญหาธุรกิจการค้า ฯลฯ

3) ใช้วิธีการให้ความรู้ทางด้านโหราศาสตร์ หรือให้คำปรึกษาปัญหาชีวิต

4) ใช้แนวทางในเชิงกลยุทธ์การโน้มน้าวใจ โดยอาศัยประสบการณ์ทางด้านโหราศาสตร์ ความมีชื่อเสียง ความสามารถพิเศษ วิธีการจูงใจด้วยการแทรกคตินิพนธ์ คติธรรม และปรัชญาชีวิต

5) ใช้แนวทางสร้างความเชื่อในเชิงสัญญาวิทยา ซึ่งได้แก่ Signifier ด้หมายถึงคือนักโหราศาสตร์ , Signified คือผลงานเขียน , Denotation คือการสร้างความหมายโดยตรงใช้ภาษาง่าย , Connotation คือการสร้างความหมายโดยนัยแฝง ใช้ภาษาทางด้านโหราศาสตร์ , การใช้ภาพลักษณ์ , การใช้ดัชนี , การใช้สัญลักษณ์

**มีความแตกต่างในบริบทด้านโหราศาสตร์ คือ มีการใช้ภาษาโหราศาสตร์ในลักษณะ Connotation**

**มีความเหมือนกันในบริบทด้านธุรกิจ คือ**

1) ใช้แนวทางเชิงการโฆษณาชวนเชื่อ เช่น การใช้ข้ออ้างใจชาวบ้าน การอ้างพยานหลักฐาน การใช้ข้อเท็จจริงไม่ครบ การสร้างความโดดเด่นให้กับพวกตน การตั้งสมญานาม การสร้างกระแสความเชื่อ การอ้างถึงบุคคล หรือสถาบันที่คนยอมรับ นับถือ

2) ใช้แนวทางในเชิงกลยุทธ์กับการโฆษณา เช่น ข่าวดสารการขายโดยตรง หรือการใช้ข้อเท็จจริง การสาธิต การใช้เหตุการณ์ทางเทคนิค หรือวิทยาศาสตร์ การเปรียบเทียบว่าน่าเชื่อถือกว่าผู้อื่น การสร้างเป็นเรื่องราว การสร้างอารมณ์ขัน การจูงใจด้านอารมณ์

3) ใช้แนวทางใช้เชิงกลยุทธ์การตลาด ซึ่งได้แก่

(ก)ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น การสร้างจุดขายเพื่อดึงดูดใจในการซื้อ การออกแบบผลิตภัณฑ์ คำหนึ่งคุณค่าและอรรถประโยชน์ที่สาธารณได้รับ

(ข)ด้านราคา ได้แก่ การยอมรับของลูกค้ ราคาสินค้าที่วางขายในท้องตลาด

(ค)การส่งเสริมการตลาด ซึ่งได้แก่ การให้คำปรึกษาฟรี (ดูดวงฟรี) การลดราคา

(ง)การจัดจำหน่าย ซึ่งได้แก่ โดยนักโหราศาสตร์ ตัวแทนจำหน่าย และสายส่ง

#### ♦ ในส่วนของ Depth Interview

**มีความแตกต่างในบริบทด้านโหราศาสตร์ คือ**

1) มีความแตกต่างกันในวิธีการสร้างความเชื่อ วิธีการวิทยาศาสตร์จะเน้นเรื่องสถิติ ความเป็นเหตุเป็นผล วิธีการไสยศาสตร์ หรือจิตวิญญาณ จะเน้นเรื่องสัมผัสที่หก ไม่มี การอ้างสถิติ ใช้วิธีการอธิษฐานจิต

2) มีความแตกต่างในด้านจุดเด่น หรือสไตส์การดูหมอ

3) มีความแตกต่างในด้านความหลากหลายในการพยากรณ์

4) มีความแตกต่างในด้านผลงาน

## มีความแตกต่างในบริบทด้านธุรกิจ คือ

- 1) มีความแตกต่างในด้านความสามารถพิเศษในทางอาชีพ
- 2) มีความแตกต่างด้านสถานภาพ ประสบการณ์ดูหมอ สถานภาพด้านการศึกษา สถานภาพด้านความมีชื่อเสียง
- 3) มีความแตกต่างด้านความมั่นคงทางรายได้

จากข้อสันนิษฐานเบื้องต้นพบว่าแนวทางในการสร้างความเชื่อในเรื่องโหราศาสตร์แต่ละแนวทางมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความสามารถของนักโหราศาสตร์แต่ละคน ซึ่งมีจุดเด่น หรือความสามารถไม่เท่ากัน (ยอมรับข้อสันนิษฐานการวิจัย) ผู้วิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์แต่ละคน มีจุดเด่นที่เรียกว่าสไตล์การดูหมอ หรือเอกลักษณ์ในการพยากรณ์ที่แตกต่างกันออกไป รวมทั้งปัจจัยอื่นๆของนักโหราศาสตร์ที่แตกต่างกัน เช่น ความสามารถพิเศษ ประสบการณ์ในการดูหมอ ความมีชื่อเสียงและสถานภาพทางด้านต่างๆ ไม่เหมือนกัน เช่น การศึกษา อายุ รายได้ เป็นต้น

ผลการวิจัยเรื่อง"แนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ในบริบททางโหราศาสตร์และธุรกิจ" ผู้วิจัยพบว่า นักโหราศาสตร์แต่ละคนมีจุดเด่นที่เรียกว่าสไตล์การดูหมอ หรือเอกลักษณ์ในการพยากรณ์ที่แตกต่างกัน นักโหราศาสตร์บางท่านก็มีความชำนาญในการทำนายรูปแบบเดียว แต่บางท่านจะใช้วิธีการทำนายในลักษณะหลากหลาย ผสมผสานระหว่างวิธีการวิทยาศาสตร์กับวิธีการไสยศาสตร์ หรือจิตวิญญาณ

นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการพยากรณ์ด้วยวิธีการวิทยาศาสตร์เพียงวิธีการเดียว เช่น บุครินทร์ ปัทมาคม จะใช้วิธีการดูดวงตามหลักโหราศาสตร์ไทย, จรรย์ พิภูล จะใช้วิธีการดูดวงตามระบบโหราศาสตร์ยูเรเนียน , เบญจะ ชินปัญชนะ จะใช้วิธีการดูลายมือ นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณเพียงวิธีการเดียว สุริยัน อริยวงศ์โสภณ(หมอหยอง) จะใช้สัมผัสที่หกในร่างเทพพระพิฆเนศวีเคราะห์พลังสมาธิดวง ส่วนนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการหลากหลาย ผสมผสานระหว่างวิธีการวิทยาศาสตร์ กับวิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ อาทิตย์ มลิตทอง จะใช้วิธีการดูฝ่ามือ ดูลายเซ็น ดูนรลักษณ์หรือโหงวเฮ้ง ดูเลขศาสตร์ ดูดวงไทย

เพื่อความสอดคล้องตามหลักทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ นักโหราศาสตร์จึงพยายามสร้างความเด่น ความมีชื่อเสียงให้กับตนเอง โดยการสร้างผลงานผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในลักษณะ Signified ตามแนวคิดเรื่องสัญวิทยาที่พยายามสร้างผลงานเขียน และตัวนักโหราศาสตร์ในฐานะ Signifier พยายามที่จะใช้กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ สร้างความเชื่อในเรื่องโหราศาสตร์ผ่าน



สื่อสิ่งพิมพ์ บางคนอาศัยประสบการณ์ดูหมอมานาน ในฐานะเป็นโหราศาสตร์ อาศัยความสามารถพิเศษ เช่น เป็นนักวิจารณ์บันเทิงและดนตรี เป็นนักจัดรายการวิทยุ เป็นนักเขียน นักแสดง ขุนทอง อสุณี ณ อยุธยา หมอดูไพ่ยิปซีชื่อดัง อาศัยประสบการณ์ในฐานะเป็นนักเขียน นักดนตรี นักวิจารณ์บันเทิงมาก่อนถึงได้เข้าสู่วงการโหราศาสตร์ เริ่มมีชีวิตหมอดูครั้งแรกที่โรงแรมมณเฑียร หรือ สุริยัน อริยวงศ์โสภณ (หมอดอยง) นักโหราศาสตร์ชื่อดังอีกคนหนึ่งของเมืองไทย ที่ได้ดังดังมาได้เพราะได้รับการสนับสนุนจากวงการบันเทิง ดูดวงให้ดารา ดูดวงให้บุคคลที่มีชื่อเสียงซึ่งเป็นการสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อ ที่มีการอ้างถึงบุคคลหรือสถาบันที่คนยอมรับนับถือ

### ข้อเสนอแนะ

1) จากการศึกษาวิเคราะห์แนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ ที่นำเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นการวิเคราะห์ผู้ส่งสารคือนักโหราศาสตร์ กับตัวสารคือผลงานของนักโหราศาสตร์ ตัวผู้วิจัยไม่ได้ศึกษาถึงผู้รับสารคือผู้อ่านว่าจะวัดความน่าเชื่อถือของนักโหราศาสตร์ที่นำเสนอข่าวสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์เช่นไร จึงน่าจะมีผู้วิจัยรายต่อไปทำการศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้รับสาร หรือสาธารณชนทั่วไป ว่าการทำนายพยากรณ์ที่นำเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์นั้น ทั้งเชิง Positive และเชิง Negative นักโหราศาสตร์แต่ละคนทำนายเป็นจริงมากน้อยเพียงใด น่าเชื่อถือหรือไม่ และผลสะท้อนที่เกิดจากคำทำนายต่อสาธารณชนทั่วไปมีมุมมองต่อนักโหราศาสตร์ในลักษณะเช่นใด

2) เนื่องจากโหราศาสตร์มีอิทธิพลต่อมนุษย์ในสังคมเป็นอย่างมาก ปัจจุบันนี้โหราศาสตร์นอกจากจะแพร่หลายในสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลักแล้ว ยังมีปรากฏตามสื่อวิทยุ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี หรือแม้แต่ในอินเทอร์เน็ต ก็มีเรื่องราวของโหราศาสตร์เข้าไปเผยแพร่ มีการผลิตคำพยากรณ์ออกมาในรูปแบบของซีดี-รอม จึงเป็นแนวทางที่นักวิจัยสาขาอื่น ๆ น่าจะศึกษาเรื่องราวของโหราศาสตร์ตามสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ตบ้าง