

การสื่อสารความน่าเชื่อถือของนักพยากรณ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์*

THE COMMUNICATION OF FORTUNE TELLERS' CREDIBILITY ON ONLINE PLATFORMS

นางนาถ ภัทรศรีอิทธิมัย*, กฤษณ์ ทองเลิศ

Nongnart Pattarasripirom*, Grit Thonglert

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ปทุมธานี ประเทศไทย

College of Communication Arts, Rangsit University, Pathum Thani, Thailand

*Corresponding author E-mail: Nongnart.p67@rsu.ac.th

*Tel: 062-962-6614

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาแก่นประเด็นเนื้อหาที่นักพยากรณ์ใช้ในการสื่อสาร วิธีการสื่อสาร ความน่าเชื่อถือ เนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อร่วมสร้างสรรค์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเบอร์โล ทฤษฎีความน่าเชื่อถือ ทฤษฎีอัตลักษณ์ แนวคิดวาทวิทยา แนวทาง การศึกษาเชิงสัญลักษณ์วิทยา แนวคิด User-generated content (UGC) ทฤษฎีการพึ่งพาสื่อ การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัย เชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การวิเคราะห์เนื้อหาบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ของนักพยากรณ์ จำนวน 3 เพจ โดยผู้วิจัย ได้เก็บรวบรวมข้อมูลเนื้อหา จำนวน 540 รายการ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2568 ถึง 30 มิถุนายน พ.ศ. 2568 เพื่อนำมาวิเคราะห์หาค่าความหมายเชิงการสื่อสาร มีผลวิจัย ดังนี้ 1) เนื้อหาที่นักพยากรณ์ใช้ในการสื่อสาร บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ได้แก่ การพยากรณ์ดวงชะตา พิธีกรรมบูชา การให้ฤกษ์ยามมงคล แนะนำสถานที่ ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ การเช่าวัตถุมงคล โหงวเฮ้ง ฮวงจุ้ย และการออกแบบลายเซ็น 2) วิธีการการสื่อสาร เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของนักพยากรณ์ ได้แก่ การเข้ารหัสภาษาพูดที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว การใช้ภาษากาย ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว การใช้รหัสเครื่องแต่งกายเอกลักษณ์เฉพาะตัว การเชื่อมโยงเชิงเหตุผลระหว่าง การโคจร ดวงดาว กับพฤติกรรมบุคคล การใช้เทคนิคย้ำความเชื่อเพื่อสร้างความเชี่ยวชาญ การใช้ฉากหลังที่มีความหมาย เชิงสัญลักษณ์เพื่อเสริมเรื่องราว และการสร้างความเชื่อมั่นผ่านลายเซ็นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวบุคคล และ 3) เนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อร่วมสร้างสรรค์ ได้แก่ การอนุโมทนา สาธุ การแชร์ภาพเข้าร่วมพิธีกรรม การแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นกับบุคคลอื่น การแบ่งปันประสบการณ์ที่เป็นผลจากการใช้วัตถุมงคลของผู้ติดตาม และการแฝงเนื้อหา โฆษณาสินค้าในคอมเมนต์ ซึ่งสะท้อนการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในพื้นที่สื่อออนไลน์

คำสำคัญ: นักพยากรณ์, แพลตฟอร์มออนไลน์, ความน่าเชื่อถือ, เนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อร่วมสร้างสรรค์

Abstract

This research aimed to examine the core content themes employed by fortune tellers in their communication, the communication strategies used to establish credibility, and user-generated content (UGC) created on online platforms. The concepts and theories utilised in this study included Berlo's Communication Model, Credibility Theory, Identity Theory, Rhetorical Theory, Semiotic Approaches, the concept of UGC, and Media Dependency Theory. This study adopted a qualitative research approach through content analysis of online platform content from three fortune-teller

*Received July 21, 2026; Revised August 3, 2026; Accepted August 13, 2026

pages. A total of 540 online content items were collected between January 1, 2025, and June 30, 2025, and were analyzed through textual analysis and communication interpretation. The findings revealed that: 1) The content communicated by fortune tellers on online platforms consisted of horoscope and fortune prediction, worship rituals, auspicious date and time selection, recommendations of spiritual tourism destinations, amulet rental services, physiognomy, feng shui, and signature design; 2) The communication strategies used to establish credibility included the encoding of distinctive verbal language, the use of unique body language, the use of distinctive clothing codes, the rational linkage between astrological movements and individual behavior, the use of repetition techniques to convey expertise, the use of symbolic backgrounds to reinforce narratives, and the creation of trust through personalized signature designs; and 3) UGC included expressions of appreciation and religious blessings such as “Sadhu”, the sharing of photographs related to participation in rituals, exchanges of opinions with other users, the sharing of experiences resulting from the use of amulets, and the embedding of product advertisements within comments. These practices reflected the active participation of followers within online media spaces.

Keywords: Fortune Tellers, Online Platforms, Credibility, User-Generated Content (UGC)

บทนำ

ในปัจจุบัน สื่อออนไลน์ได้กลายเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญของการสื่อสารในสังคมไทย โดยมีบทบาททั้งในการเผยแพร่ข้อมูล การสร้างปฏิสัมพันธ์ และการหล่อหลอมการรับรู้ของผู้รับสาร แพลตฟอร์มออนไลน์ไม่เพียงทำหน้าที่เป็นช่องทางการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่ในการสร้างภาพลักษณ์ ตัวตน และความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร โดยเฉพาะในบริบทของบุคคลสาธารณะหรือผู้ให้บริการด้านความเชื่ออย่างนักพยากรณ์ ซึ่งต้องอาศัยการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น โพสต์ข้อความ วิดีโอถ่ายทอดสด บทความ หรือสื่อมัลติมีเดียเพื่อดึงดูดความสนใจและสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ติดตาม การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวางของแพลตฟอร์มออนไลน์จึงส่งผลให้กระบวนการสร้างความน่าเชื่อถือผ่านการสื่อสารมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ 2565 ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยโดยพบว่า คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 7 ชั่วโมง 4 นาที เจนเนอเรชันที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ Gen Y (ช่วงอายุ 22 - 41 ปี) อยู่ที่ 8 ชั่วโมง 55 นาทีต่อวัน ซึ่งมากกว่าประชากรในกลุ่ม Gen Z (อายุน้อยกว่า 22 ปี) ใช้อินเทอร์เน็ต 8 ชั่วโมง 24 นาที ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเวลานานและมีบทบาททั้งในฐานะผู้รับสารและผู้สร้างเนื้อหาขณะเดียวกัน ความนิยมในการบริโภคคอนเทนต์รูปแบบวิดีโอและการถ่ายทอดสดยิ่งตอกย้ำให้เห็นว่า การสื่อสารเชิงบุคคล และการปฏิสัมพันธ์แบบเรียลไทม์มีอิทธิพลต่อการรับรู้และการตัดสินใจของผู้รับสาร นอกจากนี้ ผลการศึกษาพฤติกรรมความเชื่อด้านมูเตลู หมายถึง ความเชื่อและการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับสิ่งเหนือธรรมชาติ เช่น การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เครื่องราง และพิธีกรรมเพื่อเสริมสิริมงคลและความสำเร็จ เดิมคำนี้มีที่มาจากภาพยนตร์อินโดนีเซีย ก่อนจะเกิดการกลายความหมายในสังคมไทย จนพัฒนาเป็นวัฒนธรรมประชานิยมที่ผสมผสานความเชื่อดั้งเดิมกับวิถีชีวิตสมัยใหม่ และทำหน้าที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวทางจิตใจท่ามกลางความไม่แน่นอนของสังคมคนไทยยิ่งขึ้นให้เห็นว่า แม้สังคมจะก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ แต่ความเชื่อเชิงจิตวิญญาณยังคงดำรงอยู่และปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ส่งผลให้เนื้อหาการพยากรณ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง (ETDA สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ 2567 เปิดปรากฏการณ์ “มูเก้ตติ้ง” ความเชื่อผสมสานดิจิทัล สร้างพลังซอฟต์แวร์ไทย)



การพยากรณ์ในยุคปัจจุบันจึงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการพบปะกันโดยตรง หากแต่ขยายตัวสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ในหลากหลายรูปแบบ เช่น การดูดวงผ่านโทรศัพท์ การถ่ายทอดสด หรือการสื่อสารแบบเรียลไทม์ผ่านระบบวิดีโอ ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลให้เกิดนักพยากรณ์ออนไลน์จำนวนมาก และนำไปสู่การแข่งขันด้านการนำเสนอเนื้อหาอย่างเข้มข้น นักพยากรณ์ที่ได้รับความนิยมจำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารที่สามารถสร้างความแตกต่าง ควบคู่ไปกับการรักษาฐานผู้ติดตามและความสัมพันธ์ระยะยาว โดยการนำเสนอเนื้อหาที่ชัดเจน เข้าใจง่าย มีความสม่ำเสมอ และสอดคล้องกับความเชื่อและความสนใจของผู้รับสาร

ความน่าเชื่อถือถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของผู้ติดตามในการเลือกเชื่อถือคำพยากรณ์หรือใช้บริการของนักพยากรณ์ (กิตติคุณ พลวัน, 2561) ซึ่งความน่าเชื่อถือดังกล่าวไม่ได้เกิดจากเนื้อหาเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงรูปแบบการสื่อสาร น้ำเสียง บุคลิกภาพ ภาพลักษณ์ และปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตาม การเปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีส่วนร่วม เช่น การตอบความคิดเห็น การสื่อสารแบบเรียลไทม์ การนำเสนอประสบการณ์ของผู้ใช้จริง ล้วนช่วยเสริมสร้างความรู้สึกไว้วางใจและความเป็นชุมชนออนไลน์ อันเป็นกลไกสำคัญในการเสริมพลังความน่าเชื่อถือบนแพลตฟอร์มดิจิทัล จากปรากฏการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการสื่อสารของนักพยากรณ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อทำความเข้าใจว่าเขาใช้วิธีใดในการสร้างความน่าเชื่อถือ จนทำให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อ ความศรัทธา และมีส่วนร่วมในสื่อดิจิทัล ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่พบมากขึ้นในสังคมไทยปัจจุบัน ผลการศึกษานี้คาดว่าจะช่วยให้เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างนักพยากรณ์ ผู้ติดตาม และสื่อสังคมออนไลน์ได้ชัดเจนมากขึ้น ทำให้ผู้คนสามารถประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลบนออนไลน์ได้อย่างมีเหตุผลมากขึ้น นอกจากนี้ ยังสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาด้านการสื่อสารดิจิทัล การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ การสื่อสารการตลาด และการสร้างเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ในบริบทอื่น ๆ ได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อให้เข้าใจถึงเนื้อหาที่นักพยากรณ์ใช้ในการสื่อสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์
2. เพื่อให้เข้าใจถึงวิธีการสื่อสารของนักพยากรณ์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับแฟนเพจบนแพลตฟอร์มออนไลน์
3. เพื่อให้เข้าใจถึงเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อร่วมสร้างสรรคบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของนักพยากรณ์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มีรูปแบบการดำเนินการวิจัย ดังนี้

รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Document Analysis) ควบคู่กับการตีความผ่านการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis)

แหล่งข้อมูล คือ ข้อมูลจาก Facebook Fanpage ของนักพยากรณ์ จำนวน 3 ราย ซึ่งได้รับการคัดเลือกโดยใช้เกณฑ์การเลือก 1) นักพยากรณ์ต้องมีจำนวนผู้ติดตามใน Facebook Fanpage ไม่น้อยกว่า 1,000,000 คน 2) Facebook Fanpage ต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 5 ปี เพื่อให้แน่ใจว่ามีความต่อเนื่องและเสถียรในฐานะผู้เผยแพร่เนื้อหาการพยากรณ์ 3) มีความเคลื่อนไหวหรือการเผยแพร่เนื้อหา อย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง เพื่อให้สามารถวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารได้อย่างต่อเนื่อง และ 4) นักพยากรณ์ต้องมีการปรากฏตัวในพื้นที่ข่าวสาร อย่างน้อยเดือนละ 2 ครั้ง เช่น การให้สัมภาษณ์ การกล่าวถึงในสื่อมวลชน หรือการแชร์จากเพจข่าว เพื่อแสดงให้เห็นถึงระดับการสื่อสารที่มีความน่าเชื่อถือและความเคลื่อนไหวในสาธารณะ การใช้เกณฑ์ดังกล่าวมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้แหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ มีการสื่อสารสาธารณะอย่างชัดเจน และเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ซึ่งเอื้อต่อการวิเคราะห์ทั้งในแง่ของรูปแบบเนื้อหา กลยุทธ์การสื่อสาร และความน่าเชื่อถือของนักพยากรณ์ในฐานะบุคคลสาธารณะบนแพลตฟอร์มออนไลน์ จากเกณฑ์ข้างต้นดังกล่าวผู้วิจัยได้นักพยากรณ์ที่ผ่านเกณฑ์ ทั้ง 3 คน 1) หมอลักษณ์ ราชสีห์ 2) หมอช้าง ทศพร ศรีตุลา และ 3) ชินแสเป็นหนึ่ง

การเก็บรวบรวมข้อมูล 1) การเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้เน้นการศึกษาจาก Facebook Fanpage ของนักพยากรณ์ จำนวน 3 เพจ ซึ่งผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในหัวข้อก่อนหน้า โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงคุณภาพจากเนื้อหาที่เผยแพร่สู่สาธารณะบนแพลตฟอร์มดังกล่าว 2) กระบวนการเก็บข้อมูลดำเนินการโดยการวิเคราะห์ข้อมูลจาก โพสต์ ข้อความ คำบรรยายใต้ภาพ รวมถึง รูปภาพหรือคลิปวิดีโอประกอบ และการโต้ตอบกับผู้ติดตาม เช่น คอมเมนต์ และการตอบกลับของนักพยากรณ์ ที่ปรากฏบนหน้าเพจ และ 3) ช่วงเวลาที่ใช้ในการศึกษา คือ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2568 ถึง 30 มิถุนายน 2568 ซึ่งครอบคลุมระยะเวลา 6 เดือน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความต่อเนื่อง ครอบคลุมทั้งด้านการพยากรณ์ การมีปฏิสัมพันธ์ และกระบวนการสร้างความน่าเชื่อถือของนักพยากรณ์ผ่านสื่อออนไลน์ทั้งหมด 540 รายการ

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น 1) การวิเคราะห์เนื้อหาที่นักพยากรณ์ใช้ในการสื่อสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาโดยใช้แนวทางแบบอุปนัย (Inductive Content Analysis) ซึ่งเริ่มจากการสังเกตข้อมูลอย่างละเอียด แล้วจัดกลุ่มข้อมูลที่คล้ายกันเพื่อนำไปสู่การสร้างแก่นประเด็นหรือธีม (Theme) ที่สะท้อนสาระสำคัญจากข้อมูลจริง 2) การวิเคราะห์นักพยากรณ์ใช้วิธีการสื่อสารเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับแฟนเพจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เป็นการวิเคราะห์วิธีใช้โดยใช้ ทฤษฎี แบบจำลองการสื่อสารของเบอร์โล (David K. Berlo) ทฤษฎีความน่าเชื่อถือ (Source Credibility Theory) แนวคิดอัตลักษณ์ (Identity Theory) แนวคิดวาทวิทยา (Rhetoric) แนวทางการศึกษาเชิงสัญลักษณ์วิทยา (Semiotic Analysis) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ และ 3) การวิเคราะห์เนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อร่วมสร้างสรรค์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ของนักพยากรณ์ ใช้แนวทางแบบอุปนัย (Inductive Content Analysis) แล้วจัดกลุ่มข้อมูลที่คล้ายกันเพื่อนำไปสู่การสร้างแก่นประเด็นหรือธีม (Theme) โดยใช้แนวคิด User-Generated Content (UGC) ทฤษฎีการพึ่งพาสื่อ (Media Dependency Model) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์

การนำเสนอผลการวิจัย พรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) โดยมุ่งวิเคราะห์เชิงลึกและอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างมีระบบ ผ่านการตีความตามกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นหลัก 1) การนำเสนอการวิเคราะห์การสื่อสารเนื้อหาของนักพยากรณ์ โดยอาศัยแนวทางการวิเคราะห์เนื้อหา 2) การนำเสนอการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของนักพยากรณ์ โดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) และ 3) การนำเสนอการวิเคราะห์เนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อร่วมสร้างสรรค์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ของนักพยากรณ์

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารความน่าเชื่อถือของนักพยากรณ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ สรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. เนื้อหาที่นักพยากรณ์เลือกใช้ในการสื่อสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์ องค์ประกอบสำคัญ 8 ประการ ดังนี้

1.1 การพยากรณ์ดวงชะตา ด้านการเงิน การงาน ความรักและครอบครัว ยังคงเป็นหัวใจหลักของนักพยากรณ์ทั้งสาม โดยโหราศาสตร์เน้นการใช้โหราศาสตร์ไทยแบบดั้งเดิมอย่างมั่นใจและเด็ดขาด หมอช้างเน้นความสมดุลและปลอดภัยในคำพยากรณ์ ส่วนซินแสเป็นหนึ่งในนักพยากรณ์ที่มักเชื่อมโยงคำพยากรณ์เข้ากับการแก้เคล็ดเสริมดวงชะตา ทำให้ผู้ติดตามรู้สึกมั่นใจในการดำเนินชีวิต

1.2 พิธีกรรมบูชามีบทบาทสำคัญในการเสริมความศักดิ์สิทธิ์และสร้างพลังศรัทธาแก่นักพยากรณ์และผู้ติดตาม โดยนักพยากรณ์ทั้งสามท่านมักจัดพิธีในวัดหรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและบรรยากาศแห่งความร่วมมือทางจิตวิญญาณ ขณะเดียวกัน ซินแสเป็นหนึ่งใน วงษ์ภูธร ยังนำศาสตร์จีนมาประยุกต์ เช่น การทำบุญตามวันเกิดหรือโอกาสพิเศษ เพื่อปรับสมดุลชีวิตและเสริมโชคเฉพาะบุคคล พิธีกรรมเหล่านี้จึงไม่เพียงแต่เป็นการบูชาตามความเชื่อ แต่ยังเป็นกลไกที่ช่วยเชื่อมโยงศรัทธาเข้ากับชีวิตประจำวันของผู้ศรัทธา



1.3 การให้ฤกษ์ยามมงคลเป็นการเชื่อมโยงศาสตร์กับการตัดสินใจในชีวิตจริง หมอช้าง ทศพร มักนำเสนอฤกษ์สำคัญผ่านสื่อออนไลน์ เช่น วันไหว้ วันเริ่มงาน วันออกรถหรือแต่งงาน โดยใช้วิธีคำนวณแตกต่างกัน แต่เป้าหมาย คือ เพื่อให้ผู้คนรู้สึกมั่นใจและเริ่มต้นสิ่งใหม่อย่างมีพลังบวก

1.4 แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ การชี้แนะให้ผู้ติดตามเดินทางไปยังวัด สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ หรือจุดพลังงานบวก เป็นอีกหนึ่งแนวทางที่นักพยากรณ์ใช้ในการเสริมดวงและสร้างกำลังใจ โดยเฉพาะจีนแสบเป็นหนึ่งใน วงษ์ภูธร ที่เน้นการเดินทางเพื่อเปิดดวง และรับพลังใหม่ ๆ ให้กับชีวิต ขณะที่หมอช้าง ทศพร และ โหราพิณธ หมอลักษณ์ ราชสีห์ มักแนะนำสถานที่ในเชิงการทำบุญ สะเดาะเคราะห์ หรือประกอบพิธีกรรมควบคู่กันไป เพื่อให้เกิดความสมดุลทั้งด้านจิตใจและความเป็นสิริมงคล แนวทางเหล่านี้สะท้อนว่าการเดินทางเชื่อมโยงโดยตรงกับความเชื่อเรื่องการเปลี่ยนพลังชีวิตและการเสริมศรัทธาของผู้ติดตาม

1.5 การเข้าวัดอุ้มมงคล วัดอุ้มมงคลทำหน้าที่เป็นสื่อกลางแห่งความศรัทธาผู้ติดตามเชื่อมโยงกับ นักพยากรณ์ จีนแสบเป็นหนึ่งในออกแบบวัตถุประสงค์เฉพาะ เช่น แผ่นรวย เรือรวย และกักรวย เพื่อเสริมโชคลาภ ส่วนหมอช้าง เน้นเครื่องรางเชิงสัญลักษณ์ เช่น กำไลมงคล และวอลเปเปอร์เสริมดวง ขณะที่โหราพิณธแนะนำการบูชาเทพเจ้าและการใช้ของมงคล เช่น สีผึ้ง ทั้งหมดนี้สะท้อนแนวทางเฉพาะที่เสริมความน่าเชื่อถือและศรัทธาของผู้ติดตาม

1.6 โหวงเฮ้ง หมอช้าง ทศพร และจีนแสบเป็นหนึ่งใน วงษ์ภูธร ใช้ศาสตร์โหวงเฮ้งในการวิเคราะห์บุคลิก และดวงชะตาจากโครงหน้าอย่างละเอียด พร้อมให้คำแนะนำเพื่อเสริมดวง เช่น การเลือกทรงผมหรือแว่นตาเพื่อปรับภาพลักษณ์และพลังชีวิต ในขณะที่โหราพิณธ ลักษณะ เรขานิเทศ นำศาสตร์โหวงเฮ้งมาใช้เพียงบางครั้ง โดยกล่าวถึงเพื่อเสริมภาพรวมของชีวิตมากกว่าการเจาะลึกเชิงรายละเอียด ทำให้เห็นความแตกต่างของการประยุกต์ศาสตร์เดียวกันในแต่ละนักพยากรณ์

1.7 ฮวงจุ้ย ศาสตร์ฮวงจุ้ยมีอิทธิพลอย่างมากต่อความเชื่อในการจัดสิ่งแวดล้อม เพื่อดึงดูดพลังบวก และสร้างสมดุลในชีวิต โดยเฉพาะจีนแสบเป็นหนึ่งใน วงษ์ภูธร ที่มักเน้นการจัดวางสิ่งของมงคล การจัดบ้านและโต๊ะทำงาน เพื่อเสริมโชคลาภและการเงินอย่างเฉพาะเจาะจง ขณะที่หมอช้าง ทศพร ศรีตุลา มักนำเสนอหลักการพื้นฐานที่เข้าใจง่าย ในการปรับแต่งบ้านหรือออฟฟิศ เพื่อให้เหมาะสมตามหลักความเชื่อและเอื้อต่อการใช้ชีวิตประจำวัน ฮวงจุ้ยจึงไม่เพียงสะท้อนถึงความศรัทธา แต่ยังเป็นแนวทางปฏิบัติที่ผู้ติดตามสามารถนำไปปรับใช้จริงในชีวิต

1.8 การออกแบบลายเซ็น จีนแสบเป็นหนึ่งใน วงษ์ภูธร โดดเด่นในการออกแบบลายเซ็น โดยมองว่าลายเซ็นไม่ใช่เพียงสัญลักษณ์แทนตัวบุคคล แต่ยังเป็นพลังงานที่สะท้อนดวงชะตาและสามารถปรับเสริมชีวิตได้ หากออกแบบอย่างถูกต้องจะช่วยเพิ่มโชคลาภ ความมั่นใจ และความสำเร็จในด้านต่าง ๆ แนวทางนี้ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในหมู่ผู้ติดตาม เป็นวิธีที่จับต้องได้ ปรับใช้ในชีวิตจริง ทำให้เกิดความเชื่อมั่นทั้งในศาสตร์และตัวจีนแสบเอง

2. วิธีการสื่อสารเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของนักพยากรณ์ องค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ ดังนี้

2.1 การเข้ารหัสภาษาพูดที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โหราพิณธ ลักษณะ เรขานิเทศ และจีนแสบเป็นหนึ่งใน วงษ์ภูธร มีลักษณะเด่นที่แตกต่างจากนักพยากรณ์ทั่วไปในการเลือกใช้ถ้อยคำ น้ำเสียง และลีลาการพูด ซึ่งสะท้อนเอกลักษณ์เฉพาะบุคคลได้อย่างชัดเจน การใช้คำซ้ำ คำลงท้าย หรือวลีติดปากที่สม่ำเสมอ ไม่เพียงช่วยให้ผู้ติดตามจดจำได้ง่าย แต่ยังสร้างบรรยากาศที่เป็นกันเองและเข้าถึงผู้ฟังมากขึ้น การสื่อสารเชิงวาจาเช่นนี้ทำให้คำพยากรณ์มีชีวิตชีวา สร้างความรู้สึกเชื่อมโยงและความใกล้ชิดกับผู้ติดตาม อีกทั้งยังทำหน้าที่ช่วยให้นักพยากรณ์โดดเด่นและแตกต่างจากผู้พยากรณ์รายอื่นในโลกออนไลน์อย่างชัดเจน

2.2 การใช้ภาษากายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว โหราพิณธ ลักษณะ เรขานิเทศ และจีนแสบเป็นหนึ่งใน วงษ์ภูธร มักใช้ท่าทางประกอบการพูด เช่น การยกมือ การเน้นน้ำหนักมือ หรือการเคลื่อนไหวที่ปากจับหะคำพูด สิ่งเหล่านี้ช่วยให้คำทำนายดูหนักแน่น มีพลัง และทำให้ผู้ติดตามรู้สึกถึงความมั่นใจของผู้พูด ภาษากายจึงเป็นตัวช่วยสำคัญที่ทำให้การสื่อสารดูน่าเชื่อถือและน่าติดตามมากขึ้น

2.3 การใช้รหัสเครื่องแต่งกายเอกลักษณ์เฉพาะตัว นักพยากรณ์ทั้งสามต่างให้ความสำคัญกับเครื่องแต่งกายในการสร้างภาพลักษณ์ต่อสาธารณะ ไม่ว่าจะเป็นการสวมชุดที่ดูภูมิฐาน การเลือกสีเสื้อผ้าที่สื่อถึงพลังและความมั่นคง หรือการใช้เครื่องประดับที่มีความหมายเชิงมงคล รายละเอียดเหล่านี้ไม่ได้สะท้อนเพียงรสนิยมส่วนตัว แต่ยังทำหน้าที่เป็นสัญญาณ ที่ช่วยสื่อสารบทบาทผู้เชี่ยวชาญด้านพยากรณ์ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น การปรากฏตัวด้วยเครื่องแต่งกายที่มีการออกแบบอย่างตั้งใจจึงเป็นกลไกสำคัญที่เสริมสร้างความน่าเชื่อถือและความศรัทธาในสายตาผู้ติดตาม

2.4 การเชื่อมโยงเชิงเหตุผลระหว่าง การโคจรดวงดาว กับ พฤติกรรมบุคคล นักพยากรณ์ทั้งสามท่านมักใช้การอธิบายที่เชื่อมโยงการโคจรของดวงดาวเข้ากับพฤติกรรม เหตุการณ์ หรือสถานการณ์ในชีวิตประจำวันของบุคคล วิธีการนี้ทำให้คำพยากรณ์ไม่ได้ถูกมองว่าเป็นเพียงความเชื่อเชิงนามธรรม แต่กลายเป็นสิ่งที่ดูมีเหตุผลและเข้าใจได้มากขึ้น การอธิบายเชิงเหตุผลเช่นนี้ช่วยให้ผู้ติดตามเห็นความเป็นไปได้ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตจริง จึงเกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจในนักพยากรณ์มากยิ่งขึ้น

2.5 การใช้เทคนิคย้ำความเพื่อสื่อความเชี่ยวชาญ โหรพินธมมีลักษณะเด่นในการเน้นย้ำหลายครั้งถึงประสบการณ์ ที่เป็นนักพยากรณ์มืออาชีพ 38 ปี เป็นการกระตุ้นให้ผู้รับสารรู้สึกถึงความน่าเชื่อถือที่มีประสบการณ์มายาวนาน ทำให้ผู้ติดตามเกิดการจดจำและตอกย้ำภาพลักษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ เทคนิคการย้ำยังช่วยให้คำพยากรณ์ฟังดูหนักแน่นและมีน้ำหนักมากขึ้น

2.6 การใช้ฉากหลังที่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์เพื่อเสริมเรื่องราว โหรพินธม ลักษณะ เรขานิเทศ และหมอช่าง ทศพร ศรีตุลา มักเลือกใช้ฉากหลังที่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์ เช่น รูปพระยานาค เทพเจ้า หรือดวงดาวจักรราศี การจัดองค์ประกอบเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างบรรยากาศทางจิตวิญญาณ แต่ยังทำให้การพยากรณ์ดูศักดิ์สิทธิ์ น่าเชื่อถือยิ่งขึ้น ฉากหลังเชิงสัญลักษณ์จึงทำหน้าที่เสริมพลังการสื่อสาร ทำให้ผู้ติดตามรู้สึกถึงความขลัง ความมั่นใจ และความศรัทธาต่อนักพยากรณ์มากขึ้น

2.7 การสร้างความเชื่อมั่นผ่านลายเซ็นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวบุคคล ชินแสเป็นหนึ่งใน วงษ์ภูธร มีความโดดเด่นในการนำลายเซ็น มาเป็นส่วนหนึ่งของการพยากรณ์ โดยมองว่าลายเซ็นเป็นตัวแทนที่สะท้อนบุคลิกและเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละบุคคล การอ่านและตีความลายเซ็นจึงทำให้คำพยากรณ์มีความเฉพาะเจาะจงแตกต่างจากการทำนายดวงชะตาทั่วไปที่อ้างอิงตามวัน เดือน ปีเกิด การใช้ลายเซ็นยังช่วยสร้างความรู้สึกว่าคุณทำนายถูกโยงกับตัวผู้ติดตามโดยตรง ทำให้เกิดความเชื่อมั่นและเพิ่มระดับความน่าเชื่อถือของชินแสเป็นหนึ่งในมากยิ่งขึ้น

3. เนื้อหาที่ใช้สื่อสารร่วมสร้างสรรค์ องค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ ดังนี้

3.1 การอนุโมทนา สาธุ ผู้ติดตามมักใช้คำว่าสาธุ ในคอมเมนต์หรือข้อความเพื่อแสดงความยินดี และการมีส่วนร่วมกับสิ่งดีงามที่นักพยากรณ์สื่อสาร การกล่าวคำนี้ซ้ำหลายครั้งสะท้อนถึงความศรัทธา ความตั้งใจจริง และการขอมีส่วนร่วมในบุญกุศล แม้จะเป็นเพียงถ้อยคำสั้น ๆ แต่ก็มีพลังในการเชื่อมโยงผู้ติดตามเข้าด้วยกัน ทำให้เกิดบรรยากาศแห่งศรัทธาและความรู้สึกเป็นชุมชนร่วมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งช่วยเสริมความน่าเชื่อถือของนักพยากรณ์ในสายตาผู้ติดตาม

3.2 การแชร์ภาพเข้าร่วมพิธีกรรม ผู้ติดตามนิยมเผยแพร่ภาพถ่ายการทำบุญหรือการเข้าร่วมพิธีกรรมต่าง ๆ ลงบนเพจของนักพยากรณ์ ภาพเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นหลักฐานที่ยืนยันการมีส่วนร่วมจริง ไม่เพียงช่วยตอกย้ำความเชื่อและความศรัทธาที่มีต่อพิธีกรรม แต่ยังสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของความศรัทธาร่วมกับนักพยากรณ์ การแชร์ภาพเช่นนี้จึงได้เป็นอีกช่องทางที่เสริมการสื่อสารและความน่าเชื่อถือของนักพยากรณ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์



3.3 การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่น ในคอมเมนต์ ผู้ติดตามมักตั้งคำถาม แสดงความคิดเห็น หรือถกเถียงทั้งกับนักพยากรณ์และผู้ติดตามคนอื่น ๆ การโต้ตอบเช่นนี้ทำให้การสื่อสารไม่หยุดอยู่เพียงการรับสาร แต่กลายเป็นการสื่อสารสองทางที่เปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจริง ๆ เนื้อหาที่เกิดจากผู้ติดตาม จึงทำหน้าที่เสริมความน่าเชื่อถือของคำพยากรณ์ และทำให้เพจมีความต่อเนื่องและมีชีวิตชีวามากขึ้น

3.4 การแบ่งปันประสบการณ์ที่เป็นผลจากการใช้วัตถุมงคลของผู้ติดตามบางส่วนกลับมาเล่า ประสบการณ์หลังจากใช้วัตถุมงคลที่นักพยากรณ์แนะนำ เช่น การค้าขายที่ราบรื่นขึ้น การเงินดีขึ้น หรือการได้รับ โชคลาภ เรื่องราวเหล่านี้ถือเป็น “เสียงจริง” จากผู้ใช้ที่มีพลังในการโน้มน้าว เพราะสะท้อนผลลัพธ์ที่จับต้องได้ในชีวิตจริง การแบ่งปันเช่นนี้ไม่เพียงช่วยสร้างแรงศรัทธา แต่ยังทำหน้าที่ช่วยเสริมภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของนักพยากรณ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์

3.5 การแฝงเนื้อหาโฆษณาสินค้าในคอมเมนต์ บางครั้งผู้ติดตามก็ใช้ช่องคอมเมนต์เพื่อฝากร้าน หรือขายของ เช่น เสื้อผ้า ต้นไม้ หรือเครื่องรางมงคล ถึงแม้จะไม่เกี่ยวกับการพยากรณ์โดยตรง แต่ก็ทำให้เห็นว่า เพจนักพยากรณ์เป็นเหมือนพื้นที่สาธารณะ ที่ใคร ๆ ก็เข้ามามีส่วนร่วมได้ ทั้งการพูดคุยเรื่องดวงและการค้าขาย ไปพร้อมกัน

อภิปรายผล

ส่วนของการอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยตามปัญหานำการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เนื้อหาที่นักพยากรณ์เลือกใช้ในการสื่อสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์

เนื้อหาที่นักพยากรณ์เลือกใช้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารออนไลน์ที่เข้าถึงผู้คนจำนวนมาก โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ นักพยากรณ์ไม่ได้ทำหน้าที่เพียงสื่อสารคำพยากรณ์ แต่ยังต้องออกแบบเนื้อหาให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ติดตามที่หลากหลาย กิตติคุณ พลวัน ชี้ไว้ในยุคดิจิทัลที่ผู้คนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้หลากหลาย และมีแนวโน้มจะพึ่งพาหรือผู้ให้บริการที่สร้างความรู้สึกร่วมใจทางอารมณ์ มากกว่าข้อเท็จจริงเพียงอย่างเดียว (กิตติคุณ พลวัน, 2561) และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ญัฐชัย อยู่ยืนนาน ชี้ว่า ผู้คนส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้บริการดวงเพียงเพื่อความบันเทิง หากแต่ใช้เป็นเครื่องมือประกอบการตัดสินใจในเรื่องสำคัญ เช่น ความรัก อาชีพ หรืออนาคตด้านการเรียน เมื่อมองในมิตินี้ เนื้อหาที่นักพยากรณ์เลือกใช้จึงสะท้อนถึงสาระสำคัญที่เกินกว่าความบันเทิง แต่เป็นการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตจริง เพื่อให้เข้าใจถึงแก่นของการสื่อสารดังกล่าว เนื้อหาที่นักพยากรณ์ใช้ในการสื่อสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์ (ญัฐชัย อยู่ยืนนาน, 2559) และยังสอดคล้องกับแนวคิด ราตรี ปิ่นแก้ว นักพยากรณ์ออนไลน์มักใช้ ภาษาเชิงพิธีกรรม เช่น การอ้างอิงเทพเจ้า คาถา หรือศัพท์เฉพาะทางโหราศาสตร์ ซึ่งจะช่วยสร้างบรรยากาศแห่งการศรัทธา และยกระดับเนื้อหาให้มีความพิเศษ แตกต่างจากการสื่อสารทั่วไป โดยในงานวิจัยนี้ พบว่า การเลือกใช้ถ้อยคำเชิงพิธีกรรมไม่เพียงทำหน้าที่เป็นองค์ประกอบทางวัฒนธรรม แต่ยังสะท้อนการสื่อสารเพื่อสร้างความเชี่ยวชาญ และความน่าเชื่อถือของนักพยากรณ์ในสายตาผู้ติดตาม ทั้งยังทำให้นเนื้อหามีมิติทางอารมณ์และจิตวิญญาณ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการที่แสวงหาทั้งคำแนะนำและความมั่นใจทางจิตใจไปพร้อมกัน (ราตรี ปิ่นแก้ว, 2554)

2. วิธีการการสื่อสารเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของนักพยากรณ์

จากแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของนักพยากรณ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ สอดคล้องกับแนวคิดของ สุรัตน์ ตรัสกุล ซึ่งอธิบายว่า ทักษะการสื่อสารมี 5 ประการ ได้แก่ การเขียนและการพูดในฐานะทักษะ การเข้ารหัส การอ่านและการฟังในฐานะทักษะการถอดรหัส และการคิดและการใช้เหตุผล ซึ่งเป็นแกนสำคัญที่สนับสนุนทั้งกระบวนการเข้ารหัสและถอดรหัสสาร วิธีการเข้ารหัสและถอดรหัสสาร เช่น การใช้วิธีพูด หรือวิธีเขียน

โดยทั่วไปนักทฤษฎีนิเทศศาสตร์มักไม่นิยามความหมายของช่องสารในความหมายนี้ (สุรัตน์ ตรีสกุล, 2550) และนอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษพรณ์ จันทา และคณะ ยังกล่าวว่า รูปแบบการสื่อสารและวาทีศิลป์มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความน่าเชื่อถือของนักพยากรณ์ในสื่อสาธารณะ (กฤษพรณ์ จันทา และคณะ, 2562) และสอดคล้องกับ Aristotle ในประเด็นเรื่อง Ethos โดยเฉพาะบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ที่บุคลิกภาพและภาษาที่ใช้สามารถสร้างความแตกต่างและสร้างความไว้วางใจจากผู้ติดตามได้ ซึ่งได้สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ของการศึกษาครั้งนี้ พบว่า นักพยากรณ์ออนไลน์ไม่เพียงใช้ถ้อยคำเชิงพิธีกรรมหรือการพยากรณ์ดวงชะตา แต่ยังให้ความสำคัญกับการออกแบบภาษา น้ำเสียง วิธีการนำเสนอที่เหมาะสมกับผู้ติดตาม เป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความน่าเชื่อถือบนแพลตฟอร์มออนไลน์ จากแนวทางที่นักพยากรณ์ใช้เกี่ยวกับ ความน่าเชื่อถือ (Aristotle, 2007) เป็นแนวทางที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Metzger, M. J. & Flanagin, A. J. กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารสามารถประเมินได้จากองค์ประกอบความเชี่ยวชาญ (expertise) ความสามารถหรือประสบการณ์ของผู้ส่งสาร ในด้านที่เกี่ยวข้อง ความน่าไว้วางใจ (trustworthiness) ความซื่อสัตย์ ความตรงไปตรงมา และความสม่ำเสมอของผู้ส่งสาร ความน่าดึงดูดใจ (attractiveness) บุคลิกภาพ รูปลักษณ์ และวิธีการนำเสนอที่ทำให้ผู้รับสารรู้สึกสนใจหรือเชื่อถือ (Metzger, M. J. & Flanagin, A. J., 2015) มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐชัย อยู่เย็นนันท์ ชี้ว่าการศึกษานี้จึงมีนัยสำคัญต่อการทำความเข้าใจว่าการสร้าง ภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ ผ่านการสื่อสารของนักพยากรณ์ทั้งทางวจนภาษา (น้ำเสียง คำพูด) และอวัจนภาษา (บุคลิกภาพ ท่าทาง) มีผลต่อการรับรู้ความน่าเชื่อถือ ของผู้บริโภคอย่างมาก โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นหรือกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจในเรื่องดวงแต่ก็มีความตื่นตัวในการเลือกใช้แหล่งสารที่ดูน่าเชื่อถือ จากแนวทางที่นักพยากรณ์ใช้เกี่ยวกับ การสร้างอัตลักษณ์ (ณัฐชัย อยู่เย็นนันท์, 2559) เป็นแนวทางที่สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ในโลกดิจิทัล โดย James Paul Gee เสนอว่าการสร้างอัตลักษณ์ในโลกดิจิทัลมีลักษณะเฉพาะ คือ สามารถเลือกนำเสนอ หรือซ่อนตัวตนบางด้านไว้ได้ โดยการแสดงออกผ่านสื่อออนไลน์ เช่น โปรไฟล์บนโซเชียลมีเดีย การเลือกคำพูด หรือการใช้ภาพและวิดีโอ กลายเป็นวิธีที่บุคคลจัดการอัตลักษณ์ตนเองเพื่อให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย การสื่อสารด้วยภาษาที่มั่นใจ เช่น การบอกว่า “แม่นยำจนลูกค้าบอกต่อ” หรือการแสดงผลหลักฐานผลลัพธ์คำทำนายในอดีต (เช่น screenshot แชทลูกค้าที่กลับมาขอบคุณ) ช่วยเสริมความน่าเชื่อถือ ขณะเดียวกัน การใช้ภาพประกอบที่มีสัญลักษณ์ทางไสยศาสตร์ เช่น ลูกแก้ว ไฟฟ้าไรต์ หรือแสงไฟสลัว ยังช่วยสร้างบรรยากาศให้ดูลึกลับและน่าเคารพศรัทธา จากแนวทางที่นักพยากรณ์ใช้เกี่ยวกับ ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล เป็นแนวทางที่สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องวาทีศิลป์ที่เสนอโดย Aristotle เป็นศาสตร์และศิลป์แห่งการใช้ภาษาพูดหรือเขียน เพื่อจูงใจผู้ฟังและผู้รับสาร ในประเด็นเรื่อง logos โดยนักพยากรณ์มีการเรียงลำดับเชื่อมโยงเหตุผลที่สัมพันธ์กันในการหยิบยกประเด็นการพยากรณ์ดวงชะตา ใช้หลักโหราศาสตร์ การย้ายของดวงดาว เข้ามาเป็นหลักและเหตุผล (Aristotle, 2007) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราภรณ์ จันทรหาญ ชี้ให้เห็นว่า นักพยากรณ์ออนไลน์มักใช้ภาษาเชิงพิธีกรรม เช่น การอัญเชิญเทพเจ้า คาถา หรือศัพท์เฉพาะทางโหราศาสตร์ ซึ่งช่วยสร้างบรรยากาศแห่งความศรัทธาและยกระดับเนื้อหาให้มีลักษณะพิเศษ แตกต่างจากการสื่อสารทั่วไป จากแนวทางที่นักพยากรณ์ใช้เกี่ยวกับการใช้สัญลักษณ์ เป็นแนวทางที่สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องแนวทางการศึกษาเชิงสัญลักษณ์วิทยา ที่เสนอโดยแนวคิดโครงสร้างนิยมของโซซูร์ ซึ่งมองว่าภาษาเป็นระบบของสัญลักษณ์ ประกอบด้วย องค์ประกอบ รูปสัญลักษณ์ และความหมาย ถูกนำมาใช้อธิบายการสื่อสารของนักพยากรณ์ออนไลน์ เนื่องจากการเลือกใช้ถ้อยคำ สัญลักษณ์ และภาพลักษณ์ต่าง ๆ มีบทบาทในการสร้างความหมายและความน่าเชื่อถือในสายตาผู้ติดตาม (กาญจนา แก้วเทพ, 2552) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ราตรี ปิ่นแก้ว ชี้ให้เห็นว่า การใช้สัญลักษณ์ เช่น ไฟฟ้าไรต์ ดวงดาว เครื่องราง หรือการจัดแสง สี ฉากหลังที่มีความลึกลับและเฉพาะตัว สิ่งเหล่านี้ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่เป็นองค์ประกอบตกแต่ง แต่ยังมีผลโดยตรงต่อการสร้างภาพลักษณ์ของผู้รู้ (expertise) (ราตรี ปิ่นแก้ว, 2554)



3. เนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อร่วมสร้างสรรค์

จากแนวทางที่นักพยากรณ์ใช้เกี่ยวกับ ผู้ใช้สื่อร่วมสร้างสรรค์ เป็นแนวทางที่สอดคล้องกับ งานวิจัยของ โสภิตา พลสา ที่อธิบายว่าเนื้อหาลักษณะนี้มีคุณค่าในฐานะ “เสียงจริงจากผู้ใช้” ที่ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและเป็นหลักฐานทางสังคม งานวิจัยนี้สามารถเชื่อมโยงกับการสื่อสารของหมอดูออนไลน์ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากผู้ติดตามมักเข้ามาเล่าผลลัพธ์จากการทำนาย เช่น ดวงที่ตรงกับเหตุการณ์จริง หรือหลังจากทำพิธีแล้วการงานดีขึ้น รวมถึงการคอมเมนต์ชื่นชมและการแชร์โพสต์ไปยังเครือข่ายส่วนตัว UGC เหล่านี้ทำหน้าที่เสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือให้กับหมอดูมากกว่าการสื่อสารที่หมอดูสร้างขึ้นเอง เพราะผู้ติดตามคนอื่นมองว่าเป็นประสบการณ์จริงที่ยากจะบิดเบือน จากแนวทางที่นักพยากรณ์ใช้เกี่ยวกับการสร้างเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อร่วมสร้างสรรค์ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของทฤษฎีการพึ่งพาสื่อ (Media Dependency Theory) ในบริบทของสังคมไทย (โสภิตา พลสา, 2564) ดังที่ พนม คลีฉาย พบว่า ประชาชนมีความพึ่งพาสื่อมากขึ้นในช่วงภัยพิบัติ เนื่องจากสื่อกลายเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญเมื่อสถานการณ์ไม่แน่นอน ซึ่งสนับสนุนแนวคิดของทฤษฎีการพึ่งพาสื่อที่ว่า เมื่อผู้คนเผชิญกับความเสี่ยงหรือความไม่แน่นอน พวกเขาจะพึ่งพาสื่อเพื่อรับข้อมูลและสร้างความมั่นใจ ในลักษณะเดียวกัน การสื่อสารบนสื่อออนไลน์ในปัจจุบัน โดยเฉพาะคอนเทนต์ด้านการพยากรณ์ดวงชะตา ก็สะท้อนรูปแบบการพึ่งพาสื่อในชีวิตประจำวัน ผู้ติดตามหมอดูออนไลน์มักหันมาพึ่งพาข้อมูล คำทำนาย และคำแนะนำที่เผยแพร่บนแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อสร้างความมั่นใจและใช้ประกอบการตัดสินใจในชีวิตส่วนตัวและการทำงาน (พนม คลีฉาย, 2558) และสอดคล้องกับงานวิจัย กิตติคุณ พลวัน ซึ่งว่ากลยุทธ์การสื่อสารของหมอดูออนไลน์ พบว่า ผู้ให้บริการด้านความเชื่อสามารถประยุกต์ใช้เทคนิคการตลาดและการสื่อสารเชิงจิตวิทยาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการสร้างความน่าเชื่อถือ การใช้ถ้อยคำจูงใจ และการมีปฏิสัมพันธ์แบบสองทาง (กิตติคุณ พลวัน, 2561)

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปและข้อเสนอแนะ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ความน่าเชื่อถือของนักพยากรณ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ไม่ได้เกิดจากศาสตร์การพยากรณ์เพียงมิติเดียว แต่เป็นผลจากการบูรณาการระหว่างเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของผู้ติดตาม การออกแบบการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ และการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในการร่วมสร้างและยืนยันความน่าเชื่อถือ โดยองค์ประกอบทั้งสามประการทำงานเชื่อมโยงกันจนก่อให้เกิดระบบนิเวศแห่งความศรัทธาบนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งช่วยให้นักพยากรณ์สามารถรักษาความสัมพันธ์กับผู้ติดตามและขยายอิทธิพลของตนได้อย่างต่อเนื่องในยุคดิจิทัล จากผลการศึกษาดังกล่าว ผู้วิจัยเสนอแนะว่า นักวิชาชีพการสื่อสารควรให้ความสำคัญกับการออกแบบการสื่อสารที่สร้างเอกลักษณ์ทั้งด้านภาษา ภาษากาย และภาพลักษณ์ที่เหมาะสม พร้อมนำเสนอข้อมูลด้วยเหตุผลที่เข้าใจง่ายและสะท้อนความเชี่ยวชาญอย่างชัดเจน ควบคู่กับการใช้ข้อมูลที่ถูกต้อง มีการอ้างอิงหลักฐาน และสื่อสารด้วยความโปร่งใสเพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับการนำเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้าง (User-generated Content: UGC) มาใช้เป็นหลักฐานทางสังคมในการสนับสนุนสารที่สื่อสาร รวมถึงใช้ศักยภาพของสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการสื่อสารแบบสองทางผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การถ่ายทอดสด การตอบความคิดเห็น และการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตาม เพื่อสร้างความผูกพันและความไว้วางใจในระยะยาว สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังนักสื่อสารออนไลน์ในสาขาอื่น เช่น ด้านการท่องเที่ยว อาหาร สัตว์เลี้ยง การศึกษา วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี รวมทั้งศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบระหว่างนักพยากรณ์กับผู้มีอิทธิพลในสาขาอื่น อาทิ นักธุรกิจ โค้ช หรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อทำความเข้าใจกลยุทธ์การสร้างความน่าเชื่อถือในบริบทที่หลากหลายมากขึ้น ตลอดจนศึกษาประเด็นด้านจริยธรรมและแนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาการพยากรณ์บนสื่อออนไลน์ รวมถึงจรรยาบรรณของผู้ให้บริการด้านความเชื่อ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาวิชาชีพการสื่อสารให้มีมาตรฐานและเกิดความยั่งยืนในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กฤษพรณ์ จันหา และคณะ. (2562). “พินิจ พินดวง”: วิจารณ์ลีลาการทำนายดวงชะตาของนายลักษณ์ เรขานิเทศ. วารสารมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 13(1), 141-159.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติคุณ พลวัน. (2561). กลยุทธ์การสื่อสารของหมอดูออนไลน์: กรณีศึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจอาจารย์นก ยิปซีดวงดาว. ใน สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต แขนงวิชาการบูรณาการการสื่อสาร สาขาวิชานิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช.
- ณัฐชัย อยู่ยืนนาน. (2559). พฤติกรรมการใช้บริการพยากรณ์โชคชะตาของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร. ใน วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พนม คล้ายยา. (2558). การพึ่งพาสื่อของประชาชนในเหตุการณ์ภัยพิบัติทางธรรมชาติ. UNISEARCH Journal, 3(3), 21-27.
- ราตรี ปิ่นแก้ว. (2554). หมอดูออนไลน์: การสื่อสารความเชื่อโหราศาสตร์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต. JC Journal, 4(1), 140-158.
- สุรัตน์ ตรีสกุล. (2550). หลักนิเทศศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- โสภิตา พลสา. (2564). พฤติกรรมการพยากรณ์โหราศาสตร์ของผู้บริโภคผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย. ใน สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Aristotle. (2007). On rhetoric: A theory of civic discourse. (2nd ed.). New York: Oxford University Press.
- Metzger, M. J. & Flanagin, A. J. (2015). Psychological approaches to credibility assessment online. In Sundar, S. S. (Ed.), The Handbook of the Psychology of Communication Technology (pp. 445-466). Chichester, UK: John Wiley & Sons.