

แนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์
ในบริบททางโหราศาสตร์และทางธุรกิจ



นาย นวฤทธิ เอ็บอิม

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาวารสารสนเทศ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2540

ISBN 974-638-073-7

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE CONVINCING METHODS OF ASTROLOGERS THROUGH PRINTED
MEDIA IN THE CONTEXTS OF ASTROLOGY AND BUSINESS

Mr. Nawarit Erb-im

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Journalism

Department of Journalism

Graduate School

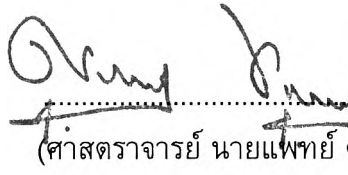
Chulalongkorn University

Academic Year 1997

ISBN 974-638-0730-7

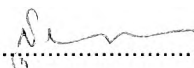
หัวข้อวิทยานิพนธ์	แนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในบริบททางโหราศาสตร์และทางธุรกิจ
โดย	นายนฤทธิ์ เอิบอ้ม
ภาควิชา	วารสารสนเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ศาสตราจารย์ สุกัญญา สุดบรรทัด


บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต


..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
 (ศาสตราจารย์ นายแพทย์ สุภาวัฒน์ ชุตินวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
 (รองศาสตราจารย์ ดร.ดรณี หิรัญรักษ์)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
 (ศาสตราจารย์ สุกัญญา สุดบรรทัด)


..... กรรมการ
 (รองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร)

นวนกัธิ์ เอิบอ้ม : แนวทางการสร้างวามเชื่อของนักโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในบริบททางโหราศาสตร์และทางธุรกิจ(THE CONVINCING METHODS OF ASTROLOGERS THROUGH PRINTED MEDIA IN THE CONTEXTS OF ASTROLOGY AND BUSINESS)

อ.ที่ปริกษา : ศ.สุกัญญา สุตบรรทัด, 312 หน้า. ISBN 974-638-073-7.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาแนวทางต่างๆในการนำเสนอข่าวสารของนักโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในบริบททางโหราศาสตร์และทางธุรกิจ กับเพื่อเปรียบเทียบหาความเหมือนและความแตกต่างในการนำเสนอข่าวสารทางด้านโหราศาสตร์ที่ปรากฏตามสื่อสิ่งพิมพ์ ระหว่างนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์กับนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ การวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น 2 วิธี คือ การวิเคราะห์เนื้อหาและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ในส่วนของการวิเคราะห์เนื้อหาผู้วิจัยได้ศึกษาผลงานของนักโหราศาสตร์จากสื่อสิ่งพิมพ์ 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสารรายสัปดาห์ นิตยสารรายปักษ์ นิตยสารรายเดือน หนังสือโหราศาสตร์หรือตำราโหราศาสตร์ จำนวนทั้งสิ้น 121 ฉบับ ในส่วนของการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้วิจัยได้ศึกษาตัวนักโหราศาสตร์จำนวน 22 คน เพื่อสัมภาษณ์ถึงวิธีการสร้างความเชื่อทางด้านโหราศาสตร์ รวมทั้งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานภาพทางด้านต่างๆของนักโหราศาสตร์แต่ละคน

ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการทางสัญวิทยาสร้างความเชื่อทางด้านโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ทำนายในเชิงสร้างความผิดหวัง มีการนำเสนอข่าวสารทางโหราศาสตร์ด้าน Negative มากกว่าด้าน Positive
2. ด้านความเหมือนกันจะพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์และนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ มีการใช้วิธีการทางสัญวิทยาสร้างความเชื่อโดยวิธีการให้ความรู้หรือการแนะนำปรึกษาปัญหาชีวิตผ่านสื่อสิ่งพิมพ์
3. ด้านความเหมือนกันจะพบว่า นักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการวิทยาศาสตร์และนักโหราศาสตร์ที่ใช้วิธีการไสยศาสตร์หรือจิตวิญญาณ มีการใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจเพื่อสร้างชื่อเสียงให้กับตัวนักโหราศาสตร์ในบริบททางโหราศาสตร์ในฐานะโหราจารย์ หมอดูชื่อดัง คอลัมน์นิสต์ที่มีผลงานตามสื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสื่อมวลชน
4. ด้านความแตกต่างจะพบว่า ในบริบททางโหราศาสตร์มีความแตกต่างในด้านจุดเด่นหรือสไตล์การดูหมอของนักโหราศาสตร์แต่ละคน ความแตกต่างในด้านความสามารถในการพยากรณ์ไม่เท่ากันและความแตกต่างในด้านผลงานเขียน ส่วนในบริบททางธุรกิจพบว่ามีความแตกต่างในด้านความสามารถพิเศษ ความแตกต่างในด้านสถานภาพทางประชากรณ์ดูหมอ อายุ การศึกษา และความแตกต่างด้านรายได้
5. นักโหราศาสตร์ได้สร้างความเชื่อทางด้านโหราศาสตร์ทั้งในบริบททางโหราศาสตร์และทางธุรกิจโดยอาศัยการจูงใจ ด้านการโฆษณาชวนเชื่อ ด้านการโฆษณา ด้านการตลาด ผ่านสื่อมวลชนประเภทสื่อสิ่งพิมพ์

ภาควิชาวารสารสหเทพ
.....การหนังสือพิมพ์
สาขาวิชา
.....2540
ปีการศึกษา

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปริกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปริกษาารวม

3970787428 MAJOR JOURNALISM

KEY WORD: THE CONVINCING METHODS OF ASTROLOGERS / PRINTED MEDIA / ASTROLOGY / BUSINESS

NAWARIT ERB-IM : THE CONVINCING METHODS OF ASTROLOGERS THROUGH PRINTED MEDIA IN THE CONTEXTS OF ASTROLOGY AND BUSINESS.

THESIS ADVISOR : SUKANYA SADBANTHAD, Ph.D. 312 pp.ISBN 974-638-073-7.

The purpose of this research is to seek for the advisory methods of astrologers in the contexts of astrology and business. This study compare two groups of astrologers who use scientific methods and who use black magic or meditation. This research method use is Content Analysis and Depth Interview. The printed media to be analysed included newspapers, weekly magazines, fortnight magazines, monthly magazines and books up to the total of 121 issue. Depth Interview included 22 astrologers.

The results of this research are as follow :

1.Astrologers use the semiological method of persuasion through printed media. The informations tended to discourage and were mostly negative.

2.Both groups are similar in using semiological approach to inform and to advice

3.Both groups are similar in using persuasive method, the one which focused on the celebrity, well supported by the printed media, of the astrologers themselves.

4.In the context of astrology, two groups are different in the style of prediction, in the expertness in prediction, and in their printed work.

In the context of business there are differences in their special gifts in their expertness in prediction, in their age, education, and income.

5. The astrologers, both in the astrological and business contexts, used persuasion, propaganda, advertising, and marketing as their convincing methods through the printed media.

ภาควิชา.....วารสารสนเทศ
สาขาวิชชา.....การหนังสือพิมพ์
ปีการศึกษา.....2540

ลายมือชื่อนิสิต.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาจาก ท่านศาสตราจารย์สุกัญญา สุตบรรทัด อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำตรวจแก้ไขปรับปรุงขั้นตอนในการวิจัยอย่างดีตลอดมา

ขอกราบขอบพระคุณ ท่านรองศาสตราจารย์ดร.ดรุณี หิรัญรักษ์ ประธานคณะกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ และท่านรองศาสตราจารย์รจิตลักษณ์ แสงอุไร กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำชี้ข้อบกพร่องในการวิจัย ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้

กราบขอบพระคุณบรรดาท่านคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ อันนำมาใช้เป็นแนวคิดในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ รวมทั้งบรรดาท่านโหราจารย์ที่ได้ให้สัมภาษณ์ และเป็นกำลังใจในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยเฉพาะท่านอาจารย์จรัญ พิกุล และท่านอาจารย์พัฒนา พัฒนศิริ อีกทั้งโหราจารย์ที่ล่วงลับไปแล้วทุกท่าน ตลอดจนบรรดาเจ้าหน้าที่ห้องสมุด คณะนิเทศศาสตร์จุฬาย และเจ้าหน้าที่หอสมุดแห่งชาติทุกท่าน ที่ได้อำนวยความสะดวกในการค้นคว้าข้อมูล

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณ บิดา-มารดา ซึ่งสนับสนุนในด้านทุนและกำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมาจนสำเร็จการศึกษา

นวฤทธิ เอ็บอิม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง	ซ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	2
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	6
ปัญหาในการวิจัย	6
ข้อสันนิษฐานเบื้องต้น	6
ขอบเขตของการวิจัย	6
ข้อจำกัดของการวิจัย.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
นิยามคำศัพท์ในการวิจัย	10
2 ทฤษฎีแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ.....	29
แนวคิดเรื่องสัญญาวิทยา.....	36
แนวคิดเรื่องการเมืองมหาชนเชื่อ	42
แนวคิดเรื่องกลยุทธ์การโฆษณา.....	45
แนวคิดเรื่องกลยุทธ์การตลาด.....	52
3 ระเบียบวิธีวิจัย	61
ขั้นตอน การคัดเลือกตัวนักโหราศาสตร์.....	61
ขั้นตอน การแจกแจงผลงานเขียนของนักโหราศาสตร์.....	62

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ขั้นตอน การวิเคราะห์สื่อสิ่งพิมพ์ โดยวิธีการ Content Analysis	66
ขั้นตอน การวิเคราะห์นักโหราศาสตร์ โดยวิธีการ Depth Interview.....	74
ขั้นตอน การสรุปแนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์.....	75
ขั้นตอน การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปรผล.....	81
4 การวิเคราะห์แนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์.....	87
5 บทสรุปผลการวิเคราะห์แนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	246
รายการอ้างอิง	279
ภาคผนวก	294
ภาคผนวก ก	295
ภาคผนวก ข	309
ประวัติผู้วิจัย.....	312

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	: กรอบความคิดในการวิจัย	28
2	: ตารางวิเคราะห์แนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ตารางที่ 1)	82
3.	: ตารางรหัสความหมายสำหรับอ้างอิงตารางวิเคราะห์แนวทางการสร้างความเชื่อ ของนักโหราศาสตร์ (ตารางที่ 2)	83