



ฮวงจู้ยี้ : ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม



โดย
นายสมชัย เจริญวรเกียรติ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ฮวงจู้ย : ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**FENG SHUI : BELIEVE KNOWLEDGE AND POWER MANAGEMENT AND
SOCIAL SPACE CONSTRUCTION**



**By
Mr. Somchai Charoenvorakiet**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree
Doctor of Philosophy Program in Management
Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2015
Copyright of Graduate School, Silpakorn University**

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “ สวงจู้ย: ความเชื่อ
ความรู้ และอำนาจในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม ” เสนอโดย นายสมชัย เจริญวรเกียรติ
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัทศนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา
2. รองศาสตราจารย์ พรชัย เทพปัญญา

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

...../...../.....

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช)

...../...../.....

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา)

...../...../.....

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก)

...../...../.....

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์พรชัย เทพปัญญา)

...../...../.....

55604911: สาขาวิชาการจัดการ

คำสำคัญ: สวงจู้ย/ ความเชื่อ / ความรู้/ความเชื่อ/ การสร้างพื้นที่

สมชัย เจริญวรเกียรติ: สวงจู้ย: ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: รศ.ดร.นรินทร์ สังข์รักษา และ รศ.พรชัย เทพปัญญา. 181 หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1.ศึกษาการก่อรูป โลกทัศน์ อุดมคติ ความเชื่อ ที่เกี่ยวกับสวงจู้ยในสังคมไทย 2.ศึกษาภาคปฏิบัติการความรู้และอำนาจของวาทกรรมสวงจู้ย 3.ศึกษาการสร้างพื้นที่ของสวงจู้ยในสังคมไทย เป็นการวิจัยหลังยุคสมัยใหม่ (Postmodernism) เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 30 คน โหราจารย์ 2 คน เครื่องมือ ได้แก่ การวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์แบบเรื่องเล่า การเก็บรวบรวม และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้ การวิเคราะห์วาทกรรม และการวิเคราะห์ ดัชนีบท (Text)

ผลการวิจัยพบว่า การก่อรูปของสวงจู้ยที่เข้ามาในสังคมไทยได้เนื่องจากสวงจู้ยเป็นความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากคนไทยเชื้อสายจีน ตอนที่ 1 การก่อรูปโลกทัศน์ อุดมคติ และความเชื่อ เกี่ยวกับ สวงจู้ย โดย 1.1 โลกทัศน์ของสวงจู้ย คือ “สวงจู้ย การอยู่อาศัยในทำเลที่ดี และมีความสุข” และสำหรับ 1.2 อุดมคติของสวงจู้ย คือ “สวงจู้ย ทำให้การทำงานสำเร็จ ครอบครัวมีความสุข” 1.3 ความเชื่อของสวงจู้ยเกิดจาก 1.3.1 ประเพณีการไหว้บรรพบุรุษ 1.3.2 ความกลัว 1.3.3 การกระทำตามผู้อื่น ตอนที่ 2 ภาคปฏิบัติการของวาทกรรมสวงจู้ยผ่านความรู้และอำนาจ (Power) 2.1. สวงจู้ยเป็นการสร้างความรู้ 2.2 ความรู้สวงจู้ยเป็นการสร้างอำนาจ (Power) 2.3. ความรู้ และการใช้อำนาจ (Power) มีผู้ใช้อำนาจคือสถาบันสวงจู้ย และผู้เชี่ยวชาญ 2.4 ภาคปฏิบัติการของสวงจู้ย เกิดจาก 2.4.1 การก่อสร้าง และสถาปัตยกรรมที่นำความรู้สวงจู้ยมาใช้ และก่อให้เกิดอำนาจ 2.4.2 การทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ที่นำสวงจู้ยมาบริหารจัดการ และการตลาด ตอนที่ 3 การสร้างพื้นที่ทางสังคมจาก 3.1 การสร้างพื้นที่จากกรขยายฐาน โดยใช้ สิ่งพิมพ์ หนังสือ ที่รวดเร็วมีการพัฒนาสิ่งพิมพ์ หนังสือที่มีความเฉพาะเจาะจงที่เกี่ยวข้องกับความรู้ด้านอื่น ๆ อันเป็นการสร้างความเป็นอื่น (The others) ให้สวขบยอม 3.2 การขยายฐานอำนาจเพื่อสร้างสถาบันสวงจู้ย การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับสวงจู้ยสู่สังคม มีชมรม และสถาบันสวงจู้ยเพิ่มขึ้นด้วยเทคโนโลยีแห่งตัวตน (Technology of Self) ให้คนเชื่อและสวขบยอม (Panoptical) 3.3 การสร้างพื้นที่จากการขยายฐานด้วยการเพิ่มจำนวนของโหราจารย์ นำความรู้สวงจู้ยไปเผยแพร่ และทำลายคิดค้น โหราศาสตร์อื่น 3.4 การสร้างพื้นที่จากการขยายฐานสื่อประชาสัมพันธ์ การพัฒนาด้านการสื่อสาร โทรทัศน์ โซเชียลมีเดีย ทำให้ความรู้เกี่ยวกับสวงจู้ยถูกเผยแพร่ไปอย่างรวดเร็ว สร้างความเชื่อ โลกทัศน์ อุดมคติ เบียดบัง กดทับ โหราศาสตร์อื่น 3.5 การปิดกั้น กดทับ และเบียดขับ โหราศาสตร์อื่น โดยการสร้างความเป็นอื่น (The others) จากการทำสวงจู้ยเป็นความรู้ และได้สร้างบรรทัดฐานใหม่ในการจัดการเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการก่อสร้าง สถาปัตยกรรม การบริหารจัดการด้านบุคคล และการบริหารการตลาด ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยได้ช่วงชิงการนำ (Hegemony) และปิดกั้น กดทับ โหราศาสตร์อื่น ๆ 3.6 การดำรงอยู่ของสวงจู้ย ด้วยการเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ การสร้างความรู้ที่แตกต่าง เป็นความรู้ที่ถูกต้อง สามารถนำไปแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการอยู่อาศัยได้

สาขาวิชาการจัดการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2558

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ 1. 2.

55604911: MAJOR: MANAGEMENT

KEY WORDS: FENG SHUI / BELIEF / FORMATION / SPACE CREATION

SOMCHAI CHAROENVORAKIET: FENG SHUI: BELIEVE KNOWLEDGE AND POWER MANAGEMENT AND SOCIAL SPACE CONSTRUCTION. THESIS ADVISORS: ASSOC. PROF. NARIN SUNGRUGSA, Ed.D., AND ASSOC.PROF PORNCHAI DHEBPANYA . 181 pp.

The Objective of this Thesis: 1.To study the world view, ideal and belief of Feng Shui in Thai society 2.To study the practice of the discourse of Feng Shui through knowledge and power 3.To study the Social Space Construction of Feng Shui in Thai Society by Postmodernism. Proceeding the research, The quality research of 30 people from focus group and 2 astrologers involving in participatory observation, date collecting, documents, and in-depth and informal interviews. Statistical for quality analysis was based on text analysis and discourse analysis.

Therefore, From the formation result of the research we found that Feng Shui blended into Thai society because it was the world view that inherit from Thai-Chinese. That (1) The world view, ideal and belief of Feng Shui in Thai society come from 1.1 World view of Feng Shui is “ Feng Shui is living in good place make a happy life. 1.2 Idea of Feng Shui is “Feng Shui make successfully for working and happy family. 1.3 The believe of Feng Shui come from 1.3.1 Ancestor Ceremony prototype, 1.3.2 Fear, 1.3.3 Following the others (2) The practice of the discourse of Feng Shui through knowledge and power as the practical part of Feng Shui come from 2.1 Feng Shui is a knowledge 2.2 Know ledge of Feng Shui make a Power 2.3 Knowledge and Power of Feng Shui used by Feng Shui institute and professional 2.4 The practice of the discourse come from 2.4.1Construction and Architecture relate to knowledge of Feng Shui and make a power 2.4.2 Real Estate business where used FengShui to make a Management and Marketing (3). The social space creation by discursive practice of discourse occurs from; 3.1 The rapid development in publications and more specification of Feng shui books make defeatism from the others 3.2 The promotion of Feng Shui to the society and the increasing of Feng Shui associations, Organization and clubs, by Technology of Self that make people believe and broadly accept (Panoptical) 3.3 The increasing of Feng Shui astrologers who affect and related to the way we live 3.4 The improvement of social media, TV and other communication network that widely spread 3.5 The Press with misappropriate to the another astrology come from the Knowledge of Feng Shui that make the new norm to use in Management of Construction, Architecture Human resource and Marketing in Real Estate Business. make the difference (The others) to be the Leader (Hegemony) . 3.6 The occupy of Feng Shui to make the confidence by the difference knowledge that can solve the problem from living.

Program of Management

Graduate School, Silpakorn University

Student's signature

Academic Year 2015

Thesis Advisors' signature 1. 2.

กิตติกรรมประกาศ

คุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จอย่างสมบูรณ์ได้ เนื่องจากได้รับความเอาใจใส่อย่างดียิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา และ รองศาสตราจารย์ พรชัย เทพปัญญา อาจารย์ที่ปรึกษา รวมถึง รองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์ ประธานกรรมการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชีระวัฒน์ จันทิก กรรมการสอบ และรองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช ผู้เชี่ยวชาญภายนอก ซึ่งเป็นผู้ที่ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งทำให้คุษฎีนิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์วิศิษฐ์ เตชะเกษม อาจารย์มาโนช ประภาสานนท์ ผู้เชี่ยวชาญด้านฮวงจุ้ย น.อ.หญิง รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์รัตน์ พัทธวรวิธ ผู้อำนวยการกองวิชา มนุษยศาสตร์ และ สังคมศาสตร์ โรงเรียนนายเรืออากาศนวมินทกษัตริยาธิราช ดร.สุทชนิภา ศรีไสย์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ดร.มยุรี อายุพงศ์ อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือแนะนำข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัย

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์หลักสูตรปริญญาปรัชญาคุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ อีกทั้งให้คำแนะนำสั่งสอน ด้วยความเอาใจใส่ และขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยทุกท่านที่กรุณาให้คำแนะนำ และความช่วยเหลือจนสามารถดำเนินการวิจัยได้จนเสร็จสิ้น

ขอขอบคุณเพื่อนหลักสูตรปริญญาปรัชญาคุษฎีบัณฑิตรุ่นที่ 2 ทุกคนที่คอยช่วยเหลือแนะนำ และเป็นมิตรแท้ตลอดระยะที่ศึกษาอยู่จนกระทั่งจบการศึกษา รวมทั้งผู้ที่กรุณาช่วยตอบแบบสอบถาม และให้คำสัมภาษณ์ในงานวิจัยครั้งนี้ด้วย

ประโยชน์อันเกิดจากคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ผู้ที่มีความสนใจ และหวังว่าจะสามารถนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ได้ในอนาคต ผลความดีนี้ผู้วิจัยขอมอบแด่พระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ บุคคลในครอบครัวซึ่งเป็นผู้ใกล้ชิด และผู้ให้ความร่วมมือในการทำวิจัยทุกท่าน

สารบัญ

		หน้า
	บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
	บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
	กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
	สารบัญตาราง.....	ฅ
	สารบัญภาพ.....	ญ
	สารบัญแผนภูมิ.....	ฎ
	บทที่	
1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	คำถามการวิจัย.....	5
	วัตถุประสงค์การวิจัย.....	5
	ขอบเขตของการวิจัย.....	5
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
	ประโยชน์ที่ได้รับ.....	8
2	วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	9
	แนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรม (Discourse).....	9
	แนวคิด และทฤษฎี ของ Foucault.....	10
	แนวคิดของ Fairclough.....	13
	แนวคิดเกี่ยวกับศาสตร์ฮวงจุ้ย (Feng Shui).....	17
	ความสำคัญของฮวงจุ้ย.....	23
	ประโยชน์ที่ได้จากฮวงจุ้ย.....	24
	แนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อ (Believe).....	25
	ความหมายของความเชื่อ.....	26
	แนวคิดและความเป็นมาของความเชื่อ.....	27
	ความเชื่อวัฒนธรรมของสังคมไทย (Thai Culture Believe).....	28
	แนวคิดเกี่ยวกับโลกทัศน์ และอุดมคติ (World View and Ideology).....	31
	โลกทัศน์ (World view).....	32
	อุดมคติ (Ideology).....	33

บทที่	หน้า
แนวคิดเกี่ยวกับการก่อรูปทางสังคม (Formation).....	35
การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม.....	38
การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางสังคม.....	38
แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างพื้นที่ทางสังคม (Social Space) และ การสร้าง อัตลักษณ์ (Identity).....	40
แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเล่า (Narrative Approach).....	42
ความสำคัญของเรื่องเล่า.....	43
คุณลักษณะเด่นของเรื่องเล่า.....	46
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	48
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	50
วิธีวิทยาการวิจัยเชิงวาทกรรม (Discourse Research)	50
หน่วยการวิเคราะห์.....	50
การเลือกพื้นที่ในการวิจัย.....	51
ขั้นตอนการวิจัย.....	51
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	66
ตอนที่ 1 การก่อรูปโลกทัศน์ อุดมคติ และความเชื่อ เกี่ยวกับสวงจู้.....	67
ตอนที่ 2 ภาคปฏิบัติการณ์ของวาทกรรมสวงจู้ผ่านความรู้และอำนาจ (Power).....	82
ตอนที่ 3 การสร้างพื้นที่ของสวงจู้ในสังคม.....	99
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	122
สรุปผลการวิจัย.....	123
การอภิปรายผล.....	134
ข้อเสนอแนะ.....	141
รายการอ้างอิง.....	144
ภาคผนวก.....	151
ภาคผนวก ก ราชานามผู้ให้สัมภาษณ์ในการสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์เชิงเรื่องเล่า ...	152
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์จัดเก็บข้อมูล.....	156
ภาคผนวก ค เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	158
ภาคผนวก ง รายชื่อหนังสือที่เกี่ยวข้องกับสวงจู้.....	164
ประวัติผู้วิจัย.....	181

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	สรุปตารางความสัมพันธ์ของธาตุทั้ง 5 กับ องค์ประกอบต่าง ๆ (1).....	22
2	สรุปตารางความสัมพันธ์ของธาตุทั้ง 5 กับ องค์ประกอบต่าง ๆ (2).....	22
3	ประโยชน์ของสวงจู้ย.....	24
4	การวิจัยเรื่อง สวงจู้ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ ในการจัดการ และการสร้าง พื้นที่ทางสังคม.....	65
5	แสดงจำนวนหน่วยการก่อสร้างที่อยู่อาศัยในช่วง พ.ศ. 2532 – 2558.....	93
6	แสดงการเติบโต ของ GDP ของประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2517 – 2553.....	94
7	เปรียบเทียบที่มาของหนังสือสวงจู้ยที่เกิดจากประเภทของผู้เขียนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2530-2558.....	102
8	เปรียบเทียบเนื้อหาของหนังสือสวงจู้ยที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2530-2558.....	104



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	การไหว้บรรพบุรุษ.....	74
2	สุสาน	74
3	โครงการอสังหาริมทรัพย์ที่นำสงฆ์ไปใช้.....	97
4	หนังสือสงฆ์.....	101
5	สถาบันต่าง ๆ ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับ สงฆ์.....	107
6	รายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับสงฆ์	113
7	สัมภาษณ์ และแสดงความคิดเห็น อาจารย์มาโนช ประภายานนท์ 8 ตุลาคม 2558	177
8	สัมภาษณ์ และแสดงความคิดเห็น อาจารย์วิชิตฐ์ เตชะเกษม 13 ตุลาคม 2558.....	177
9	สัมภาษณ์ และแสดงความคิดเห็น ที่ สมาคมธรรมศาสตร์ พระรามที่ 4, 16 ตุลาคม 2558.....	178
10	สัมภาษณ์ และแสดงความคิดเห็น ร่วมกับ ธนาคารไทยพาณิชย์ ที่ SCB Park ,14-15 พฤศจิกายน 2558	178
11	สัมภาษณ์ และแสดงความคิดเห็น ที่ โรงแรมจัสมิน สุขุมวิท 23, 12 พฤศจิกายน 2558.....	179
12	สัมภาษณ์ และแสดงความคิดเห็น ที่ โรงแรมอริสตัน สุขุมวิท 24 25พฤศจิกายน 2558.....	179
13	สัมภาษณ์ และแสดงความคิดเห็น ที่ โรงแรม Viva Garden สุขุมวิท 62 , 13 ธันวาคม 2558.....	180

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่		หน้า
1	กรอบความคิดมิติทางวาทกรรมและมิติในการวิเคราะห์วาทกรรม ของ Fairclough...	14
2	วัฏจักรเสริมของชาติทั้ง 5.....	20
3	วัฏจักรทำลายของชาติทั้ง 5	20
4	ปฏิสัมพันธ์กัน ระหว่างองค์ประกอบ 3 ด้าน (Triad Reciprocal Determinant).....	37
5	แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	49
6	การศึกษาการก่อรูป ความเชื่อ โลกทัศน์ อุดมคติ ความเชื่อ ที่เกี่ยวกับฮวงจุ้ย ในสังคมไทย.....	53
7	ศึกษาภาคปฏิบัติการวาทกรรมของฮวงจุ้ยผ่านความรู้และอำนาจ	54
8	การศึกษาการสร้างพื้นที่ของฮวงจุ้ยในสังคมไทย.....	55
9	ความเป็นมาของฮวงจุ้ยในประเทศไทย.....	75
10	ที่มาของภาคปฏิบัติการและการก่อรูปของฮวงจุ้ยในการเป็นความรู้.....	85
11	ฮวงจุ้ย ความเชื่อ อำนาจ ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม ตาม แนวความคิด ของ Foucault และ Fairclough.....	118
12	แสดงความสัมพันธ์ของ ความเชื่อ อำนาจ การสร้างพื้นที่ของฮวงจุ้ย ในสังคมไทย...	134



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“ฮวงจุ้ย” ภูมิปัญญาของจีนประกอบไปด้วย ลม และน้ำ ฮวงจุ้ยเป็นศิลปะการออกแบบที่อยู่อาศัยที่สามารถลดอันตรายที่เกิดความก้าวหน้าได้เลื่อนตำแหน่งในอาชีพ เสริมสร้างสุขภาพที่ดี ทรัพย์สินเพิ่มพูน และ ทำให้เจ้าของบ้านมีชีวิตที่มีความสุขได้ (Brown, 1997)

จากคำกล่าวของ Brown ซึ่งเป็นอาจารย์ และที่ปรึกษาทางด้านฮวงจุ้ย ทำงานด้านการออกแบบทางวิศวกรรม และมีความเชี่ยวชาญด้านการรักษาด้วยการกดจุด เป็นผู้ร่วมก่อตั้งสถาบันเพื่อสุขภาพแห่งอังกฤษ และเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้เรื่องฮวงจุ้ยพื้นฐานแก่ผู้ที่สนใจ และได้เขียนหนังสือ Essential Feng Shui: Your Practical Guide to Health, Wealth and Happiness ซึ่งกล่าวถึงอิทธิพลของฮวงจุ้ยที่มีผลต่อการปรับปรุงชีวิตให้ดีขึ้นได้ นอกจากนี้ Bloomfield (2004: 16) ได้กล่าวว่าคนจีนมีความเชื่อว่าฮวงจุ้ย เป็นศาสตร์ความรู้ของคนจีนโบราณ มีพลังลึกลับ และได้เข้ามามีบทบาทสำคัญกับชีวิตมากขึ้น

ฮวงจุ้ย เกิดขึ้นในเมืองจีนมากกว่า 6,000 ปี หรือ 3,000 ปีก่อนคริสตกาล (Essen, H.V. 2000) ฮวงจุ้ยเป็นความรู้ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีการใช้อัตลักษณ์ (Identity) ทางภาษาที่สื่อความหมาย โดยคำว่า ฮวง แปลว่า ลม และคำว่า จุ้ย แปลว่า น้ำ (Lip, 1997) ซึ่งทำให้เกิดความเป็นปัจเจกในการสร้างภาษา และความรู้ที่ถูกหล่อหลอมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทย

ซูฟงษ์ ทองคำสมุทร (2554) ได้กล่าวว่า “ฮวงจุ้ย” คือความรู้และศิลปะในการปรับสภาพแวดล้อมของชาวจีนที่มีมายาวนาน และได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมีหลักการที่สอดคล้องกับการก่อสร้าง สถาปัตยกรรมในด้านต่าง ๆ เช่น การเลือกพื้นที่ก่อสร้าง การวางผัง การเลือกรูปทรง และการตกแต่งภายในอาคาร ปัจจุบันมีการนำความรู้เรื่องฮวงจุ้ยมาใช้ในการออกแบบอาคาร บางครั้งก่อให้เกิดความขัดแย้งกับความรู้ในการออกแบบที่เป็นหลักการทางวิทยาศาสตร์ในปัจจุบัน สาเหตุเพราะความรู้เรื่องฮวงจุ้ยถูกกำหนดจากลักษณะภูมิประเทศ พื้นที่ภูมิอากาศ สภาพทางสังคม และวัฒนธรรมที่แตกต่างกันจากประเทศจีนโบราณ

ปรากฏการณ์การขยายตัวของฮวงจู้ยี่ที่กระจายอยู่ในสังคม รวมถึงการแทรกตัวของฮวงจู้ยี่ที่ไปกดทับ ปิดบัง กีดกันความเชื่อในโหราศาสตร์อื่น ๆ ได้ครอบงำความคิดของผู้ที่อยู่ในสังคมมีการนำฮวงจู้ยี่มาใช้ได้สร้างบรรทัดฐานใหม่ทางความคิดเกี่ยวกับการนำฮวงจู้ยี่มาใช้ เพื่อสร้างความมั่นใจในการทำธุรกิจ และการดำเนินชีวิต ภายในโครงสร้างทางสังคมไทยที่โหราศาสตร์ยังคงมีอิทธิพลต่อการดำรงอยู่ความเชื่อมีอำนาจ (Power) ที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรม และเกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม นอกจากนี้ความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจู้ยี่ ได้เปิด โลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) ใหม่ของการดำรงชีวิตซึ่งมีความสัมพันธ์กับการดำเนินธุรกิจ และครอบครัว ฮวงจู้ยี่ได้สร้างการครอบงำทางความคิด จินตนาการและกำหนดวิถีปฏิบัติที่มุ่งเน้นไปสู่ความสำเร็จทางด้านการทำธุรกิจ และความสุข เฉกเช่นเดียวกับโหราศาสตร์อื่น ๆ และจากงานวิจัยของ ศิริชัย ทรวงแสง (2548) พบว่า นักธุรกิจหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ ใช้โหราศาสตร์ในการบริการการตลาด บริหารงานบุคคล จัดหาทรัพยากร วางแผนในการดำเนินธุรกิจ ตัดสินใจเพื่อการลงทุน และกำหนดนโยบาย ตามลำดับ นอกจากนี้ กัญชัช ศศิธร (2541: 59) ได้วิจัยเรื่องบทบาทของหมอดูในสังคมไทยที่พบว่าหมอดูมีบทบาทสำคัญในด้านจิตใจ สังคม และเศรษฐกิจ โหราศาสตร์ยังมีบทบาทที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตของคนไทย ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภิญญา พงศ์เจริญ (2543) เรื่องบทบาทของโหรในสังคมไทย ที่พบว่าโหราศาสตร์มีบทบาทต่อตัวผู้เข้ารับบริการ และตัวของโหราจารย์ ซึ่งโหราจารย์เองก็ได้มีบทบาทต่อสังคมในหลายๆ ด้าน ในด้านสังคมมีหน้าที่ในการกระตุ้นให้คนในสังคมมีคุณธรรมและศีลธรรม สำหรับด้านการเมืองนั้นผลการทำนายของโหราจารย์จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้

ฮวงจู้ยี่ได้เข้ามามีบทบาท และมีอิทธิพลต่อสภาพความเป็นอยู่ในสังคมไทย จากปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับฮวงจู้ยี่ ผลการวิจัยของ วิไลลักษณ์ ชื่นธนวุฒิ (2551) เรื่องอิทธิพลของฮวงจู้ยี่ที่มีต่อวิถีชีวิตของคนไทยชาวพุทธในสังคมปัจจุบัน พบว่าส่วนใหญ่คนที่ประสบความสำเร็จร่ำรวยนั้น ล้วนมีหลักของฮวงจู้ยี่เข้ามาเกี่ยวข้องแทบทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นแค่ความบังเอิญหรือตั้งใจ แต่สิ่งที่กระทำนั้นตรงกับหลักฮวงจู้ยี่อย่างน่าประหลาดใจ ฮวงจู้ยี่จะเข้าไปช่วย ชี้ทางแก้ไขสิ่งที่ส่งให้เกิดผลร้ายให้กลับกลายเป็นสิ่งดี เป็นผลต่อเจ้าของบ้าน ครอบครัว และบริวาร สุขภาพและความรุ่งเรืองของชีวิต จากงานวิจัยของ กชพรรณ อ่อนสุวรรณ (2555) เรื่องลักษณะบุคคลตามทฤษฎีธาตุกับภาวะผู้นำของบุคคลากรโรงพยาบาลวังจันทน์ ได้ศึกษาเกี่ยวกับฮวงจู้ยี่ที่มีความสัมพันธ์กับธาตุของแต่ละบุคคล ผลจากการศึกษาพบว่า บุคคลตามทฤษฎีธาตุไม่มีความสัมพันธ์กับภาวะผู้นำของบุคคลากร โรงพยาบาลวังจันทน์ ส่วนพรพรรณ พันธุ์เปรม (2552) ได้

ทำวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของผู้ประกอบการ การใช้บริการโหราศาสตร์ พบว่า ผู้ประกอบการเชื่อว่าการใช้โหราศาสตร์มีผลต่อธุรกิจ โดยจะเน้นเรื่องดวงชะตาของผู้ที่จะทำธุรกิจว่าเหมาะกับธุรกิจประเภทใด ให้ความสำคัญกับศาสตร์ฮวงจุ้ยในการเลือกทำเลเปิดดำเนินกิจการ และใช้โหงวเฮ้งในการเลือกพนักงาน โดยจะเน้นเลือกใช้บริการกับโหราจารย์ที่มีประสบการณ์และมีความน่าเชื่อถือ และนำข้อเสนอแนะไปปฏิบัติ

จึงเห็นได้ว่าฮวงจุ้ยได้สร้างอำนาจ (Power) ในการจัดการกับจิตได้สำนึกของมนุษย์อย่างแยบยล กระบวนการยึดเหนี่ยวให้มนุษย์ปฏิบัติตามที่ต้องการด้วยความรู้สึกที่ไม่ต่อต้าน และสยบยอม เกิดเป็นภาคปฏิบัติที่ปรากฏรูปแบบเฉพาะตัว มีการสร้างรูปแบบ และความเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ เกิดขึ้นภายในสังคม การได้มาซึ่งอำนาจ (Power) ของฮวงจุ้ยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) และการยอมรับ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Foucault และแนวคิดของ Faircough มาเป็นกรอบในการวิจัย เพื่อสืบค้นถึงการได้มาซึ่งอำนาจ (Power) และการขยายอำนาจ (Power) อย่างแยบยลไปสู่การครอบงำทาง โลกทัศน์ (World view) และอุดมคติของผู้ที่มีความเชื่อในฮวงจุ้ยอย่างสยบยอม จากแนวคิดของ Foucault (1972) นักคิดชาวฝรั่งเศส ได้ให้นิยามของวาทกรรมที่เกิดขึ้นในสังคมว่าเป็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (Power) อุดมคติ ตรรกะ และการสร้างกฎเกณฑ์ที่ก่อให้เกิดชุดความรู้ ณ ช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ความรู้ที่เกิดขึ้นก่อให้เกิดอำนาจ (Power) และการกดทับ ปิดบัง ซ่อนเร้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางจิต หรือระบบคิด ความสัมพันธ์ระหว่าง 2 สิ่ง คือความรู้ และอำนาจ (Power) ที่ทำงานอยู่ภายใต้สิ่งที่เรียกว่าที่เรียกว่า “การก่อรูปของวาทกรรม” (Discursive formation) และ “ภาคปฏิบัติทางวาทกรรม” (Discursive practice) จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมพบว่าฮวงจุ้ยมีส่วนเข้ามาเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางจิต หรือระบบความคิดของคนในสังคม และจากแนวคิดของ Faircough (1992) ที่นิยามว่าวาทกรรมเป็นกระบวนการที่มีการเปลี่ยนแปลงและทำให้เกิดการเคลื่อนไหวที่ก่อให้เกิด อัตลักษณ์ (Identity) ความสัมพันธ์ และ โลกทัศน์ (World view) ของสังคม การสร้างการเปลี่ยนแปลง มีกระบวนการจากการสร้างที่เป็นอัตลักษณ์ (Identity) เฉพาะจากสังคม ชุมชนขนาดเล็กของตัวบท (Text) ผ่านกระบวนการที่มีการปฏิบัติและการก่อรูปที่เรียกว่า ภาคปฏิบัติทางวาทกรรม (Discourse practice) มีกระจายตัวไปสู่ชุมชนที่มีขนาดใหญ่ขึ้นซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน และการกระจายตัวออกไปสร้างพื้นที่สังคมที่มีภาคปฏิบัติทางสังคม

วัฒนธรรม(Social cultural practice) เพื่อตรวจสอบว่า swung จุ๊ย ได้เข้ามา มีบทบาทตาม กระบวนการของภาคปฏิบัติการตามแนวคิดของ Faircough

การเปิดพื้นที่ของ swung จุ๊ย ในสังคม เป็นปรากฏการณ์ที่แบบยล ซ้อนเร้น ตามแนวความคิด ของ Lefebvre (1998) ได้ให้ข้อสรุปว่า “พื้นที่” (space) ไม่ได้หมายถึงขอบเขตหรือลักษณะทาง ภูมิศาสตร์ แต่หมายถึงพื้นที่ที่ต่อสู้กันทางอำนาจ (Power) และจะมีการเปลี่ยนแปลงตามผู้ที่อำนาจ (Power) และจะมีปรากฏการณ์แย่งชิงอำนาจ (Power) อยู่ตลอดเวลา จนกลายเป็น “พื้นที่ทางสังคม” (social space) ดังนั้นทุกหนแห่งจึงสามารถสร้างให้เป็นพื้นที่ทางสังคมได้ ซึ่งจะประกอบด้วย อัตลักษณ์ (Identity) วัฒนธรรมของกลุ่มบุคคล หรือชุมชน

swung จุ๊ย ได้ถูกนำไปใช้ และขยายอำนาจ (Power) การครอบงำ ซึ่งไปสู่ธุรกิจ และการอยู่ อาศัย การขยายการครอบครองพื้นที่ในสังคมจากความเป็นชุมชนเล็ก ๆ ไปสู่สังคมขนาดใหญ่ที่ กว้างขวางขึ้น การครอบครองนี้ทำให้เกิดเป็นมิติของความเป็น swung จุ๊ย ที่ส่งผลต่อการคิดกัน กดทับ โหราศาสตร์อื่น ๆ ที่คงสภาพอยู่ก่อนในสังคม ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงสภาพสังคม ที่มีการเปลี่ยนแปลง อย่างรวดเร็วทางด้านเทคโนโลยี และการสื่อสาร การเปิดกว้างในการรับข้อมูลข่าวสาร จึงให้ ความสนใจว่าในการเปิดพื้นที่ทางสังคมของ swung จุ๊ย ด้วยการยึดยึดความเป็นคุณลักษณะหนึ่ง และ สามารถครอบงำความคิด โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) เกี่ยวกับ swung จุ๊ย ได้จาก “ภาคปฏิบัติการของวาทกรรม (Discourse practice)” ช่องทางใด

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการค้นหารากเหง้าที่มาของความเชื่อที่ฝังลึก ครอบงำ โลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) ของผู้ที่อยู่ภายใต้กรอบแนวคิด และภาคปฏิบัติที่ เกี่ยวข้องกับ swung จุ๊ย ความเชื่อเกี่ยวกับ swung จุ๊ย ได้ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ที่แบบยล สะท้อนออกมาใน งานด้านการออกแบบสถาปัตยกรรม และการก่อสร้างซึ่งพบเห็น ได้ทั่วไปอย่างกว้างขวาง ก่อให้เกิดมิติของสภาพกระทำในรูปแบบของการลอกเลียนแบบ การผลิต หรือกระทำซ้ำ ๆ ใน แบบแผนการปฏิบัติแบบ เดิม ๆ นำมาซึ่งการส่งผ่านความเชื่อจากสถานที่หนึ่ง ไปยังสถานที่หนึ่ง ใน รูปแบบที่เกิดจากการถูกครอบงำทาง โลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) การก่อรูป และการได้มาซึ่งอำนาจของ swung จุ๊ย ที่สร้างแบบแผน ที่ทำให้เกิดการสยบยอมโดยเป็นการยอมรับ อย่างไม่มีข้อข้องใจจนกลายเป็นเอกลักษณ์ที่ครอบงำความคิด จิตสำนึกของคนในสังคม

ผู้วิจัยเลือกใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิจัยแบบหลังความทันสมัย (Postmodernism) สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ในการวิจัยเรื่อง swung จุ๊ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจในการจัดการ และ การสร้างพื้นที่ทางสังคม ผู้วิจัยเลือกใช้การสัมภาษณ์แบบเรื่องเล่า (Narrative Approach) เนื่องจาก กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นกลุ่มผู้ที่มีความสนใจเรื่อง swung จุ๊ย กลุ่มผู้ที่เคยใช้ swung จุ๊ย มาแล้ว และกลุ่มของ

โหราจารย์ที่เกี่ยวข้องกับการแนะนำฮวงจุ้ยให้แก่บุคคลทั่วไปได้นำไปปรับใช้ เนื่องจากวิธีการสัมภาษณ์แบบเรื่องเล่าเป็นกระบวนการที่ทำให้ผู้ให้ข้อมูลมีอิสระในการอธิบายสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งที่มีความประทับใจ และความไม่พึงพอใจซึ่งได้บรรจุเอาอัตลักษณ์ (Identity) หรือความเป็นตัวตน และสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมของผู้เล่าเอาไว้ การวิจัยนี้เพื่อชี้ให้เห็นความเชื่อ โลกทัศน์ (World view) อุดมคติของฮวงจุ้ย ทัศนคติการก่อรูปทางวาทกรรมของฮวงจุ้ย และการสร้างพื้นที่ทางสังคมด้วยทัศนคติการทางวาทกรรมของฮวงจุ้ยในสังคมไทย

2. คำถามการวิจัย

- 2.1 ความเชื่อ โลกทัศน์ อุดมคติ เกี่ยวกับฮวงจุ้ยในสังคมไทย มีที่มาของการก่อรูป และมีลักษณะอย่างไร
- 2.2 ทัศนคติการทางวาทกรรมของฮวงจุ้ยผ่านความรู้ และอำนาจเกิดขึ้นได้อย่างไร
- 2.3 การสร้างพื้นที่ของฮวงจุ้ยในสังคมไทย เกิดขึ้นได้อย่างไร ผลที่เกิดขึ้น และการดำรงอยู่ของฮวงจุ้ยในสังคมไทย

3. วัตถุประสงค์การวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดจุดประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

- 3.1 เพื่อศึกษาการก่อรูป โลกทัศน์ อุดมคติ ความเชื่อที่เกี่ยวกับฮวงจุ้ยในสังคมไทย
- 3.2 เพื่อศึกษาทัศนคติการทางวาทกรรมผ่านความรู้ และอำนาจของวาทกรรมฮวงจุ้ย
- 3.3 เพื่อศึกษาการสร้างพื้นที่ของฮวงจุ้ยในสังคมไทย

4. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แนวคิดหลังยุคความทันสมัย (Postmodernism) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) วิธีวิทยาที่ใช้ศึกษา คือ การวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis) ตามแนวคิดของ Foucault (1972) และกรอบการวิเคราะห์ของ Fairclough การวิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย และอาศัยกรอบการวิเคราะห์ 3 ขั้นตอนของ Fairclough คือ 1) ข้อความ (Text) 2) ทัศนคติการทางวาทกรรม (Discourse practice) และ 3) ทัศนคติการทาง

สังคม และวัฒนธรรม ในการทำวิจัยจะดำเนินการในเชิงลึก และมีกระบวนการศึกษาข้อมูลโดยการนำวิธีวิเคราะห์วาทกรรม และการวิเคราะห์ตัวบท (Text Analysis)

4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

4.1.1 การศึกษา และวิเคราะห์ แนวคิด และทฤษฎี งานวิจัย บทความที่เกี่ยวข้องกับ
ฮวงจู้ย

4.1.2 การศึกษา และวิเคราะห์ แนวคิด และทฤษฎี งานวิจัย บทความที่เกี่ยวข้องกับ
ความเชื่อ โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ความรู้ อำนาจ (Power) และการสร้างพื้นที่
ทางสังคมของฮวงจู้ย โดยใช้แนวคิดของ Foucault (1972)

4.1.3 การศึกษา และวิเคราะห์ แนวคิด และทฤษฎี งานวิจัย บทความที่เกี่ยวข้องกับ
การสร้างพื้นที่ทางสังคมด้วยภาคปฏิบัติทางวาทกรรมโดยใช้กรอบขั้นตอน 3 ขั้นของ Fairclough
(1980)

4.2 ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย / ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยใช้กระบวนการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดย
ศึกษาความเชื่อ โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) เกี่ยวกับ ฮวงจู้ย ความรู้ อำนาจ (Power)
และการสร้างพื้นที่ทางสังคมด้วยภาคปฏิบัติทางวาทกรรมของฮวงจู้ยที่เกิดขึ้นในสังคมไทย โดย
เน้นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ผู้สนใจในฮวงจู้ย จำนวน 32
คน โดยแยกเป็นผู้ที่สนใจจะใช้บริการฮวงจู้ย 15 คน และผู้ที่มีประสบการณ์การใช้ฮวงจู้ย 15 คน
และโหราจารย์จำนวน 2 คน โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) และใช้การสร้าง
ความรู้ผ่านเรื่องเล่า (Narrative Construction) ในการทำการเก็บข้อมูล

4.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

การเลือกพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล เนื่องจากเป็นเมืองหลวง และศูนย์กลางของ
ประเทศ มีประชากรหนาแน่นจะสามารถเป็นแหล่งของผู้ที่จะให้ข้อมูลที่ดีได้ เนื่องจากมีโรงเรียนที่
เปิดสอนฮวงจู้ยอยู่เป็นจำนวนมาก โดยมีผู้ที่ให้ความสนใจเข้ามาเรียน หรือ มาอบรมเกี่ยวกับความรู้
เรื่องฮวงจู้ย รวมถึงมีโหราจารย์ที่มีความชำนาญและมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับฮวงจู้ย มี
โครงการอสังหาริมทรัพย์ที่นำฮวงจู้ยไปใช้ ทำให้การได้มาของข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักในทุกกลุ่ม
และทำให้ได้ข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับฮวงจู้ยจริง ๆ

4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษา 1 ปี

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

ฮวงจู้ย หมายถึง ศาสตร์ที่ใช้ในการออกแบบ เพื่อการอยู่อาศัยให้เหมาะกับวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ และเสริมสร้างความอยู่ดีมีสุขแก่สังคมไทย

โลกทัศน์ (World view) หมายถึง ความคิด ความเห็น ความคิดเห็น หรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโลกและชีวิตที่คนแต่ละคนตีความสิ่งต่าง ๆ ในโลกหรือมองว่าสรรพสิ่งในโลกมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างไรกับฮวงจู้ย

อุดมคติ (Ideology) หมายถึง จุดหมายสูงสุดที่บุคคล หรือสังคมมุ่งบรรลุถึง และแบบความคิดหรือความเชื่ออันเป็นจุดมุ่งหมายแห่งชีวิตของตน หรือของกลุ่มชนที่มีต่อฮวงจู้ย

วาทกรรม (Discourse) หมายถึง กระบวนการสร้างความหมายโดยภาษาและอัตลักษณ์ (Identity) ต่างๆที่เกิดจากภาคปฏิบัติวาทกรรมของฮวงจู้ยที่เกิดขึ้นในสังคมไทย

ภาคปฏิบัติวาทกรรม (Discourse practice) หมายถึง กระบวนการตีความของความรู้ และอำนาจ (Power) ให้ดำรงอยู่ในสังคม โดยแสดงออกมาทางการปฏิบัติ ความเชื่อ จารีต ประเพณี และ วัฒนธรรม ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะขององค์กร ที่เกิดจากฮวงจู้ย โดยใช้แนวคิดของ Fairclough ในด้านที่เป็นตัวบท (Text) ภาคปฏิบัติการส่วนบุคคล และภาคปฏิบัติการทางสังคม ภาคปฏิบัติวาทกรรมของฮวงจู้ยที่เกิดขึ้นในสังคมไทย

ความเชื่อ หมายถึง การยอมรับข้อเสนอข้อใดข้อหนึ่งได้ว่าเป็นความจริง ซึ่งยังมีได้พิสูจน์ได้โดยวิธีการของวิทยาศาสตร์ ซึ่งความเชื่อที่ถูกสร้างโดยภาคปฏิบัติวาทกรรมของฮวงจู้ยที่เกิดขึ้นในสังคมไทย ก่อให้เกิดภาคปฏิบัติการเฉพาะบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกมาทั้ง วัจนภาษา และอวัจนภาษา และก่อให้เกิดการส่งต่อจนเกิดเป็นประเพณี วัฒนธรรมที่เป็นที่ยอมรับเฉพาะกลุ่ม

ตัวบท (Text) หมายถึง ข้อความหรือสำนวนที่มีระดับความหมายสูงกว่าประโยคที่ใช้กันทั่ว ๆ เกิดจากการสร้างรูปแบบภาษาเฉพาะตัวขึ้นมาใช้ และเป็นที่ยอมรับและนำมาใช้สื่อสารอยู่ภายใต้ของสังคมหนึ่ง ๆ เป็นเหมือนตัวแทน และกลายมาเป็นอัตลักษณ์ (Identity) ของสังคมนั้นผ่านวาทกรรมฮวงจู้ย

การก่อรูป หมายถึง กระบวนการสร้างการก่อเกิดของความรู้ และอำนาจ (Power) เพื่อสร้างโลกทัศน์ (World view) ให้เกิดการสขบยอมที่เกิดจากสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง โดยสร้างแนวทางภาคปฏิบัติที่เหมาะสมในช่วงเวลานั้น ๆ ที่ส่งผลให้ฮวงจู้ยเป็นที่รู้จัก และก่อให้เกิดภาคปฏิบัติที่เป็นที่ยอมรับของสังคม

พื้นที่ทางสังคม หมายถึง การสร้างทางสังคมจากการมีพฤติกรรม การสร้างกิจกรรม การสร้างแนวทางปฏิบัติ การใช้สัญลักษณ์ หรือการสร้างการยอมรับของวงจู้ยที่เกิดขึ้นในสังคมไทย

โหราจารย์วงจู้ย อาจารย์วงจู้ย ชินแส หมายถึง ผู้มีความรู้ด้านวงจู้ย หมายถึง บุคคลผู้มีความรู้เรื่อง วงจู้ย มีความสามารถในการนำวงจู้ยมาใช้ให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อตัวเองและผู้อื่น

6. ประโยชน์ที่ได้รับ

6.1 ได้ทราบถึงความเชื่อ โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ที่เกี่ยวกับวงจู้ยในสังคมไทย และที่มาของการก่อรูปของวาทกรรมวงจู้ย

6.2 ได้ทราบถึงภาคปฏิบัติการวาทกรรมของวงจู้ยผ่านความรู้และอำนาจ (Power) และผลที่เกิดขึ้นของวงจู้ยในผู้ที่สนใจอำนาจ (Power) ที่เกิดขึ้นที่ส่งผลต่อผู้ที่ตกอยู่ใต้อำนาจ (Power) วิธีป้องกันและช่วยเหลือที่กระทำผ่านวาทกรรมวงจู้ย

6.3 ได้ทราบถึงการสร้างพื้นที่ การคงอยู่ และผลที่เกิดขึ้นของวงจู้ยในสังคมไทยเพื่อที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะนำไปใช้ในการควบคุม หรือวางมาตรการในการป้องกันการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับวงจู้ยได้อย่างถูกต้อง

6.4 เป็นการตีแผ่ให้เห็นว่ามีปัจจัยใดเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ก่อให้เกิดภาคปฏิบัติการของวาทกรรม (Discourse practice) วงจู้ย ได้ทราบถึงการจัดการความรู้ ที่ก่อให้เกิดอำนาจ (Power) ทำให้เกิดการสขบยอม และยอมรับต่อวาทกรรมวงจู้ย



บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ฮวงจื๊อ ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม เป็นการวิจัยปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมไทยที่ได้รับผลจากฮวงจื๊อ จนเกิดเป็นวาทกรรมที่สะท้อนภาพของกลุ่มชนบางกลุ่มที่ให้ความสนใจในศาสตร์นี้ ซึ่งภาคปฏิบัติวาทกรรมที่เกิดขึ้นจำเป็นต้องได้รับการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องไว้ ประกอบด้วย

1. แนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรม
2. แนวคิดเกี่ยวกับฮวงจื๊อ
3. แนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อ
4. แนวคิดเกี่ยวกับโลกทัศน์ และอุดมคติ
5. แนวคิดเกี่ยวกับการก่อรูปทางสังคม
6. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างพื้นที่ทางสังคมและการสร้างอัตลักษณ์
7. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเล่า

แนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรม (Discourse)

แนวคิดทางการพัฒนาสังคมมีการพัฒนา และเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง สำหรับแนวคิดแบบ Modernity คือ แนวที่เกิดขึ้นในช่วงปฏิวัติอุตสาหกรรม ซึ่งกำหนดให้ทุกอย่างอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์ และทฤษฎี สามารถพิสูจน์ได้ และมีความถูกต้องเป็นจริง ซึ่งสามารถใช้ได้ในทุกวัฒนธรรม แต่สำหรับแนวคิดแบบ Post -Modernism คือแนวคิดภายหลังจากยุคความทันสมัย เป็นแนวคิดที่ไม่เชื่อเรื่องความมีอยู่จริง หรือความเป็นสากล แต่มีความเชื่อว่าแต่ละวัฒนธรรมมีเหตุผล และแนวคิดในการยอมรับว่าสิ่งใดเหมาะสมกับวัฒนธรรมของตนเอง โดยไม่ต้องอ้างอิงการยอมรับจากวัฒนธรรมอื่น ๆ โดยสามารถศึกษาวัฒนธรรมของแต่ละสังคมได้จาก ตัวบท (Text) ภาษา และวาทกรรมที่เกิดขึ้น

วาทกรรมเป็นชุดความคิดที่สามารถนำมาศึกษา และใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทางภาษา วรรณกรรม และส่งผลทางวัฒนธรรม สังคม และทางด้าน

การเมือง โดยสมเกียรติ วันทะนะ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้เป็นผู้นำคำว่า “วาทกรรม” มาใช้เป็นคนแรก (ไชยรัตน์ เจริญสิน โอปาร, 2543: 19) ซึ่งสามารถนำมาตีความประเด็นต่าง ๆ ในมุมมองที่แตกต่างกันออกไป เนื่องจากวาทกรรมเป็นสหวิชาที่เกี่ยวข้องกับ ภาษาศาสตร์ ปรัชญา วรรณคดี มานุษยวิทยา จิตวิทยา สังคมวิทยา ศัญวิทยา

แนวคิดเรื่องวาทกรรมตามแนวคิดของ Foucault ได้นิยามความหมายของ “Discourse” (Hall, 1992: 291, cited in Hall, 2001: 72) ไว้ว่า “วาทกรรม คือกลุ่มถ้อยคำ ที่ใช้แสดงความรู้หรือวิธีการนำเสนอ ความรู้เกี่ยวกับหัวข้อเฉพาะในช่วงเวลาหนึ่งๆ วาทกรรมยังมีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตความรู้ผ่านภาษาแต่เนื่องจากปฏิบัติการต่างๆในสังคมนั้นก่อให้เกิดความหมายและความหมายดังกล่าวยังมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติการที่เกิดขึ้น”

ส่วน Kress (1985: 27) ได้กล่าวถึงแนวคิดเรื่องวาทกรรมว่า วาทกรรมเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น โดยมีกำเนิดจากสภาพสังคม และการใช้ภาษา ซึ่งมีจุดเริ่มต้นจากการใช้ภาษาเป็นครั้งแรก ซึ่งทั้งสภาพทางสังคม และการใช้ภาษามีความสัมพันธ์ ซึ่งวาทกรรมที่เกิดขึ้นสามารถศึกษาได้จากการใช้ภาษาและสำนวน”

ในขณะที่ Paltridge (2006: 179) ได้เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับวาทกรรมไว้ว่า “วาทกรรม” เป็นการศึกษาการเชื่อมโยงระหว่างการใช้ภาษากับตัวบททางสังคมและการเมืองสามารถใช้ศึกษาได้หลายประเด็น เช่น เพศภาวะหรือเพศสภาพ เชื้อชาติ ความแตกต่างทางวัฒนธรรม อุดมคติ และอัตลักษณ์ เป็นต้น ซึ่งสามารถศึกษาได้จากพฤติกรรมและการใช้ภาษาที่เกิดขึ้นภายในสังคม”

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า ฮวงจู้ย เป็นวาทกรรม เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดตัวบทใหม่ ๆ ทางสังคม โดยมีการใช้ภาษาอวัจนภาษา และก่อให้เกิดพฤติกรรม ที่เป็นที่ยอมรับของสังคม ฮวงจู้ยก็จัดว่าเป็นวาทกรรมหนึ่งที่เกิดพฤติกรรมภายในสังคม และมีการถ่ายทอด และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางสังคม วาทกรรมจึงเป็นจุดเริ่มของการนำกลุ่มถ้อยคำที่เกิดขึ้น ที่แสดงถึงความรู้ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ของสังคมหนึ่ง ๆ ที่มีอิทธิพล และสะท้อนถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในสังคม และเป็นที่ยอมรับในสังคมนั้น

แนวคิด และทฤษฎี ของ Foucault

Foucault (1972) ได้กล่าวถึงวาทกรรมในภาพกว้างโดยพบว่าการใช้ภาษาที่แตกต่างจากภาษาปกติ เป็นภาษาที่มีความเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และได้รับการยอมรับ โดยสามารถสื่อสารทำความเข้าใจได้ภายในกลุ่มคนในสังคมหนึ่ง ๆ ในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ซึ่งมีอิทธิพล และส่งผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกของสังคมนั้น ๆ

วาทกรรม (Discourse) ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัย ได้ศึกษาการนำวาทกรรมมาใช้ในรูปแบบที่มากกว่าการเป็นเพียงถ้อยแถลงคำพูด หรือภาษา เป็นการศึกษา ขั้นตอน และกระบวนการในการสร้าง/ผลิต (Constitute) เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ (Identity) และความหมาย (Significance) ให้กับสรรพสิ่งต่าง ๆ ในสังคมที่รายล้อมสังคมไว้ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ความจริง อำนาจ (Power) หรือตัวตนของสังคม ตามแนวคิดของ Foucault วาทกรรมยังคงทำหน้าที่ดำรงสิ่งต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นมาให้สามารถดำเนินอยู่ได้ จนกลายเป็นที่ยอมรับของสังคม (Valorize) และพัฒนามาเป็นวาทกรรมหลัก (Dominant Discourse) ของสังคม นอกจากนี้วาทกรรมจะส่งผลต่อการพูด การเขียน รูปแบบการปฏิบัติในสังคมหนึ่ง ๆ โดย วาทกรรมจะเป็นตัวกำหนดเงื่อนไข กลไก และกฎเกณฑ์ในการพูด การเขียนรูปแบบการปฏิบัติ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้น (ไชยรัตน์ เจริญสิน โอฟาร์, 2543 : 19 – 20) Foucault (1972) ได้ให้ความหมายของวาทกรรม (Discourse) ในหนังสือชื่อ “Politics and the study of discourse” ว่า วาทกรรมไม่ได้เป็นเพียงคำพูด ถ้อยแถลง หรือภาษา แต่วาทกรรมนั้นยังประกอบไปด้วยภาคปฏิบัติจริงของวาทกรรม (Discursive Practices) ที่ปรากฏอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ โดยมีส่วนสะท้อนภาพของความคิด ความเชื่อ จารีตปฏิบัติ คุณค่าของสถาบันต่าง ๆ ในสังคมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ๆ (ไชยรัตน์ เจริญสิน โอฟาร์, 2543: 21) นอกจากนี้ยังกล่าววาทกรรมกระบวนการสร้างความหมายโดยการพูด ภาษาและสัญลักษณ์ต่างๆที่ดำรงอยู่ในสังคม ในสถานะใดสถานะหนึ่งภายใต้กฎเกณฑ์ที่ถูกกำหนดไว้ ประกอบกันเป็นความรู้ ความเข้าใจในเรื่องหนึ่ง ๆ วาทกรรมเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นจากปรากฏการณ์ทางสังคมทั้ง โดยกลุ่มที่ครองอำนาจ (Power) และกลุ่มที่ต่อต้านอำนาจ (Power) วาทกรรมถูกใช้เพื่อจัดระเบียบวิถีชีวิตของคนในสังคม ซึ่งวาทกรรมที่ถูกสร้างขึ้นนั้นมีความแตกต่างจากสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริง วาทกรรมที่ถูกสร้างขึ้นในสถานะหนึ่งภายใต้กฎเกณฑ์ที่ถูกกำหนดไว้จะสามารถดำรงอยู่ได้ หรือมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับการใช้อำนาจ (Power) และความรุนแรงเข้าไปบังคับขยี้ดัดเยียดให้วาทกรรมนั้นเป็นที่ยอมรับจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของสังคม และ ยังเข้าไปมีบทบาทในการทำลาย บดบัง ปิดกั้น หรือขัดขวาง วาทกรรมอื่น ๆ ที่มีความแตกต่างจากวาทกรรมที่ได้สร้างไว้ วาทกรรมจัดเป็นอำนาจ (Power) ที่กระจายตัว ส่งผลและแทรกซึมในแนวระนาบเชื่อมต่อกันอย่างหลากหลาย ทำให้ยากที่จะหาจุดกำเนิด จุดเริ่มต้น จุดศูนย์กลางของการผลิต กระทำการใด ๆ ของผู้ที่อยู่ในสังคมล้วนตกอยู่ภายใต้วาทกรรมหรือความสัมพันธ์อำนาจ (Power) ในเรื่องความรู้และความจริงด้วยกันทั้งสิ้น วาทกรรมยังเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงการยอมรับของสังคมภายใต้กฎเกณฑ์และสถานะใดสถานะหนึ่ง ซึ่งมีความหมายมากกว่าการเป็นเรื่องของการผูกติดกับคุณสมบัติเฉพาะ (Attributes) บางอย่างในตัวของสิ่งเหล่านั้น เช่น ภาวะเพศกับความเป็นเพศหญิง หรือกับความเป็นเพศชาย ดังนั้นไม่ว่าการกระทำสิ่งใด ๆ ที่เกิดขึ้น

ในสังคมจะอยู่ภายใต้วาทกรรมหรือความสัมพันธ์อำนาจ (Power) ในเรื่องความรู้และความจริง ด้วยกันทั้งสิ้นประเด็นของการวิเคราะห์วาทกรรม ไม่ได้อยู่ที่คำพูดนั้นๆ เป็นจริงหรือเท็จ แต่อยู่ที่กฎเกณฑ์ชุดหนึ่งที่เป็นตัวกำกับให้การพูดนั้นๆ เป็นไปได้มากกว่าจะเป็นเรื่องของข้อเท็จจริง วาทกรรมจึงไม่ใช่เป็นเพียงผลลัพธ์ซึ่งเกิดจากการต่อสู้ เพื่อเปลี่ยนแปลงระบบของการครอบงำ แต่วาทกรรมในตัวของมันเองนั้น คือการต่อสู้ และการครอบงำที่มีต่อรูปแบบการวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse and Discourse Analysis) ตามแนวคิดของ Foucault นั้นมีจุดประสงค์ที่สำคัญในการพยายามเรียนรู้ ทำการศึกษาเพื่อให้เข้าใจ รวมถึงสืบค้นถึงต้นเหตุของเหตุการณ์ กระบวนการ ขั้นตอน ลำดับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการสร้างความหมาย และเอกลักษณ์ต่าง ๆ ให้กับสรรพสิ่งที่ห่อหุ้มผู้คนที่อยู่ในสังคม โดยแสดงออกมาในรูปแบบของวาทกรรม และภาคปฏิบัติการของวาทกรรม (Discourse practice) ว่าด้วยเรื่องหนึ่ง ๆ ว่ามีความเป็นมาอย่างไร มีการต่อสู้ การแสดงอำนาจ (Power) เพื่อช่วงชิงการนำ (Hegemony) ในการกำหนดกฎเกณฑ์ว่าด้วยเรื่องนั้น ๆ อย่างไรบ้าง และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเก็บกด ปิดกั้น ของวาทกรรมมีผลอย่างไร

ความสำคัญของการวิเคราะห์วาทกรรมนั้นอยู่ที่การค้นหาว่า กระบวนการใด หรือความจำเป็นในเรื่องใดที่ส่งผลสิ่งนั้นถูกกระทำให้กลายเป็นวัตถุเพื่อการศึกษา หรือเพื่อการพูดถึงของวาทกรรม (An object of discourse/Discursive object) ซึ่งก็คือการศึกษาถึงภาคปฏิบัติการจริงของวาทกรรมนั่นเองโดยทั่วไปชุดของความสัมพันธ์ที่มีความสลับซับซ้อนในสังคม (A complex group of relations) ที่เป็นตัวกำหนดการพูดถึงสิ่งนั้น ๆ ไม่ได้ดำรงอยู่ในตัววัฒนธรรมของวาทกรรมหรือโลกแห่งความเป็นจริง แต่อยู่ในส่วนภายนอกที่ห่อหุ้มตัววัฒนธรรมของวาทกรรมไว้ และมีส่วนในการกำหนดการดำรงอยู่ของตัววัฒนธรรมของวาทกรรมนั้น ๆ ในส่วนของภาคปฏิบัติการทางวาทกรรมจริงที่ Foucault ให้ความสนใจนั้นเป็นภาคปฏิบัติการจริงของวาทกรรมที่ก่อให้เกิด การยอมรับในสังคม (Serious Speech Acts) นั่นก็คือวาทกรรมของผู้เชี่ยวชาญหรือมีความชำนาญในแขนงต่าง ๆ ภาคปฏิบัติการจริงของวาทกรรมนั้นจะทำการสถาปนาผู้พูดให้มีอำนาจ (Power) และความชอบธรรมในการพูดถึงเรื่องนั้น ๆ โดยมุมมองของนักวิเคราะห์วาทกรรมนั้น ให้ความสำคัญกับมนุษย์ เป็นเพียงผู้นำวาทกรรมไปใช้ หรือเป็นผู้ที่กระทำตาม (Enact) กฎเกณฑ์ของสังคม มากกว่าที่จะคิดค้นหรือสรรค์สร้างระบบ หรือกฎเกณฑ์ใหม่ขึ้นมา ในการวิเคราะห์วาทกรรมนั้นมิได้อยู่ที่ว่าคำพูด หรือสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นเป็นจริง หรือเป็นเท็จ หากแต่ความสนใจกลับอยู่ที่กฎเกณฑ์ชุดหนึ่งที่เป็นตัวกำกับให้การพูด/กระทำนั้นเป็นไปได้ และกฎเหล่านั้นก็ฝังฝังอยู่ภายในตัวของวาทกรรมเอง

กระบวนการ และขั้นตอนในการวิเคราะห์วาทกรรม จะใช้คำถามที่เข้าใจได้ง่าย แต่มีความเป็นรูปธรรมสูง มีความชัดเจน ในการกล่าวถึงสิ่งที่กำลังพูดถึง หรือวาทกรรมของสิ่งนั้นคืออะไร การตั้งคำถามมุ่งเน้นเพื่อต้องการตรวจสอบหรือสืบค้นว่าวาทกรรม และ ทัศนคติทางวาทกรรม มีส่วนในการสร้างเอกลักษณ์และความหมายของสิ่งที่ถูกกล่าวถึงได้อย่างไร และมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง โดยศึกษาถึงชุดกฎเกณฑ์ที่เป็นตัวกำหนดและสร้างความหมาย (Forms) ให้กับสิ่งที่ถูกตั้งคำถามดังกล่าวนั้น ทำให้เห็นถึงการโยงโย และความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (Power) ในสังคมที่สิ่งนั้นสามารถดำรงอยู่ ทั้งยังช่วยให้เห็นถึงความลึกลับ และแนวโน้มเปลี่ยนแปลงในอนาคตด้วย

ตามแนวคิดของ Foucault วาทกรรมถูกสร้างขึ้นจากความแตกต่าง ระหว่างสิ่งที่ถูกพูดอย่างแท้จริง และสิ่งที่พูดได้ในระยะเวลาหนึ่ง ข้อมูลที่แตกต่างกัน ในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ คือกฎที่ด้วยความแตกต่าง (Foucault, 1972: 633) การศึกษาวาทกรรมจำเป็นต้องศึกษาถึงลำดับเหตุการณ์ ขั้นตอน กระบวนการ รายละเอียดในการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ และความหมายที่แท้จริงในช่วงเวลานั้น ๆ ซึ่งห่อหุ้มตั้งคมอยู่ในรูปแบบของวาทกรรมและทัศนคติของวาทกรรม (Discursive Practice) ซึ่งกระบวนการทางวาทกรรมมีความสลับซับซ้อน ตั้งแต่การผลิต (Production) การวางระเบียบ (Regulation) การแจกจ่าย (Distribution) การเผยแพร่ (Circulation) และการดำเนินการ (Operation)

การนำแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องวาทกรรมของ Foucault มาใช้ในการวิจัยเรื่อง สวงจู้ ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม เป็นการศึกษาไม่เพียงแต่ถ้อยแถลงคำพูด หรือภาษา เท่านั้น แต่เป็นการศึกษาถึงกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ (Identity) ที่สังคมให้ การยอมรับต่อผลที่เกิดขึ้น การคงอยู่ การสร้างพื้นที่ และกระบวนการการทำลาย บดบัง ปิดกั้น หรือขัดขวางวาทกรรมอื่น ๆ ที่มีลักษณะแตกต่างออกไปภายใต้กฎเกณฑ์ที่ถูกกำหนดขึ้น การวิจัยจะเน้นวาทกรรมที่เกี่ยวข้อง และทัศนคติทางวาทกรรม เพื่อสืบค้นหาความสัมพันธ์ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการสร้างพื้นที่ การคงอยู่และการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของสวงจู้ในสังคมไทย

แนวคิดของ Fairclough

ทฤษฎีทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมในเรื่องของตัวบทและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Fairclough, 2000:167) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์วาทกรรมโดยใช้ตัวบท (Text) เขาได้แบ่งมิติเป็น 3 มิติ ดังนี้

การศึกษาวาทกรรมของ Fairclough สามารถพิจารณาได้จากแผนภาพด้านล่างนี้



แผนภูมิที่ 1 กรอบความคิดมิติทางวาทกรรมและมิติในการวิเคราะห์วาทกรรม ของ Fairclough
ที่มา: N Fairclough, “Discourse, Social Theory and Social Research: The Discourse of Welfare ReformW,” **Journal of Sociolinguistics** 4 (2000): 163-195.

จากแผนภาพของ Fairclough (2000: 167) แบ่งได้เป็น 3 มิติ ดังนี้

1. ตัวบท (Text) ประกอบไปด้วย ภาษาพูด ภาษาเขียน วจนภาษา และ อวจนภาษา ซึ่ง กฤษดาวรรณ หงลดารมภ์ และ โสรัจจ์ หงศ์ลดารมภ์ (2549: 112) ได้ให้คำจำกัดความว่า ตัวบท (Text) คือ ข้อความหรือสำนวนที่มีระดับความหมายสูงกว่าประโยคที่ใช้กันทั่ว ๆ เกิดจากการสร้างรูปแบบภาษาเฉพาะตัวขึ้นมาใช้ และเป็นที่ยอมรับ และนำมาใช้สื่อสาร อยู่ภายใต้ของสังคมหนึ่ง ๆ เป็นเหมือนตัวแทน และกลายมาเป็นอัตลักษณ์ (Identity) ของสังคมนั้น ตัวบท (Text) ในความหมายของ Fairclough คือ ที่มาของข้อมูลที่จะนำมาศึกษา และวิเคราะห์ถึงกระบวนการ ใช้ ภาษาพูด ภาษาเขียน วจนภาษา และ อวจนภาษา Fairclough (1995) ได้แบ่ง ตัวบท (Text) ออกเป็น 3 บทบาท (Halliday 1978) ได้แก่

1.1 Textual Function คือ การนำเสนอตัวบทในลักษณะการเชื่อมเนื้อความให้ได้ ความหมายที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจได้ในสิ่งที่เกิดขึ้นแบบองค์รวม

1.2 Ideational Function คือ การนำเสนอความคิด รูปแบบความรู้ ความเชื่อของ ชุมชน ซึ่งมีความแตกต่างกันไปในแต่ละชุมชน

1.3 Interpersonal Function คือการนำเสนอความเข้าใจในการสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลกับบุคคล และระหว่างกลุ่มกับกลุ่ม

2. ปฏิบัติการทางวาทกรรม (Discourse Practice) ได้แก่ กระบวนการปรับเปลี่ยน และก่อให้เกิดตัวบทใหม่ ซึ่งเกิดจากการตีความ โดย แสดงถึงความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องระหว่าง ปฏิบัติการทางวาทกรรม (Discourse Practice) ที่เกิดขึ้นใหม่ เทียบกับแบบแผนเดิมๆของวาทกรรม (Discourse Conventions) อย่างมีนัยยะ ซึ่งตัวบทที่เกิดขึ้นใหม่ ได้รับการยอมรับจากชุมชน และ สังคม วาทกรรมที่เกิดขึ้นเชื่อมโยงตัวบท (Text) กับภาคปฏิบัติการทางสังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Practice) ตัวบท (Text)จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมแก่ชุมชน ดังนั้น ภาคปฏิบัติการทางวาทกรรม (Discourse Practice) จึงเป็นการศึกษากระบวนการสร้างตัวบท (Text) อย่างเป็นระบบ โดยเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างตัวบท (Text) กับ บริบท

3. ปฏิบัติการทางสังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Practice) ได้แก่ กระบวนการศึกษา การเปลี่ยนแปลง ที่ซับซ้อนทางสังคมวัฒนธรรมที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเฉพาะของ ตัวบทที่มีความแตกต่างกันทางวาทกรรม โดยใช้การวิเคราะห์ระดับนามธรรมที่ส่งผลให้เกิด วาทกรรม ได้แก่ อุดมคติ (Ideology) อำนาจ (Power) อัตลักษณ์ (Identity) ค่านิยม (Value) ความไม่ เท่าเทียมกันหรือความเป็นใหญ่ (Hegemony) ที่ปรากฏ และฝังอยู่ใน โครงสร้างของวัฒนธรรม และ โครงสร้างของสังคม ก่อให้เกิดการผลิต ผลิตซ้ำ ส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ ต่างๆ ในด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม โดยการศึกษาว่าสังคมทำอะไร และอย่างไรกับ วาทกรรม และก่อให้เกิดสถานการณ์อะไร โดยเน้นการศึกษาสถานการณ์ในด้านเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังศึกษาสำรวจเชิงสถาบัน และองค์กรของวาทกรรมที่เกิดขึ้น ตรวจสอบ ว่าสถานการณ์เหล่านั้นมีอิทธิพลต่อปฏิบัติการทางวาทกรรมอย่างไร ส่งผล และผลของวาทกรรมที่ เกิดขึ้นเป็นอย่างไร ซึ่งในการที่จะทำการเข้าใจตัวบทดังกล่าวได้อย่างถูกต้องนั้น จะต้องมี ประสบการณ์ร่วม มีภูมิหลัง หรือมีความรู้ในบริบทนั้นๆ เป็นอย่างดี โดยมักจะนำมาจากสภาพ สังคม และวัฒนธรรมในช่วงนั้นๆ (พิทักษ์ ศิริวงศ์, 2543: 18-20)

ตามนัยยะที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์จะประกอบจาก 3 มิติ ได้แก่

1. มิติบรรยายความคือ การวิเคราะห์ตัวบท (Text) ผ่านภาษาพูด ภาษาเขียน วจนภาษา และอวจนภาษาเป็นการศึกษา โดยดูที่หน่วยพื้นฐาน และองค์ประกอบทางภาษาทั้งวจนภาษา และอวจนภาษา อันประกอบไปด้วย ภาษาระดับข้อความ ภาพ แสง สี เส้น องค์ประกอบภาพ เป็นต้น เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจเนื้อหาและความหมายที่เป็นเรื่องเฉพาะใน ตัวบท(Text) การวิเคราะห์มิติแรกจะเป็นการบรรยายการสร้างความหมายองค์รวมของตัวบทผ่านตัวภาษาทั้ง ภาษาพูด ภาษาเขียน วจนภาษา และอวจนภาษา

2. มิติตีความ คือ การวิเคราะห์กระบวนการ (Process Analysis) ของภาคปฏิบัติการทางกรรม ได้แก่ การนำตัวบทมาวิเคราะห์ความหมายที่มีนัยยะแฝงซ่อนไว้อย่างละเอียด ทั้งภาษาพูด ภาษาเขียน วจนภาษา และอวจนภาษา และศึกษากระบวนการสร้างความหมายโดยเฉพาะที่สัมพันธ์กับอุดมคติ (Ideology) และความเชื่อในสังคม ซึ่งก่อให้เกิดวัฒนธรรม

3. มิติอธิบายความ เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวบท (Text) ที่เกิดขึ้นเทียบกับ ตัวบท (Text) ทางสังคมวัฒนธรรมที่เป็นอยู่ เป็นการอธิบายการที่ภาษาถูกหล่อหลอมและสร้างขึ้นใหม่โดยสังคมวัฒนธรรม ซึ่งมักนำไปสู่ประเด็นเรื่องอุดมคติ (Ideology) และความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (Power) ในสังคม และมีการแสดงออกมาเป็นเอกลักษณ์ สัญลักษณ์ และเกิดการช่วงชิงพื้นที่อำนาจ (Power) ผ่านภาษา ก่อให้เกิด “พื้นที่แห่งอุดมคติ” หรือ “พื้นที่แห่งความหมาย”

สิ่งสำคัญในการวิเคราะห์ตัวบท (Text) คือ ต้องเข้าใจการปฏิสัมพันธ์ภายในตัวบท (Intertextuality) โดยตัวบทที่เกิดขึ้นใหม่จะซึมซับ และคัดสรรสิ่งที่เกี่ยวข้อง จากตัวบทที่ผ่านมาในอดีต ลดความคลุมเครือ และสร้างพื้นที่ของตัวเองขึ้นมา การสร้างตัวบทขึ้นมาใหม่ มีความสัมพันธ์ระหว่างปฏิสัมพันธ์ภายในตัวบทกับการช่วงชิงการนำ (Hegemony) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้ตัวบทใหม่สามารถดำรงอยู่ได้ และสร้างสังคมวัฒนธรรมขึ้นมาใหม่

สำหรับการวิจัยเรื่อง ฮวงจู้ความเชื่อ และอำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม จะเป็นการนำแนวคิดของ Fairclough มาศึกษาเกี่ยวกับ ตัวบทของฮวงจู้ ภาคปฏิบัติการทางกรรมของฮวงจู้ และปฏิบัติการทางสังคมวัฒนธรรมของฮวงจู้ และนำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในด้านความเชื่อ อำนาจ (Power) และการสร้างพื้นที่ทางสังคม โดยอาศัยกระบวนการ บรรยายความ การตีความ และอธิบายความ ในการวิจัยผู้วิจัยจะศึกษา ตัวบท (Text) ของฮวงจู้ว่ามีตัวบท (Text) อย่างไรในสังคม โดยศึกษาจากชุมชน และสมาชิกของชุมชน ในแง่ความคิด รูปแบบความรู้ จากภาษาพูด ภาษาเขียน วจนภาษา และอวจนภาษา และศึกษาว่าตัวบท (Text) ของ ฮวงจู้มีการช่วงชิงการนำ (Hegemony) ได้อย่างไร นอกจากนี้ยังศึกษาการสร้างพื้นที่ทางสังคม โดยศึกษาจากการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับบุคคล และระหว่างกลุ่มกับกลุ่มว่าสถานการณ์ใดที่ส่งผลให้เกิดเป็นวาทกรรมทางสังคม และมีอิทธิพลต่อโลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) อำนาจ (Power) อัตลักษณ์ (Identity) ค่านิยม (Value) ความไม่เท่าเทียมกันหรือความเป็นใหญ่ (Hegemony)

การวิเคราะห์มิติบรรยายความ โดยศึกษาตัวบท (Text) ของฮวงจู้จากองค์กรรวมในด้านภาษาพูด ภาษาเขียน วจนภาษา และอวจนภาษา

การวิเคราะห์มิติตีความ โดยนำตัวบท (Text) ใหม่ที่เกิดขึ้นของฮวงจุ้ย เทียบกับตัวบท (Text) ที่อยู่ในสังคม ทำการศึกษาอย่างลึก ลดความคลุมเครือเพื่อหาความหมายที่แฝงอยู่ รวมถึงกระบวนการของการเกิดตัวบท (Text) ใหม่ จนเกิดเป็นความเชื่อในสังคม

การวิเคราะห์มิติอธิบายความ ถึงตัวบท (Text) ของฮวงจุ้ยที่สามารถสร้างพื้นที่ในสังคม วัฒนธรรม ที่ก่อให้เกิด โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) อำนาจ (Power) อัตลักษณ์ (Identity) ค่านิยม (Value) และส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงความเชื่อของสังคม

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าวาทกรรม ฮวงจุ้ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ ความรู้ อำนาจ (Power) และการสร้างพื้นที่ ผู้วิจัยจึงใช้ 2 แนวคิดนี้ โดย Foucault พิจารณาในเรื่องของความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) สำหรับ Fairclough มองในเรื่องการสร้างพื้นที่ซึ่งมี 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1.ตัวบท (Text) 2. ทัศนคติทางวาทกรรม (Discourse practice) 3.ทัศนคติทางสังคม และ วัฒนธรรม

แนวคิดเกี่ยวกับศาสตร์ฮวงจุ้ย (Feng Shui)

ฮวงจุ้ยได้ถูกกำหนดความหมายตามภาษาที่เป็นภาษาจีน โดยคำว่า ฮวง แปลว่าลม และคำว่า จู้ย แปลว่า น้ำ (Lip, 1997) และเกรียงไกร บุญธกานนท์ (2549) ได้แยกไว้ว่า ฮวงจุ้ยสว่าง (เหนือดิน) เป็นที่อยู่ของผู้ที่ยังมีชีวิตอยู่ ฮวงจุ้ยสงบ (ใต้ดิน) เป็นที่อยู่ของผู้ที่เสียชีวิตแล้ว ได้แก่ สุสาน ฮวงจุ้ย และวิศิษฐ์ เตชะเกษม ได้อธิบายว่าฮวงจุ้ย เกิดขึ้นในเมืองจีนมากกว่า 6,000 ปี หรือ 3,000 ปีก่อนคริสตกาล (Essen, 2000) แต่บางคนก็ว่าฮวงจุ้ยเกิดขึ้นเมื่อ 2,500 ปีก่อนคริสตกาล (Skinner, 2005) จักรพรรดิหูซี เป็นผู้สอนให้มนุษย์เรารู้จักวิธีการที่จะดูสถานที่ เป็นการพูดถึงเรื่องของการวางตำแหน่งของตัวอาคาร ช่วงนั้นท่านเก็บกระดองเต่าได้หนึ่งชิ้น และในกระดองเต่านั้นมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกำเนิดดวงดาว ท่านก็เลยเป็นคนสรุปเรื่องของกาลเวลาต่างๆ ก็ถือเป็นคนแรกที่ริเริ่มระบบกาลเวลา ต่อมาในยุคที่จักรพรรดิหวางตี้ ขึ้นเป็นปฐมจักรพรรดิ ค้นพบเข็มทิศขึ้นมาเป็นคนแรก จึงได้นำเรื่องเข็มทิศ กับดวงดาว มาเป็นพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับฮวงจุ้ย เนื่องจากขณะนั้นราชอาณาจักรจีนถูกปกครองโดยกษัตริย์ ซึ่งแบ่งเป็นแคว้นต่าง ๆ รูปสลักเทพเจ้าของแต่ละพื้นที่ซึ่งจะเป็นไปตามลักษณะทางภูมิประเทศนั้นๆ ที่อยู่ในทุ่งหญ้าก็จะเป็นพวกแพะ ม้า กวาง วัว ลา กลุ่มที่อยู่ภูเขา ทะเล แม่น้ำ จะเป็นพวกนกอินทรี พวกปลา งู เต่า ในสมัยก่อน

ต่างคนต่างที่จะลุกฝ่าฟันที่ของแต่ละฝ่าย จนกระทั่งจักรพรรดิหวางตี้ ก็ได้รวบรวมทุกฝ่ายเข้าด้วยกัน โดยท่านได้นำรูปสลักเทพเจ้า ทุกฝ่ายมารวมให้เป็นจตุรรวม ก็ของเป็นสัตว์ชนิดหนึ่ง ที่ผสมผสานจากหัวกวาง จมูกวัว หูวัว และเกล็ดของปลา อุ้งมือของเสือผสมกับอุ้งมือคนอินทรี กลายเป็น "มังกร" ขึ้นมา ถือเป็นยุคที่เกิดมังกรเพื่อให้แต่ละฝ่ายรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมในการปกครองประเทศ สำหรับณัฐธิดา สุขมนัส. (2545: 108) ได้ให้ความหมายว่าฮวงจู้ยี่ ว่า ชาวจีนใช้ฮวงจู้ยี่เป็น ศาสตร์แห่งการพยากรณ์ และใช้ในการเลือกทำเลที่ตั้งของสถานที่สำหรับคนที่มิชีวิตอยู่ และคนตาย โดยยึดหลักแห่งความสมดุล และความกลมกลืนของสภาพแวดล้อมเพื่อให้เกิดความเจริญรุ่งเรือง ความอยู่ดีมีสุข แก่สมาชิกในครอบครัว รวมถึงลูกหลาน ฮวงจู้ยี่เป็นภาษาแต้จิ๋ว ฮวง แปลว่า ลม จู้ยี่ แปลว่า น้ำ เมื่อนำคำ 2 คำมารวมกันจึงออกเสียงเป็นฮวงจู้ยี่ในภาษาแต้จิ๋ว และเพิงสุ่ยในภาษาจีนกลาง ซึ่งเมื่อแปลตามตัวหนังสือจีนก็คือ ลม-น้ำ แต่ท่านผู้รู้วิชาฮวงจู้ยี่อธิบายว่าฮวงจู้ยี่เสมือนลมที่พัดวนเกิดความเข้าใจ และเสมือนน้ำที่ไม่อาจหยิบจิบไว้ได้ ทั้งกระแสลม และกระแสน้ำที่ไหลวนตามธรรมชาติ ล้วนมีอิทธิพลในการแปรเปลี่ยนภูมิประเทศ และสภาพแวดล้อมต่างๆ นอกจากนี้ Bloomfield (2004: 16) ได้กล่าวว่า คนจีนมีความเชื่อว่าฮวงจู้ยี่ เป็นความรู้ของคนจีนโบราณ มีพลังลึกลับ และได้เข้ามามีบทบาทสำคัญกับชีวิตมากขึ้น การสร้างบ้านที่ถูกต้องตามหลักฮวงจู้ยี่ ความเชื่อในฮวงจู้ยี่ที่ว่าบ้านที่ได้อยู่แล้วเจริญรุ่งเรืองต้องสร้างบ้านให้ถูก โลกกับเจ้าของ ทำให้ผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านมีความสุข มีสุขภาพดีทั้งร่างกายและจิตใจ ความเจริญในหน้าที่การงาน และความปลอดภัยในทรัพย์สิน นอกจากนี้ ฮวงจู้ยี่ไม่เพียงแต่จะใช้กับที่อยู่อาศัยของคนที่ยังมีชีวิตอยู่ ยังใช้กับที่อยู่ของคนตาย หรือบ้านของบรรพบุรุษในปรโลกก็ต้องดูแลให้ถูก โลกด้วย

ส่วนเกรียงไกร บุญธกานนท์ (2549) ได้กล่าวว่า ฮวงจู้ยี่แบ่งสิ่งต่าง ๆ ในโลกออกเป็น 2 ฝ่าย คือหยิน กับหยาง โดยมีความหมายตรงกันข้าม และเป็นสิ่งที่ใช้หักล้างกัน หรือนำมาเติมกรณีมีความพร่องหรือขาดไป โดยหยินจะเป็น ผู้หญิง กลางคืน พระจันทร์ พื้นดิน รสหวาน ผัก สิ่งที่ยืน หยุดนิ่ง ไม่สว่าง สีดำ ส่วนหยางจะเป็น ผู้ชาย กลางวัน พระอาทิตย์ ท้องฟ้า รสขม เนื้อสัตว์ สิ่งที่ร้อน เคลื่อนไหว แสงสว่าง สีขาว สำหรับการเป็นอยู่ที่ดีการปรับสมดุลให้กับการดำรงชีวิตถือเป็น เรื่องสำคัญ เพราะจะทำให้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการมีสุขภาพดี และประสบความสำเร็จ ได้ทั้งครอบครัว และการทำงาน

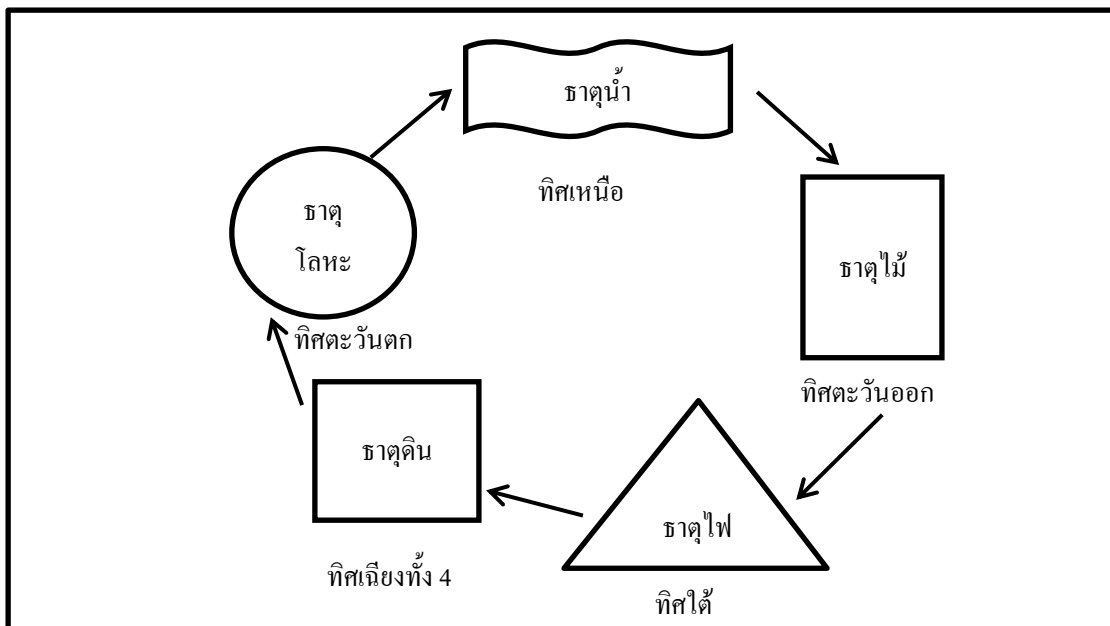
ทิศทางต่างๆ ในฮวงจุ้ย ที่นำมาใช้ในการกำหนดทิศทางของอาคาร หรือสถานที่ ฮวงจุ้ย ได้กำหนด ทิศทางต่างๆ ไว้ เพื่อใช้ในการกำหนดรูปแบบ และความหมาย จาก Steven Post (1998) ดังนี้

ทิศ	สัตว์	ลักษณะ	ความหมาย
ทิศเหนือ	เต่าดำ	สะสม	แทนความเจริญก้าวหน้า
ทิศตะวันออก	มังกรเขียว	เกิด	แทนการมีทรัพย์สิน เงินทอง
ทิศใต้	นกฟีนิกซ์สีแดง	เติบโต	แทนการมีความมั่งคั่ง
ทิศตะวันตก	เสือขาว	เก็บเกี่ยว	แทนการขยายครอบครัว

Elizabeth Moran, Joseph Yu and Val Biktashev (2008) กล่าวว่า ฮวงจุ้ยถูกค้นพบครั้งแรกสมัยราชวงศ์ถัง (ค.ศ. 618-907) เรียกว่าฮวงจุ้ยดั้งเดิม เป็นการหาความสัมพันธ์จากการสังเกตพลังฟ้า (เวลา) และพลังดิน (พื้นที่ภายในและภายนอก) การทำพลังงานเหล่านี้ให้อยู่ในสภาพสมดุลที่ดีก่อให้เกิดสุขภาพ ความมั่งคั่งที่สมบูรณ์ ระหว่างทศวรรษที่ 1970 และ 1980 เกิดสำนักฮวงจุ้ยสมัยใหม่ เรียกนิยายหมวกดำ เน้นความมั่งคั่งปรารถนาของชีวิต ความแตกต่างระหว่างฮวงจุ้ยดั้งเดิม กับฮวงจุ้ยสมัยใหม่ ที่เห็นได้ชัด คือ ฮวงจุ้ยดั้งเดิม มีแนวคิดในการใช้ธาตุของเจ้าของให้สัมพันธ์กับทิศทางของอาคาร ที่อยู่อาศัย ปรับฮวงจุ้ยให้กลมกลืนไปกับธรรมชาติ เช่น การใช้ฮวงจุ้ยของตำแหน่งธาตุไฟ ให้ใช้เทียนไข หรือหลอดไฟสีแดง ตำแหน่งธาตุดิน ให้ใช้ก้อนหิน เซรามิค รูปปั้นที่ทำด้วยดิน ซีเมนต์ ใช้สีน้ำตาล สีเหลือง แต่สำหรับฮวงจุ้ยสมัยใหม่เรียกนิยายหมวกดำ เป็นสำนักที่มุ่งค้าขาย และเป็นธุรกิจ การนำความปรารถนาของชีวิต มาเป็นจุดหมายแปรประการ ได้แก่ อาชีพ ความรู้ ครอบครัว ความมั่นคง ชื่อเสียง การแต่งงาน ลูกหลาน และผู้ช่วยเหลือ สำหรับฮวงจุ้ยสมัยใหม่เรียกนิยายหมวกดำ ยังเน้นวิธีแก้ไขฮวงจุ้ยด้วยของต่าง ๆ เช่น รูปปั้นสิ่งโต ขลุ่ย น้ำเต้า กระเจ๊กเงา คริสตัล กบ แมว หรือสิ่งที่เป็นตัวแทนความร้ายต่าง ๆ

วิศิษฐ์ เตชะเกษม (2540) กล่าวถึง ฮวงจุ้ย ประกอบด้วยธาตุทั้ง 5 ธาตุตำราอั้งจิง ที่ได้กำหนดไว้ ได้แก่ ธาตุน้ำ ธาตุไม้ ธาตุไฟ ธาตุดิน และธาตุโลหะ ซึ่ง ทั้ง 5 ธาตุ มีวัฏจักรการเสริมและวัฏจักรการทำลาย สำหรับวัฏจักรเสริมนั้น ได้แก่ ธาตุน้ำเสริมธาตุไม้ ธาตุไม้เสริมธาตุไฟ ธาตุไฟเสริมธาตุดิน ธาตุดินเสริมธาตุโลหะ และสำหรับวัฏจักรการทำลายนั้น ธาตุน้ำทำลายธาตุไฟ ธาตุไฟทำลายธาตุดิน ธาตุดินเสริมธาตุโลหะ และสำหรับวัฏจักรการทำลายนั้น ธาตุน้ำทำลายธาตุไฟ ธาตุไฟทำลายธาตุดิน ธาตุโลหะทำลายธาตุไม้ ธาตุไม้ทำลายธาตุน้ำ นอกจากนี้ยังมีการกำหนดให้ธาตุแต่ละธาตุมีทิศเป็นของตนเอง คือ ทิศเหนือคือธาตุน้ำ ทิศตะวันออกคือธาตุไม้ ทิศใต้คือธาตุไฟ ทิศตะวันตกคือธาตุโลหะ สำหรับทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ทิศตะวันออกเฉียงใต้ ทิศตะวันตกเฉียงใต้ ทิศตะวันตกเฉียงเหนือเป็นธาตุดิน จาก Steven Post (1998)

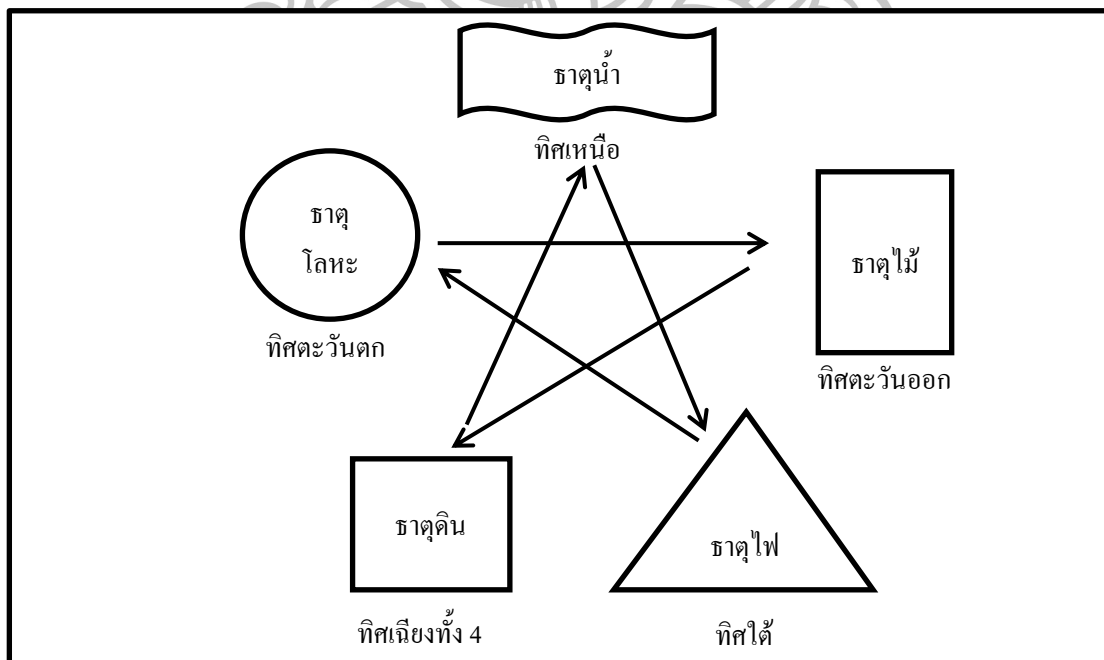
รูปทรง ทิศ ในการกำหนดแต่ละธาตุ และวัฏจักรการเสริม



แผนภูมิที่ 2 วัฏจักรเสริมของธาตุทั้ง 5

ที่มา: Post Steven, *The Modern Book Of Feng Shui* (New York: Dell Publishing, 1998), 32.

รูปทรง ทิศ ในการกำหนดแต่ละธาตุ และวัฏจักรการทำลาย



แผนภูมิที่ 3 วัฏจักรทำลายของธาตุทั้ง 5

ที่มา: Post Steven, *The Modern Book Of Feng Shui* (New York: Dell Publishing, 1998), 32.

ฮวงจุ้ยยังได้ให้ความหมายของทิศ โดยจะแยกทิศออกเป็น 8 ทิศ ได้แก่ ทิศเหนือ ทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ทิศตะวันออก ทิศตะวันออกเฉียงใต้ ทิศใต้ ทิศตะวันตกเฉียงใต้ ทิศตะวันตก ทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ซึ่งทิศแต่ละทิศจะส่งผลต่อการดำเนินชีวิต ได้แก่ (อำนวยการพิมพ์, 2548)

ทิศเหนือ	จะเป็นเรื่องของ การงาน กิจการ
ทิศตะวันออกเฉียงเหนือ	จะเป็นเรื่องของ ความรู้ การศึกษา
ทิศตะวันออก	จะเป็นเรื่องของ ครอบครัว พ่อแม่
ทิศตะวันออกเฉียงใต้	จะเป็นเรื่องของ ทรัพย์สิน
ทิศใต้	จะเป็นเรื่องของ ชื่อเสียง การยอมรับ
ทิศตะวันตกเฉียงใต้	จะเป็นเรื่องของ การแต่งงาน
ทิศตะวันตก	จะเป็นเรื่องของ ลูกหลาน บริวาร
ทิศตะวันตกเฉียงเหนือ	จะเป็นเรื่องของ การขยายงาน การเดินทาง

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้สรุปทำตารางเกี่ยวกับฮวงจุ้ยจากหนังสือฮวงจุ้ยหลายเล่มเพื่อให้เข้าใจง่ายและมองเห็นแก่นแท้ของฮวงจุ้ยอย่างแท้จริงรวมถึงหนังสือของ Evelyn Lip (1997) การกำหนดธาตุในศาสตร์ฮวงจุ้ยให้สัมพันธ์กับปีเกิด แบ่งธาตุออกเป็น 5 ธาตุ ได้แก่ ธาตุน้ำ ธาตุไม้ ธาตุไฟ ธาตุดิน และธาตุโลหะ ในการกำหนดธาตุต่าง ๆ จะใช้หลักของราชวงศ์จีน โดยยึดวันสำคัญจากการใช้วันตรุษจีน เป็นวันตั้งต้นในการเปลี่ยนธาตุ (Steven Post, 1998)

ธาตุน้ำ	เกิด ปี พ.ศ. ที่ลงท้ายด้วย 5 และ 6 เช่น	2505 2506 2515 2516 2525 2526
ธาตุไม้	เกิด ปี พ.ศ. ที่ลงท้ายด้วย 7 และ 8 เช่น	2507 2508 2517 2518 2527 2528
ธาตุไฟ	เกิด ปี พ.ศ. ที่ลงท้ายด้วย 9 และ 0 เช่น	2509 2510 2519 2520 2529 2530
ธาตุดิน	เกิด ปี พ.ศ. ที่ลงท้ายด้วย 1 และ 2 เช่น	2511 2512 2521 2522 2531 2532
ธาตุโลหะ	เกิด ปี พ.ศ. ที่ลงท้ายด้วย 3 และ 4 เช่น	2513 2514 2523 2524 2533 2534

ทิศทางต่างๆ ในของฮวงจุ้ย ที่นำมาใช้ในการกำหนดทิศทางของอาคาร หรือ สถานที่ ฮวงจุ้ย ได้กำหนดทิศทางต่างๆ ไว้เพื่อใช้ในการกำหนดรูปแบบ และความหมาย ดังนี้

ทิศ	สัตว์	ลักษณะ	ความหมาย
ทิศเหนือ	เต่าดำ	สะสม	แทนความเจริญก้าวหน้า
ทิศตะวันออก	มังกรเขียว	เกิด	แทนการมีทรัพย์สิน เงินทอง
ทิศใต้	นกฟีนิกซ์สีแดง	เติบโต	แทนการมีความมั่งคั่งชื่อเสียง
ทิศตะวันตก	เสือขาว	เก็บเกี่ยว	แทนการขยายครอบครัว

ตารางที่ 1 สรุปตารางความสัมพันธ์ของธาตุทั้ง 5 กับ องค์ประกอบต่าง ๆ (1)

ธาตุ	อวัยวะ ต้น	อวัยวะกลาง	อวัยวะรับ สัมผัส	อวัยวะ เคลื่อนไหว	สัตว์	กลิ่น	รสชาติ
น้ำ	ไต	กระเพาะปัสสาวะ	หู	กระดูก	หมู	บูด	เค็ม
ไม้	ตับ	ถุงน้ำดี	ตา	เอ็น	ไก่	สาบ	เปรี้ยว
ไฟ	หัวใจ	ลำไส้เล็ก	ลิ้น	เส้นเลือด	แพะ	ไหม้	ขม
ดิน	ม้าม	กระเพาะอาหาร	ปาก	กล้ามเนื้อ	วัว	หอม	หวาน
โลหะ	ปอด	ลำไส้ใหญ่	จมูก	ผิวหนัง- ขน	ม้า	คาว	เผ็ด

ที่มา: Post Steven, **The Modern Book Of Feng Shui** (New York: Dell Publishing, 1998), 32.

ตารางที่ 2 สรุปตารางความสัมพันธ์ของธาตุทั้ง 5 กับ องค์ประกอบต่าง ๆ (2)

ธาตุ	สี	รูปทรง	เวลา	ทิศ	ห้อง	วัสดุ	สภาพ อากาศ
น้ำ	ดำ	ไม่สมมาตร รูปทรงอิสระ	22.00-05.59	ทิศ เหนือ	ห้องนั่งเล่น	แก้ว กระจก น้ำ	เย็น
ไม้	เขียว	สี่เหลี่ยมผืนผ้า	06.00-09.59	ทิศ ตะวันออก	ห้องนอน	ไม้ หวาย กระดาษ	ชื้น
ไฟ	แดง	สามเหลี่ยม ทรงแหลม	10.00-13.59	ทิศ ใต้	ห้องทำงาน	พลาสติก สังเคราะห์	ร้อน
ดิน	เหลือง	สี่เหลี่ยมจัตุรัส	14.00-17.59	ทิศเฉียง ทั้ง 4 ทิศ	ห้องน้ำ	ดิน หิน กระเบื้อง	เปียก
โลหะ	ขาว	วงกลม วงรี	18.00-21.59	ทิศ ตะวันตก	ห้องครัว	เหล็ก ทอง โลหะ	แห้ง

ที่มา: Post Steven, **The Modern Book Of Feng Shui** (New York: Dell Publishing, 1998), 32.

ในขณะที่ วิไลลักษณ์ ชื่นชนวุฒิ (2551) จากงานวิจัย ฮวงจุ้ยเป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยธรรมชาติ เราจะอิงธรรมชาติเป็นหลัก และเน้นเรื่องสุขภาพมาเป็นอันดับหนึ่ง คนเราเมื่อสุขภาพดีแล้วสิ่งต่างๆอย่างอื่นก็จะตามมาเป็นลำดับยิ่งความเจริญมีมากขึ้นเท่าไรความต้องการที่จะแสวงหาทรัพยากรในทุกด้านของมนุษย์ย่อมมีมากขึ้น และก็ต้องเกิดการแย่งชิงในทางการทำมาหากิน

ประสบความสำเร็จบ้าง ล้มเหลวบ้าง แตกต่างกันไป บ้างก็ว่าเป็นเรื่องของโชคและดวงชะตา ทำให้คนบางส่วนหาวิธีการที่จะเสริมโชคของตนเองให้ดีขึ้น มีทั้งการไปทำบุญสะเดาะเคราะห์ เพื่อที่จะเสริมบารมีในชาติหน้าตามความเชื่อของคนไทย บางคนก็พยายามศึกษาวิธีอื่นเช่นการตรวจดวงจู่ของตนเองว่าถูกต้องหรือไม่อย่างไร เพราะส่วนใหญ่คนที่ประสบความสำเร็จร่ำรวยนั้น ล้วนมีหลักของดวงจู่เข้ามาเกี่ยวข้องแทบทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นแค่ความบังเอิญหรือตั้งใจ แต่สิ่งที่กระทำนั้นตรงกับหลักดวงจู่อย่างน่าประหลาดใจ

ความสำคัญของดวงจู่

จิตรา ก่อนนทเกียรติ (2552: 57-58) ได้กล่าวไว้ว่า ในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยที่ดีที่สุดสำหรับครอบครัว ถ้าสภาพแวดล้อมภายในที่อยู่อาศัยที่ไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมของครอบครัวจะทำให้สมาชิกภายในบ้านไม่มีความสุขก่อให้เกิดความไม่สบายกาย ไม่สบายใจ เจ็บป่วย เกิดความรุ่มร้อน มีแต่ความยุ่งยากหรืออาจมีเหตุไม่คาดคิดเกิดขึ้นเมื่อบ้านไม่น่าอยู่ สภาพแวดล้อมเต็มไปด้วยสิ่งอัปมงคล เชื่อกันว่าสาเหตุส่วนหนึ่งน่าจะเกิดจากความไม่สมดุลทางกายภาพ พฤติกรรมของมนุษย์กับธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม สิ่งเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพล และส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตที่อาศัยอยู่ในบ้าน การเลือกทำเลที่ตั้งของบ้านเรือน และตัวบ้านจำเป็นต้องมีความสอดคล้องสมดุลกลมกลืนกับธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมทำให้ครอบครัวมีความสุข ความเจริญก้าวหน้า ความมั่นคงในชีวิต และครอบครัว ส่วน Freena Bloomfield (1983) มีแนวคิดว่าความเชื่อในการเลือกสรรทำเลที่ตั้งของสถานที่ ทั้งสำหรับคนเป็น และคนตายของคนจีนนั้นคนเป็น และคนตายมิได้แยกจากกัน โดยสิ้นเชิง ยังมีความผูกพัน และปฏิบัติต่อกัน โดยคนเป็นยังเคารพกราบไหว้ และนับถือคนตาย ยังปฏิบัติคนตายอย่างสม่าเสมอ เพราะคนตายเป็นบรรพบุรุษเป็นต้นตระกูล เป็นเชื้อสายที่คนเป็นต้องแสดงความกตัญญูเคารพ กราบไหว้ เพื่อให้ผู้ที่อาศัยในบ้านมีความสุขในครอบครัว ความเจริญในหน้าที่การงาน ด้านสุขภาพดีทั้งร่างกายและจิตใจ และความปลอดภัยในทรัพย์สิน และความเชื่อ ในดวงจู่ที่ว่าบ้านที่ดีอยู่แล้วเจริญรุ่งเรือง

นอกจากนี้ ฌัฐธิดา สุขมนัส(2545) ได้ศึกษาความเชื่อเรื่องดวงจู่ในวิถีชีวิตของชาวไทยเชื้อสายจีนในกรุงเทพมหานคร ความเชื่อเรื่องดวงจู่เป็นองค์ประกอบความรู้ของชาวจีนที่ปฏิบัติสืบทอดมาจนถึงปัจจุบันคนไทยเชื้อสายจีนยังคงยึดถือปฏิบัติอยู่จริง ดวงจู่้นั้นนอกจากจะเป็นศาสตร์ที่ให้ความรู้เรื่องอำนาจ (Power) เรื่องพลังเรื่องความเปลี่ยนแปลงธรรมชาติ เหนือธรรมชาติแล้ว เรื่องของดวงจู่ยังเป็นเรื่องอิทธิพลของพลังซึ่งก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลง

ประโยชน์ที่ได้จากฮวงจุ้ย

เพื่อให้เห็นประโยชน์จากฮวงจุ้ย ผู้วิจัยได้จัดทำตารางขึ้นเปรียบเทียบระหว่าง Elizabeth Moran, Joseph Yu และ Val Biktashavv (2005: 48-49) ที่ได้สรุปสิ่งที่ฮวงจุ้ยสามารถส่งผลให้เกิดตามอุดมคติ (Ideology) จำนวน 20 ข้อกับ Simon Brown (1999: 5) ได้กล่าวว่า ฮวงจุ้ย มีส่วนช่วยให้การดำเนินชีวิตดีขึ้นได้ โดย ฮวงจุ้ย จะมีส่วนช่วยทำให้ได้รับประโยชน์ 11 ข้อ

ตารางที่ 3 ประโยชน์ของฮวงจุ้ย

ลำดับ	แนวคิด Elizabeth Moran	แนวคิด Simon Brown
1	สุขภาพดีขึ้น	สุขภาพดีขึ้น
2	สร้างความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว ที่ทำงาน	ความสัมพันธ์ภายในครอบครัวดีขึ้น
3	รู้สึกสบายใจยิ่งขึ้นในบ้านและหรือที่ออฟฟิศ	ได้รับความผ่อนคลายในการอยู่อาศัย
4	ส่งเสริมการนอนหลับให้ดีขึ้น	การพักผ่อนหลับนอน ได้เต็มที่
5	กระตุ้นชีวิตสังคม	การใช้ชีวิตในสังคมมีสีสัน
6	ได้แต่งงาน	ชีวิตรักและความสัมพันธ์ทางเพศสมบูรณ์
7	ตั้งครุฑหรือป้องกันการแข่งขัน	มีโอกาสตั้งครุฑหรือการมีบุตร
8	รู้สึกควบคุมสิ่งต่าง ๆ ได้มากขึ้น	สามารถควบคุมอารมณ์และความรู้สึกได้ดี
9	นำความเคารพและชื่อเสียงมาให้	ได้รับการยอมรับ มีชื่อเสียง
10	ได้งาน เงินเดือนขึ้น ได้รับการเลื่อนตำแหน่ง	ระบบการเงินที่คล่องตัว
11	การหาพาร์ทเมนท์ บ้าน หรือ ธุรกิจได้	เพิ่มโอกาสในการขายที่อยู่อาศัย
12	ป้องกันการแยกกันอยู่หรือหย่าร้าง	
13	เพิ่มแรงจูงใจ	

ตารางที่ 3 ประโยชน์ของฮวงจุ้ย (ต่อ)

ลำดับ	แนวคิด Elizabeth Moran	แนวคิด Simon Brown
14	เสริมสร้างนิสัยการศึกษาเล่าเรียนที่ดีขึ้น	
15	เพิ่มความคิดสร้างสรรค์	
16	ขจัดความซึมเศร้า	
17	ธุรกิจดีขึ้น	
18	ป้องกันคดีความหรืออิทธิพลของความมั่งร่ำรวย	
19	ป้องกันอุบัติเหตุ	
20	ขจัดปัดเป่าการเสพติด	

ที่มา: Elizabeth Moran, Yu Joseph, and Biktashev Val, **The complete idiot's guide to Feng Shui** (USA: 3 edition, 2005), 48-49.

ในการวิจัยเรื่อง ฮวงจุ้ย ความเชื่อ อำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม จะพบว่าฮวงจุ้ยเป็น ภูมิปัญญา ความรู้ดั้งเดิมของจีน เป็นศาสตร์โบราณ ที่เกิดขึ้นในเมืองจีน กว่า 6,000 ปี โดยเกิดขึ้นในราชสำนักจีน และมีการเผยแพร่สู่ประชาชน จากการศึกษาเรื่องฮวงจุ้ยอย่างเป็นขั้นเป็นตอน อย่างละเอียด พิถีพิถัน พบว่าแท้จริงแล้ว ฮวงจุ้ยเป็นเรื่องของความกลมกลืนไปกับธรรมชาติ และมีจุดประสงค์เพื่อให้ธุรกิจ เจริญเติบโต และ ประสบความสำเร็จ เพื่อให้การเป็นอยู่ของเจ้าของบ้าน มีความสุข มีฐานะมั่นคง สุขภาพดี เพื่อป้องกันอันตรายที่จะเกิดขึ้นแก่ ธุรกิจ และครอบครัว และเพื่อสร้างความมั่นใจในการอยู่อาศัย และที่สำคัญคือการเสริมสร้าง ความอยู่ดีมีสุข แก่ผู้ที่ได้ปรับปรุงแก้ไข ดังนั้นความเชื่อ เรื่องฮวงจุ้ย จึงยังปรากฏอยู่ในสังคมไทย

แนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อ (Believe)

ความเชื่อเป็นธรรมชาติที่เกิดขึ้นกับมนุษย์ และถือว่าเป็นวัฒนธรรมของมนุษย์อย่างหนึ่ง การดำรงชีวิตของมนุษย์ในสมัยโบราณที่มีความเจริญทางด้านวิชาการน้อย ความเชื่อจึงเกิดจากการเกิดขึ้น และการเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่มนุษย์เชื่อว่า เกิดจากอำนาจ และการดลบันดาลของผู้วิเศษ เช่น พระเจ้า เทวดา หรือ ภูตผีปีศาจ ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นมักจะเกี่ยวข้องกับ

กับภัยธรรมชาติที่ส่งผลต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เช่น แผ่นดินไหว น้ำท่วม ไฟไหม้ ฟ้าร้อง ฟ้าผ่า ฝนตก พายุ ซึ่งมีทั้งที่อำนาจประโยชน์ และเป็นอันตรายต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ มนุษย์จึงพยายามที่จะคิดหาวิธีการที่จะก่อให้เกิดผลในทางที่ดี และเกิดความสุขให้กับตนเอง เพื่อกระทำต่อสิ่งที่มีอำนาจ (Power)เหนือธรรมชาติเหล่านั้น ทำให้เกิดเป็นแนวทางปฏิบัติที่เป็นพิธีกรรม หรือ ศาสนาเกิดขึ้น

ความหมายของความเชื่อ

คำว่า “ความเชื่อ” มีความหมายอยู่หลายความหมาย นักวิชาการและผู้รู้ได้ให้ความหมายของความเชื่อไว้ในแง่มุมต่างๆ ดังนี้

ราชบัณฑิตยสถาน (2525: 278) ให้ความหมายของความเชื่อ ว่าหมายถึง เห็นตามด้วย มั่นใจ ไว้ใจ นับถือ และในลักษณะคล้ายกันนี้ ส่วนมานิต มานิตเจริญ (2514: 453) กล่าวว่าความเชื่อ หมายถึง เห็นจริงด้วย วางใจ ไว้ใจ มั่นใจ และนับถือ ความเชื่อตามพจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา อังกฤษ – ไทย (2524: 42) ให้ความหมายเกี่ยวกับความเชื่อไว้ 2 นัยด้วยกัน คือ

1. การยอมรับข้อเสนอข้อใดข้อหนึ่งได้ว่าเป็นความจริง การยอมรับเช่นนี้โดยสารัตถะสำคัญแล้วเป็นการรับเชิงพุทธิปัญญา แม้ว่าจะมีอารมณ์สะเทือนใจเข้ามาประกอบร่วมด้วยความเชื่อจะก่อให้เกิดภาวะทางจิตขึ้นในบุคคลซึ่งอาจจะเป็นพื้นฐาน สำหรับการกระทำโดยสมัครใจของบุคคลนั้น

ความเชื่อ อาจจะมีพื้นฐานจากข้อเท็จจริง หรือหลักฐานที่มีความน่าเชื่อถือ หรือ บางครั้งเกิดจากการคิดไปเอง การเข้าข้างตัวเอง และอาจมีพฤติกรรมผิด ๆ ที่แสดงถึงความเชื่ออย่างมมมาย แม้ว่าการจริงจะต้องใช้สติปัญญาในการพิจารณาแต่ความจริงก็มีต้นทางจากความเชื่อมาก่อน ผลที่ได้จากความจริงที่แท้ก็คือการตรวจสอบความเชื่อ เพื่อให้เกิดความมั่นใจในพื้นฐานความเชื่อ

2. การยอมรับข้อเสนอข้อใดข้อหนึ่งว่า เป็นจริงโดยที่ยังมิได้พิสูจน์ได้โดยวิธีการของวิทยาศาสตร์

ความเชื่อ คือ การยอมรับว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นความจริงหรือเป็นสิ่งที่เราไว้ใจ ความจริงหรือความไว้วางใจที่เป็นรูปของความเชื่อนั้น ไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นความจริงที่ตรงตามหลักเหตุผลหรือหลักวิทยาศาสตร์ใดๆ คนที่เชื่อในฤกษ์ยามก็จะถือว่า วันเวลาการ โจรของดวงดาว จะก่อให้เกิดผลต่อตัวมนุษย์ คนที่เชื่อเครื่องรางของขลังก็จะมีคามยึดมั่นว่า เครื่องรางของขลัง

ให้คุณให้โทษแก่ตนได้จริง ตัวอย่างของความเชื่อ ได้แก่ โสยศาสตร์ โหราศาสตร์ โชคลาง ของขลัง ผีสาง นางไม้ ความเชื่ออำนาจ (Power) ลีกลับ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ อิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ เหล่านี้เป็นต้น

ในขณะที่ คณัย ไชโยธา (2548: 33) กล่าวว่า ความเชื่อหมายถึงการยอมรับว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งมีอยู่จริง และมีอำนาจ (Power) ที่จะบันดาลให้เกิดผลดีหรือผลร้ายต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ แม้ว่าสิ่งนั้นจะไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าเป็นความจริง แต่เป็นที่ยอมรับกันในกลุ่มชน สำหรับ Fishbein & Ajzen (1970) ได้ให้คำจำกัดความว่าความเชื่อในของแต่ละบุคคลจะส่งผลต่อพฤติกรรม โดยขึ้นอยู่กับความเชื่อมั่นในทัศนคติและความคาดหวัง ของบุคคลนั้น นันทา ขุนภักดี (2547: 46) ได้ศึกษาความเชื่อของคนไทยในอดีต และกล่าวสรุปไว้ว่าความเชื่อมีมูลเหตุมาจากความไม่รู้เพราะความไม่รู้จึงก่อให้เกิดความกลัว เมื่อมีความกลัวแล้วจึงได้สร้างความเชื่อมาเพื่อเป็นที่พึ่งทางใจ ความเชื่อจึงหมายถึง สภาพที่บุคคลให้ความมั่นใจ ยอมรับ เห็นคล้อยตาม และพร้อมที่จะปฏิบัติตามสิ่งหนึ่งสิ่งใดแล้วนำไปถ่ายทอดให้บุคคลอื่น ได้ทราบ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความมั่นใจเห็นคล้อยตามและปฏิบัติตามด้วย โดยไม่กังวลว่าความเชื่อนั้นๆจะมีเหตุผลที่สามารถพิสูจน์ได้หรือไม่ก็ตาม นอกจากนี้ อำนวยชัย ปฏิพัทธ์เผ่าพงษ์ (2548: 27) ในชีวิตมนุษย์นั้นต้องพบกับสิ่งที่ไม่ได้คาดหมายไว้ เป็นสิ่งที่เหนือธรรมชาติ ความเชื่อจึงมีความจำเป็นต่อมนุษย์ ความเชื่อสร้างความมั่นใจก่อนที่จะลงมือทำอะไร โดยเฉพาะในเรื่องเกี่ยวกับอนาคต ซึ่งโดยธรรมชาติแล้วมนุษย์สงสัยและไม่แน่ใจว่าสิ่งที่เข้าไปเกี่ยวข้องเป็นอะไร หรือจะมีอะไรเกิดขึ้นตามมา ความเชื่อจะมารูปแห่งความหวัง และสามารถทำให้ชีวิตจะยังคงดำเนินต่อไปได้และทำให้เกิดความมั่นใจ ทำให้ดีขึ้นตามลำดับเพื่อให้มีชีวิตอยู่อย่างสบายใจ

แนวคิดและความเป็นมาของความเชื่อ

ความเชื่อเริ่มจากการที่มนุษย์มีส่วนเกี่ยวข้องกับธรรมชาติ เมื่อธรรมชาติเกิดการเปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะเป็นในแง่ดีทำให้ความเป็นอยู่ดีขึ้นหรือสร้างความเสียหาย ทำลายชีวิตและทรัพย์สิน ทำให้มนุษย์เกิดความคิดว่าธรรมชาติ ต้องมีบางสิ่งที่อยู่เบื้องหลังมีอำนาจ (Power) ในการก่อให้เกิดคุณและโทษแก่ตนได้ แต่ไม่สามารถหาเหตุผลหรือพิสูจน์ได้ว่ามีที่มาอย่างไร มนุษย์จึงได้สร้างจินตนาการของตนเองขึ้นมาเพื่อเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจให้รู้สึกผ่อนคลาย โดยมีการแสดงออกทางพฤติกรรมต่างๆ มากน้อยขึ้นอยู่กับความเชื่อนั้นๆ การความเชื่อที่ได้รับการยอมรับ และมีการปฏิบัติ จะได้รับการถ่ายทอดมายังลูกหลาน (ฐาปณี เรียบเรียง, 2549)

Fishbein and Ajzen (1970) ได้ให้ความหมายของความเชื่อ คือ “ความเชื่อของแต่ละบุคคลจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม โดยขึ้นอยู่กับความเชื่อมั่นในทัศนคติและความคาดหวังของบุคคลนั้น และขึ้นอยู่กับความเชื่อของบุคคลอื่น และความเชื่อของสังคม”

จากคำจำกัดความต่างๆ ข้างต้น ผู้วิจัยจึงพอสรุปความหมายของความเชื่อไว้ว่า “ความเชื่อ” หมายถึง การยอมรับในสิ่งต่างๆ ว่าเป็นจริง มีอยู่จริง และมีอำนาจ (Power) ที่จะบันดาลให้เกิดผลดี หรือผลร้ายต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ถึงแม้ว่าสิ่งนั้นจะไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าเป็นความจริงด้วยเหตุผล แต่เป็นที่ยอมรับกันในกลุ่มชนหรือสังคม

ความเชื่อวัฒนธรรมของสังคมไทย (Thai Culture Believe)

ความเชื่อส่วนใหญ่ของมนุษย์เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ ปรัชญาการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจะส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตมนุษย์ในด้านให้คุณประโยชน์และให้โทษ บางครั้ง สิ่งที่เกิดขึ้น ไม่สามารถหาสาเหตุ และเหตุผลมาอธิบายได้ ทำให้มนุษย์สร้างจินตนาการเพื่อทำให้ รู้สึกปลอดภัย หรือสบายใจ สำหรับสังคมไทยมีความเชื่อที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับลักษณะโครงสร้าง ของประเพณี วัฒนธรรม ทำให้พิธีกรรมตามประเพณี มีธรรมเนียมและรูปแบบการปฏิบัติที่แปลก แตกต่างกันไปด้วย

ความเชื่อที่ปรากฏอยู่ในสังคมไทย สามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มของความเชื่อ ดังนี้ (สมภพ สังข์สุวรรณ, 2553)

1. ความเชื่อเกี่ยวกับพุทธศาสนา เนื่องจากสังคมไทยมีพุทธศาสนาเป็นเครื่องยึดเหนี่ยว จิตใจ มาตั้งแต่บรรพบุรุษ และยึดหลักคำสอนทางพระพุทธศาสนา โดยมีพระรัตนตรัยเป็นแนวทาง ในการดำเนินชีวิต จึงมีความเชื่อ คือ

1.1 ความเชื่อเรื่องกฎแห่งกรรม ผลของการกระทำจะเกิดขึ้นกับผู้ที่ได้กระทำสิ่งนั้นไว้ ใครทำดีย่อมได้ดี ใครทำชั่วย่อมได้ชั่ว ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

1.2 ความเชื่อเรื่องตายแล้วเกิดใหม่ การเวียนว่ายตายเกิดในวัฏสงสารเป็นเรื่องที่ปรากฏ ในคำสอนของศาสนาพุทธ มนุษย์ที่มีกรรมอยู่จะต้องเวียนว่ายตายเกิดจนกว่าจะหมดกรรม

1.3 ความเชื่อเรื่องกฎแห่งธรรมชาติ ทุกอย่างมีเกิดขึ้น มีอยู่ และดับไป

1.4 ความเชื่อเรื่องนรกสวรรค์ ใครทำดีได้ขึ้นสวรรค์ ใครทำชั่วตกนรก

2. ความเชื่อเกี่ยวกับวิทยาคมเป็นความเชื่อในสิ่งลึกลับที่ปัจจุบันยังไม่สามารถพิสูจน์ ทราบได้ด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ แยกออกได้เป็น 2 เรื่อง คือ

2.1 ความเชื่อเรื่องเวทมนตร์คาถา เป็นความเชื่อเกี่ยวกับตัวอักษร อักษรระ หรือบทสวด ซึ่งเป็นภาษาเฉพาะเชื่อว่ามีพลังและอำนาจ (Power) ลึกลับแฝงเร้นอยู่หากนำไปใช้ตามกำหนด

2.2 ความเชื่อเรื่องเครื่องรางของขลัง เป็นความเชื่อในวัตถุหรือสิ่งของที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่สามารถป้องกันอันตราย และคลบนันดาลให้เกิดในสิ่งที่ต้องการ

3. ความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นความเชื่อในเชิงบวก ที่ได้รับการยอมรับและอยู่คู่กับคนไทยมาแต่อดีต เป็นความเชื่อที่ได้รับการสืบทอดและปฏิบัติต่อกันมา และยังปรากฏให้เห็นอยู่ในสังคมไทย เช่นการไหว้สักการะสถานที่ พระพุทธรูป พระเครื่อง พระเกจิ รูปเหมือนพระเกจิที่สำคัญ

4. ความเชื่อเรื่องผีสิงเทวดา เป็นความเชื่อในสิ่งที่จับต้องไม่ได้ มีความลึกลับสามารถให้คุณให้โทษแก่มนุษย์ได้ ได้รับการจินตนาการว่ามีอิทธิฤทธิ์และอำนาจ (Power) เหนือมนุษย์ แต่ยังไม่ได้รับการพิสูจน์ทางด้านวิทยาศาสตร์

5. ความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์เป็นความเชื่อที่ใช้การเคลื่อนตัวของดวงดาวตามวิชาดาราศาสตร์มาพยากรณ์ เป็นความเชื่อที่มีการสืบทอดมา

6. ความเชื่อเรื่องเคล็ดและการแก้เคล็ดทางไสยศาสตร์ เป็นความเชื่อที่เน้นการเป็นวิธีรักษาอาการเจ็บป่วย หรือ การแก้ไขในสิ่งไม่ดีให้ดีขึ้น โดยต้องกระทำบางอย่างเพื่อให้เกิดผลตามที่ต้องการ

ความเชื่อเป็นความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ ปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมีทั้งที่สร้างประโยชน์ และทำให้เกิดความเสียหาย ซึ่งยังไม่สามารถพิสูจน์ได้ทางวิทยาศาสตร์ มนุษย์สร้างจินตนาการเพื่อให้ตัวเองรู้สึกสบายใจและได้สืบทอดความเชื่อนั้น จึงปรากฏพฤติกรรม และพิธีกรรมต่าง ๆ ขึ้นในสังคม

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า ฮวงจุ้ย เป็นความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์ ที่ปรากฏอยู่ในสังคม และมีการสืบทอดกันมา ดูได้จากปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งภาษาพูด ภาษาเขียน วจนภาษา และอวจนภาษา นอกจากนี้ยังมีการเรียนการสอน การผลิตสินค้าที่เกี่ยวกับฮวงจุ้ย หรือการนำฮวงจุ้ยมาใช้เพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้กับบุคคลที่มีความสนใจอย่างแพร่หลาย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความเชื่อของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับฮวงจุ้ย โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพิธีกรรม และความเชื่อในส่วนของ ฮวงจุ้ย เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้ โดยมีเนื้อหาของแนวคิด

วิมลรัตน์ หงส์ร้อน (2537) ได้วิจัยมาแล้วกว่า 20 ปีในเรื่อง “ฮวงจุ้ย บทบาทความเชื่อเรื่องฮวงจุ้ยต่อการทำกิจการของชาวจีนแต่จิ๋ว : กรณีศึกษา ธุรกิจการค้าย่านเยาวราช

ตั้งแต่วงเวียนโอเดียนถึงสี่แยกราชวงศ์ และได้ผลสรุปว่า เจ้าของกิจการโดยมากมีความเชื่อว่าฮวงจุ้ยมีบทบาทต่อการทำธุรกิจ และเป็นตัวบ่งชี้ถึงความเจริญรุ่งเรืองและความล้มเหลวของกิจการตนเองได้ การจัดฮวงจุ้ยที่ถูกเป็นเสมือนขวัญและกำลังใจ ในการทำธุรกิจให้ก้าวหน้าต่อไปในอนาคต และจะยังคงอยู่เพื่อสร้างความมั่นคงต่อการทำธุรกิจ วรเทพ บุญทรภิมาศ (2555) วิจัยเรื่อง ความเชื่อเรื่องฮวงจุ้ยที่มีอิทธิพลต่อการประกอบธุรกิจของคนไทยเชื้อสายจีน เขตเทศบาลเมืองบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่าคนไทยเชื้อสายจีนที่ประกอบธุรกิจจะมีวิธีการดำเนินธุรกิจ แนวความคิดและความเชื่อต่างๆ สืบทอดต่อกันมา และมีความเชื่อว่าฮวงจุ้ย สามารถทำให้ธุรกิจเกิดความเจริญรุ่งเรืองได้ดี จึงก่อให้เกิดการสืบทอดทางการปฏิบัติจนกลายเป็นประเพณีการประกอบธุรกิจของคนไทยเชื้อสายจีน เมืองคัมภ์ประกอบคือ ที่อยู่อาศัย สถานที่ประกอบธุรกิจ และสุสาน ทั้ง 3 สิ่งจะต้องมีความสัมพันธ์ สอดคล้อง และส่งเสริมซึ่งกันและกัน จึงจะทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าของการประกอบธุรกิจ ขจิตภัย บุญพัฒน์ (2545: 34-35) ได้กล่าวว่า คนจีนจะได้อพยพเข้ามาตั้งรกรากอยู่ในประเทศไทยมาหลายร้อยปี โดยคนจีนที่เข้ามาตั้งรกรากอยู่ในประเทศไทย ยังคงมีความเชื่อ และยึดมั่นต่อประเพณีที่เคยปฏิบัติสืบทอดต่อกันมาจากบรรพบุรุษอย่างมั่นคง ถึงแม้ว่าจะมีวัฒนธรรมอื่นเข้ามาปะปนก็ตามแต่ก็ไม่สามารถที่จะทำลายวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวจีนได้ โดยคนจีนยังมีการดำรงรักษาประเพณีความเชื่อของตนเอง โดยที่ไม่ยอมให้วัฒนธรรมอื่นใดเข้ามาผสมปะปนได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้ชาวจีนในประเทศไทยยังคงมีความเชื่อและยึดถือแนวปฏิบัติดั้งเดิมในการดำเนินชีวิตที่ได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษถึงปัจจุบันอย่างเหนียวแน่น ความเชื่อดั้งเดิมของชาวจีนได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้กับทุกเรื่องในชีวิตประจำวัน เช่น ความเชื่อเก่าแก่เรื่องฮวงจุ้ย ได้ถูกนำมาดัดแปลงใช้กับการประกอบอาชีพการค้าซึ่งถือได้ว่าเป็นอาชีพดั้งเดิมของคนจีนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ วัชร มาณิตราษฎ์ (2545) ได้ทำการวิจัย เรื่องการศึกษาฮวงจุ้ยที่สะท้อนแนวคิดทางพระพุทธศาสนา: กรณีศึกษาผู้ประกอบการค้าที่ตั้งร้านอยู่บนถนนเยาวราช ประชาชนได้นำความเชื่อเรื่องฮวงจุ้ยมาใช้ในชีวิตประจำวัน โดยการตกแต่งอาคารร้านค้าตามหลักฮวงจุ้ย เนื่องจากประชาชนมองว่า แม้ได้อยู่อาศัยในทำเลที่ดีก็มี ฮวงจุ้ยที่ดี และอนุตรา สาริผล (2545) ได้วิจัยเรื่อง “ฮวงจุ้ย: ความเชื่อเชิงพาณิชย์ ศึกษากรณี หมู่บ้านโนเบิล วานา สาขาปิ่นเกล้า ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าน่าสนใจที่โครงการนำหลักฮวงจุ้ยมาใช้ในการออกแบบและสร้างบ้าน เนื่องจากมีความเชื่อว่าจะช่วยเสริมดวงผู้อยู่อาศัย และทำให้บ้านน่าอยู่ขึ้น ทางด้านสถาปนิกจึงมีการนำฮวงจุ้ยมาใช้ในการออกแบบตามความต้องการของลูกค้าในเชิงพาณิชย์มาก

จากแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อทำให้ผู้วิจัยพบว่าความเชื่อเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับมนุษย์ตั้งแต่แรกเริ่ม ความเชื่อคือพฤติกรรมที่เป็นผลจากความกลัว ความกลัวมนุษย์ในสิ่งที่

จับต้องได้ และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ บางครั้งความกลัวก็เป็นสิ่งที่ได้รับจากการถ่ายทอดภายในครอบครัว หรือแม้แต่สังคม ทำให้มนุษย์หาทางออกทุกทางเพื่อที่จะหนีออกจากสภาวะความกลัว โดยสร้างจินตนาการ หรือยอมรับความคิดเห็นบางอย่างที่ยังไม่สามารถพิสูจน์ได้ทางวิทยาศาสตร์ และกลายมาเป็นความเชื่อ สำหรับความเชื่อในฮวงจุ้ยนั้น ได้รับการถ่ายทอดมาจากประเทศจีน กว่า 6,000 ปี และได้ถือปฏิบัติสืบทอดกันมา โดยมีแบบแผนการคิด การกำหนดลักษณะที่เป็นลักษณะเฉพาะของความรู้ที่ชัดเจนจนกลายเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของฮวงจุ้ย

ในการศึกษาครั้งนี้จะพบว่า ความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์เป็นความเชื่อที่มีอยู่ในสังคมไทย ศิริินญา นภาศัพท์ (2551) พบว่าประโยชน์ที่เด่นชัดของโหราศาสตร์คือ ช่วยในการทำความเข้าใจอุปนิสัยและศักยภาพของตนเอง รู้จุดอ่อนจุดแข็งของตนเพื่อการพัฒนาให้ดีขึ้นและถูกทิศทาง ช่วยให้เข้าใจผู้อื่น เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข เป็นอุปกรณ์ช่วยในการให้การปรึกษา และช่วยทำให้เข้าใจธรรมชาติมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องกรรม นอกจากนี้จากการวิจัยของ พชรพรรณ พรหมเปรม (2552) พบว่า ผู้ประกอบการเคยใช้บริการ ฮวงจุ้ยมากที่สุด ในการเปิดกิจการ และเพื่อตรวจสอบโชคชะตาของตนเองว่าเหมาะสมกับธุรกิจที่จะทำหรือไม่หรือไม่ ฮวงจุ้ยได้เข้ามาสู่สังคมไทย และเป็นที่ยอมรับเพิ่มขึ้น ละเอียด ศิลาณ้อย (2530) ได้อธิบายเรื่องฮวงจุ้ยหรือเฟิงสุ่ย (FengShui) ไว้ว่า “คุณสมบัติทางธรณีวิทยา ทางบรรยากาศ และทางจิต ของสถานที่ตั้งอาคารทุก ๆ แห่งอันเป็นสถานที่ซึ่งมีศักยภาพสูงจะถูกประมวลหรือประเมินเข้าด้วยกัน โดยวิทยาศาสตร์สาขาหนึ่งซึ่งจะเป็นตัวกำหนดตำแหน่งที่ตั้งและวางแปลนอาคารบ้านเรือนทั้งหมด รวมทั้งสิ่งก่อสร้างชนิดต่าง ๆ ตลอดทั่วทั้งประเทศจีนเลยทีเดียว และวิทยาศาสตร์สาขานั้นก็คือเฟิงสุ่ยนั่นเอง

การศึกษาฮวงจุ้ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม จะเป็นการศึกษาที่มาของความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจุ้ยที่เกิดขึ้นในสังคมไทย โดยเป็นการนำแนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อ ความรู้ และอำนาจที่เกี่ยวข้องเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับโลกทัศน์ และอุดมคติ (World View and Ideology)

มนุษย์มีความต้องการหลายสิ่งในการดำรงชีวิต เพื่อให้ตนเองสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมีความสุข โลกทัศน์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อชีวิต และในการดำเนินชีวิตของแต่ละคนจะต้องอาศัยโลกทัศน์อย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งเกิดจากการพิจารณา หรือการคิดไตร่ตรองจากประสบการณ์เดิมของตน ระบบความคิด ความเห็น หรือความคิดเห็น และความเชื่อ ในวิถีชีวิตของมนุษย์คนหนึ่งๆ จะเป็นเพียงภาพสะท้อนของทัศนะพื้นฐานอันเดียวกัน และสำหรับอุดมคติ คือ เป้าหมายแห่งชีวิตของตน

ซึ่งเกิดจากความต้องการ เป็นสิ่งที่เกิดจากจินตนาการ โดยจินตนาการถือเป็นสิ่งที่ดี ที่เป็นสิ่งที่ทำแล้วนำมาซึ่งความสุข และความจริงที่เป็นที่ยอมรับของสังคม

โลกทัศน์ (World view)

ความหมายตามพจนานุกรมฉบับเว็บสเตอร์ (Webster, 1998) บัญญัติไว้ว่า โลกทัศน์คือความคิดรวบยอดที่มีต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ และโลกโดยรวม ที่ก่อให้เกิดมุมมองทางปรัชญาหรือความเข้าใจต่อจักรวาล Redfield (1962) ได้ให้ความหมายทางมานุษยวิทยาว่า โลกทัศน์ของแต่ละบุคคลสามารถที่จะถูกกระทบและสั่นคลอน หรือเปลี่ยนแปลงได้ในระหว่างการมีปฏิสัมพันธ์ไม่ว่าจะเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ มนุษย์กับมนุษย์ หรือมนุษย์กับพระเจ้า โดย 1) โลกทัศน์ทุกแบบเริ่มจากบุคคลในฐานะที่เป็นผู้ดู และเป็นผู้ที่มีความคิดเป็นของตนเอง ทุกคนมองออกจากตัวเองไปยังโลกภายนอกจากมุมมองที่กำหนดว่าตนเป็นใคร และอยู่ตรงไหนของจักรวาล 2) โลกทัศน์เป็นสิ่งที่กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ และมนุษย์กับสิ่งที่ไม่ใช่มนุษย์ เช่น มนุษย์กับธรรมชาติ หรือพระเจ้า

ส่วน Chidester (1987) ได้ให้ความหมายทางสังคมศาสตร์ว่า โลกทัศน์ (World view) หมายถึง มุมมองพื้นฐาน (basic perspective) ที่บุคคลหรือกลุ่มชนใช้ในการรับรู้ ตีความ และจินตนาการของโลกที่พวกเขาอยู่โดยโลกทัศน์ของบุคคลหรือกลุ่มชนจะมีความเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับสถาบันสังคมต่าง ๆ (social institutions) อย่างไม่สามารถแยกได้ เนื่องจากสถาบันสังคมจะเป็นตัวกำหนดคุณค่าพื้นฐาน (basic values) ให้แก่บุคคลว่า อะไรคือสิ่งที่จำเป็น ต้องการหรือปรารถนา ซึ่งในโลกอดีต สถาบันศาสนาเป็นสถาบันสำคัญที่กำหนดคุณค่าให้แก่บุคคลและกลุ่มชน ในสังคมสมัยใหม่มีสถาบันสังคมต่าง ๆ มากมายที่มีหน้าที่แตกต่างกันไป เช่น สถาบันศาสนา แรงงาน การศึกษา การแพทย์ วิทยาศาสตร์ ฯลฯ “คุณค่า” เปรียบเทียบได้กับสินค้าที่ถูกผลิต สร้างสรรค์ และเผยแพร่โดยสถาบันสังคมต่าง ๆ เหล่านั้น ความสามารถ ความเชี่ยวชาญพิเศษของสถาบันสังคมจะสร้างสมบ่มเพาะวิถีคิดและคุณค่าตามแบบโลกทัศน์สมัยใหม่

ในขณะที่ Charles K. Wilber (2001) ได้ให้ความหมายของโลกทัศน์ทางเศรษฐศาสตร์ ว่า

1. ธรรมชาติของมนุษย์ คือ มนุษย์ถูกจูงใจด้วยผลประโยชน์ส่วนตัว (self-interested) และมนุษย์มีเหตุผล (rational) มนุษย์จึงมีความต้องการ และพยายามที่จะแสวงหาผลประโยชน์ขั้นสูงสุดให้แก่ตน

2. จุดมุ่งหมายในชีวิตของมนุษย์ เป็นปัจเจกส่วนบุคคล คือ ต้องการแสวงหาความสุขตามแต่การนิยาม “ความสุข” ของแต่ละคน ทุกคนจึงมีอิสรภาพในการกระทำ เพราะเป็นสิ่งที่ดีที่ปัจเจกบุคคลจะได้รับในสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของตน

3. โลกสังคมอุดมคติ (Idea social world) คือ โลกที่ให้อิสรภาพแก่ปัจเจกบุคคลในอันที่จะแข่งขันซึ่งกันและกัน โดยอยู่ภายใต้เงื่อนไขของความขาดแคลน เพื่อการบรรลุเป้าหมายแห่งผลประโยชน์ของตนเอง

จากแนวคิดเรื่องโลกทัศน์ (World view) ผู้วิจัยสรุปได้ว่าโลกทัศน์ (World view) คือความคิด และจินตนาการ ของปัจเจกบุคคลซึ่งมีความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ กับสิ่งที่อยู่รอบตัว ทั้งกับมนุษย์เอง หรือกับธรรมชาติ รวมถึงมนุษย์กับสถาบันต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม โลกทัศน์ (World view) ของปัจเจกบุคคลสามารถทำให้สั่นคลอนได้หากได้รับผลกระทบจากภายนอก การมองหาประโยชน์ให้กับตนเอง และความต้องการความสุข ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานที่ทุกคนทำได้อย่างอิสระ และหากว่าสถาบันใดก็ตามที่ต้องการเข้ามามีอิทธิพลเหนือโลกทัศน์ (World view) ต่อผู้อื่น ตัวสถาบันเองต้องสร้างคุณค่าของตนเองด้วย สินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และมีความเชี่ยวชาญพิเศษ จึงจะทำให้สังคมยอมรับ เกิดการบ่มเพาะวิถีคิดและคุณค่าตามแบบโลกทัศน์ (World view) สมัยใหม่ตามที่สถาบันต้องการ ฮวงจู้ก็เช่นเดียวกันมีองค์ประกอบที่สำคัญคือเป็น สิ่งที่สนองความคิด จินตนาการ และความต้องการของบุคคล ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญ และสถาบันที่มีอิทธิพลซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการนำฮวงจู้ไปใช้

อุดมคติ (Ideology)

ความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) คือ จินตนาการที่ถือว่าเป็นมาตรฐานแห่งความดี ความงาม และความจริง ทางใดทางหนึ่งที่มนุษย์ถือว่าเป็นเป้าหมายแห่งชีวิตของตน

แนวคิดของ Antoine Louis Claude Destutt de Tracy นักวิชาการชาวฝรั่งเศส ซึ่งมีชีวิตอยู่ในระหว่างปี ค.ศ. 1754-1836 ใช้เรียกการศึกษาอย่างมีระบบพวก Enlightenment ที่เชื่อว่าความรู้ที่แท้จริงสามารถหาได้โดยอาศัยประสบการณ์ อุดมคติ (Ideology) เป็นการศึกษากระบวนการของการสร้างความคิด และความคิดเป็นสิ่งที่ได้รับจากสิ่งต่างๆ ที่ล้อมรอบคนเราอยู่ ดังนั้นการเรียนรู้อย่างประจักษ์ จึงเป็นวิธีการที่จะได้รับความรู้อย่างแท้จริง (Baradat, 1996: 32-34) Sargent (1972, อ้างถึงใน พิทักษ์ ศิริวงษ์, 2542: 14) อุดมคติ (Ideology) เป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหา ทำให้เกิดการยอมรับในสิ่งที่สังคมนิยมปฏิบัติ ซึ่งปัจจุบันสภาพสังคมมีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้น

เกิดการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกันไป การยอมรับสิ่งต่าง ๆ เป็นเรื่องที่เป็นไปได้ยาก อุดมคติ (Ideology) จะเป็นเครื่องมือที่ใช้แยกแยะสิ่งที่เป็นปัญหาให้ออกจากสังคม และคงเหลือสิ่งที่เป็นที่ยอมรับ ซึ่งสังคมแต่ละแห่งจะมีอุดมคติ (Ideology) แตกต่างกันไป บางสังคมเน้นอุดมคติ (Ideology) ที่ส่งผลต่อลักษณะทางจิตใจ บางสังคมเน้นทางด้านวัฒนธรรม ตามแต่ความเหมาะสมของแต่ละสังคม

Rejai (1991) ได้แบ่งแนวคิดเรื่องอุดมคติ (Ideology) ไว้ 5 มิติ ดังนี้

1. มิติทางพุทธิภาวะเป็นเรื่องของความรู้ และความเชื่อที่มีต่อสิ่งต่างๆ
2. มิติทางใจเป็นเรื่องของอารมณ์ และความรู้สึก
3. มิติทางคุณค่า เป็นเรื่องของบรรทัดฐาน และการตัดสินสิ่งต่างๆ
4. มิติทางแผนงาน เป็นเรื่องของการวางแผน และการกระทำต่าง ๆ
5. มิติทางสังคม เป็นเรื่องของกลุ่มสนับสนุน และกลุ่มชน

อุดมคติ (Ideology) ทำหน้าที่ที่สำคัญสำหรับบุคคล และกลุ่มบุคคล ประการแรกคือ อุดมคติ (Ideology) เป็นสิ่งที่สังคมยอมรับ ซึ่งเกิดจากความเป็นจริงของสังคมก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นมาตรฐาน ประการที่สอง คือ อุดมคติ (Ideology) ได้สร้างความรู้สึกร่วมกันเกี่ยวกับเอกลักษณ์ ประการที่สาม อุดมคติ (Ideology) คือสิ่งที่ปรากฏของสังคมทั้งภายนอก และภายใน ช่วยทำให้สังคมเกิดความเข้มแข็ง และมีความร่วมมือกัน ประการที่สี่คือ อุดมคติ (Ideology) ได้สร้างจุดมุ่งหมาย และสร้างความหวังให้แก่มนุษย์ และสังคม Max Weber (1994) กล่าวว่า อุดมคติ (Ideology) ก่อให้เกิดพฤติกรรมทางสังคม ซึ่งสามารถศึกษาอุดมคติ (Ideology) กับพฤติกรรมทางสังคมด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ อุดมคติ (Ideology) จึงมิใช่วิหาคำรู้และไม่ใช่วิเคราะห์ความคิด ความเชื่อสุดท้าย (End) ในการดำเนินชีวิต แต่เป็นสิ่งที่ใช้อธิบายความคิด ความเชื่อที่เป็นวิถีทาง (Means) ในการอธิบายโลก สังคม และพฤติกรรมของมนุษย์ทั้งในอดีต และ ปัจจุบัน ส่วน Althusser (1971) นักทฤษฎีที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อความคิดในเรื่องอุดมคติ (Ideology) กับวาทกรรมนั้นได้กล่าวถึงปัจจัยสำคัญ 3 ประการของอุดมคติ (Ideology) ไว้ ดังนี้

1. อุดมคติ (Ideology) ก่อให้เกิดภาคปฏิบัติการของวาทกรรม (Discourse practice) และวิธีปฏิบัติในแต่ละสถาบัน
2. นักภาษาศาสตร์สามารถศึกษาวาทกรรมได้จากอุดมคติ (Ideology) เพราะอุดมคติ (Ideology) เป็นสิ่งที่สร้างสิ่งต่างๆ
3. ภาครัฐใช้อุดมคติ (Ideology) เป็นเครื่องมือของการสร้าง การผลิตซ้ำ การถ่ายทอดวาทกรรม

เทพพร มั่งชานี (2555) กล่าวว่าอุดมคติ (Ideology) เป็นความคิดที่จะปรับปรุงสภาพทางวัตถุและจิตใจในปัจจุบันให้ดีขึ้นและการคิดถึงสภาพที่ควรเป็นในอนาคตที่เป็นไปในชีวิตนี้ อุดมคติ (Ideology) ต้องบอกทิศทางและขั้นตอนในการปฏิบัติ ให้บรรลุจุดหมาย และ การสอนอุดมคติ (Ideology) ต้องมีลักษณะเป็นการชักจูง(ศรัทธา) และเข้าใจได้(เหตุผล)

จากแนวคิดเรื่องอุดมคติ (Ideology) ผู้วิจัยสรุปได้ว่า อุดมคติ (Ideology) เป็นเรื่องความคิดและจินตนาการ เป็นมาตรฐานแห่งความดีความงาม ซึ่งเป็นที่ยอมรับ และเป็นความจริงประกอบด้วย คติ และคุณค่าเป็นเรื่องของความรู้ และความเชื่อที่มีต่อสิ่งต่างๆ ที่เกิดได้จากความศรัทธา และประกอบด้วยเหตุผล รวมถึงเป็นเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกที่ใช้เป็นบรรทัดฐานในการกระทำต่าง ๆ ของบุคคลหรือกลุ่มคน ซึ่งแต่ละสังคมก็จะมีอุดมคติ (Ideology) ที่แตกต่างกันไป อุดมคติ (Ideology) เป็นความดี ความงาม และความจริง ทางใดทางหนึ่งที่มนุษย์ถือว่าเป็นเป้าหมายแห่งชีวิตของตน

ฮวงจู้ย เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความคิดและจินตนาการ และสามารถสร้างความเชื่อว่าจะสามารถสร้างความสุข ให้กับบุคคล ฮวงจู้ยสามารถอธิบายโลก สังคม และ พฤติกรรม ของมนุษย์ทั้งในอดีต และ ปัจจุบันจึงมีคุณลักษณะคล้ายความเป็นอุดมคติ (Ideology) ที่จะปรับปรุงสภาพทางวัตถุและจิตใจในปัจจุบันให้ดีขึ้นได้

แนวคิดเกี่ยวกับการก่อรูปทางสังคม (Formation)

การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ การเคลื่อนไหวของกิจกรรมใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมไทย ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ก่อให้เกิดพฤติกรรมในรูปแบบของการยอมรับ และการปฏิเสธ พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจึงเป็นตัวกำหนดการก่อรูปของสิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม

สุรางค์ โคว์ตระกูล (2553) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมส่วนบุคคลเกิดขึ้นจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. เซวาน์ปัญญา ความรู้ ความสามารถ ความถนัด และความสนใจ บุคคลที่มีเซวาน์ปัญญาดีจะชอบอ่านหนังสือ ค้นคว้าหาความรู้ ส่วนบุคคลที่มีเซวาน์ปัญญาต่ำจะชอบกิจกรรมที่ออกกำลังกาย หรือใช้แรง

2. เพศ และขนาดรูปร่างที่ต่างกันจะแสดงพฤติกรรมที่ต่างกัน โดยเพศชายจะมีกิริยาที่หยาบกระด้างมากกว่าเพศหญิง และขนาดของร่างกาย ก็มีผลต่อพฤติกรรม โดยผู้ที่มีรูปร่างสมส่วนจะชอบออกงานสังคม ในขณะที่ผู้มีร่างกายผิปกติจะมีพฤติกรรมเก็บตัว

3. สภาพเศรษฐกิจ ผู้ที่มีฐานะเศรษฐกิจดีมีฐานะร่ำรวย จะมีพฤติกรรมจะแตกต่างจากบุคคลที่มีฐานะด้อยกว่า

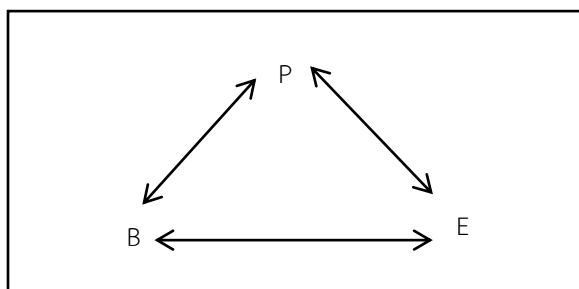
4. วัฒนธรรมประเพณีศาสนา และการใช้ภาษาของแต่ละสังคมทำให้บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันในด้านการดำเนินชีวิต การพูด การเขียน การแสดงออกเกือบทุกด้านภายใต้อิทธิพลของวัฒนธรรม ประเพณีศาสนา และการใช้ภาษาที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด เป็นต้น

5. สภาพภูมิศาสตร์ สภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและความรู้สึกนึกคิดของบุคคลเช่น ผู้ที่อยู่ในสภาพภูมิประเทศทุรกันดารจะมีความอดทนค่อนข้างสูง

6. อาชีพที่ต่างกัน มีอิทธิพลให้พฤติกรรมแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลักษณะอาชีพที่ทำ เช่น นักบัญชีต้องมีความละเอียดรอบคอบมาก

Bandura (1977) ได้สร้างแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม คือการเรียนรู้เป็นการได้มาซึ่งความรู้ใหม่ (Acquired new knowledge) ไม่จำเป็นต้องแสดงพฤติกรรมออกมาทันที ดังนั้น การเรียนรู้ในแนวทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม คือพฤติกรรมภายในที่เกิดการเปลี่ยนแปลงแต่ไม่แสดงออกมา แต่ถ้ามีการแสดงพฤติกรรมออกมาให้สังคมภายนอกได้เห็นแสดงถึงการยอมรับในความรู้ใหม่ ๆ นั้น ซึ่งอาศัยจากการสังเกตจากตัวแบบ หรือใช้วิธีการสังเกต (Observational learning) เมื่อบุคคลสังเกตพฤติกรรมของตัวแบบ ก็จะจดจำพฤติกรรมของตัวแบบไว้แต่ก็ไม่ได้แสดงออกทันที แต่เมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่สามารถแสดงพฤติกรรมที่ได้พบเห็นมาจากตัวแบบก็จะแสดงพฤติกรรมนั้นออกมาทันที เช่น การไหว้เจ้าของชาวไทยเชื้อสายจีน บุตรเมื่อเห็นพ่อแม่ไหว้เจ้า ในวันสำคัญ เช่น วันสารทจีน เมื่อถึงเวลาที่จะสามารถไหว้สารทจีนได้เช่นเดียวกับพ่อแม่ที่ปฏิบัติมา หรือ คนไทยเชื้อสายจีนที่ครอบครัวมีความรู้เรื่องฮวงจุ้ย และมีการนำฮวงจุ้ยมาปรับใช้ในการปรับตำแหน่งที่อยู่อาศัย เมื่อบุตรเติบโต และไปมีบ้านเป็นของตนเองก็จะนำความรู้ที่ได้พบเห็นในครอบครัวไปจัดปรับปรุงบ้านของตนเองได้ เช่นเดียวกัน Bandura เชื่อว่าบุคคลมีความสามารถในการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ชั่วคราวที่ได้พบ คือตัวบุคคลประกอบด้วยสติปัญญา และจิตใจ เป็นตัวกำหนดการแสดงออกของพฤติกรรม และมีสิ่งแวดล้อมเป็นตัวแปรในการตัดสินใจในการแสดงออกของพฤติกรรม

ดังนั้นการแสดงพฤติกรรมจึงอธิบายได้ในลักษณะ การที่มีการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างองค์ประกอบ 3 ด้าน (Triad Reciprocal Determinant) Bandura, A. (1977).



แผนภูมิที่ 4 ปฏิสัมพันธ์กัน ระหว่างองค์ประกอบ 3 ด้าน (Triad Reciprocal Determinant)

ที่มา: A. Bandura, **Social learning theory** (New Jersey: Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1977).

ดังกล่าว การกำหนดซึ่งกันและกันระหว่างพฤติกรรม (B) องค์ประกอบตัวบุคคล (P) และสภาพแวดล้อม (E)

การปฏิสัมพันธ์ ระหว่าง P - B ตัวบุคคล ได้แก่ความคิด ความคาดหวัง ความเชื่อ ความรู้สึก การรับรู้ตนเอง เป้าหมาย ความตั้งใจ กับพฤติกรรม ปัจจัยตัวบุคคลจะส่งผลต่อการแสดง พฤติกรรม ในขณะที่เดียวกันพฤติกรรมก็เป็นตัวกำหนดปัจจัยภายในตัวบุคคลด้วย คือ ตอบสนอง ความรู้สึก เช่น บุคคลมีความเชื่อว่าการนำของจួយมาใช้ปรับปรุงสถานที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ ก็จะมีพฤติกรรมแสดงการเคลื่อนย้ายปรับตำแหน่งสิ่งต่าง ๆ ภายในห้อง เมื่อปรับเสร็จก็จะทำให้รู้สึกมั่นใจ มีความเชื่อมั่นว่าจะประสบความสำเร็จ การปฏิสัมพันธ์ระหว่าง E - P ระหว่าง สิ่งแวดล้อม และตัวบุคคล สิ่งแวดล้อมซึ่งอาจจะเป็นตัวแบบ สื่อ ข้อความ หรือสิ่งของ จะกระตุ้น ความคิด ความรู้สึก การรับรู้ตนเองและลักษณะอื่นๆ ของบุคคล โดยผ่านตัวแบบ เช่นการอบรมสั่งสอน หรือการชักจูงทางสังคม ทำให้บุคคลจะมีปฏิกิริยาตอบสนองภายในต่อสิ่งแวดล้อมด้วย เช่น การได้รับคำแนะนำจากโหราจารย์ในการจัดดวงจួយ ตัวบุคคลก็จะเกิดปฏิกิริยาโต้ตอบ และ เกิดความสงสัยซักถาม โหราจารย์เมื่อได้รับคำถาม และมีคำตอบไปให้บุคคลก็จะการตอบสนอง เช่นการแสดงความพึงพอใจ การปฏิสัมพันธ์ระหว่าง B - E ระหว่างพฤติกรรม และสภาพแวดล้อม นั่นคือ พฤติกรรมจะเปลี่ยน เจือปนสภาพแวดล้อม และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปจะ เปลี่ยนพฤติกรรมด้วย เช่น โหราจารย์แนะนำว่าโต๊ะที่นั่งทำงานไม่ควรอยู่ตรงกับช่องประตู บุคคล ก็จะย้ายโต๊ะทำงานไม่ให้ตรงกับช่องประตู และเมื่อมีโอกาสย้ายตำแหน่งที่นั่งใหม่ก็จะไม่วางโต๊ะ งานให้ตรงกับช่องประตู

การอธิบายปัจจัย 3 ด้าน ซึ่งเป็นตัวกำหนดซึ่งกันและกันแต่แต่ละตัวมีอิทธิพลไม่เท่ากัน และอาจจะเกิดขึ้นไม่พร้อมกัน (สม โภชน์ เอี่ยมสุภามิต, 2550)

การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

ความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม นักสังคมวิทยาได้ให้ความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมไว้

พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา อังกฤษ – ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2532: 99 – 100) ได้กำหนดความหมายไว้ว่า “การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม” หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในวัฒนธรรมของประชาชาติหนึ่ง ๆ ทั้งวัฒนธรรมทางวัตถุ และวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ ซึ่งอัตราการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมสองประเภทนี้เป็นไปแบบไม่เท่ากัน โดยทั่วไปวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุเปลี่ยนแปลงช้ากว่า นอกจากนั้นการเปลี่ยนแปลงอาจเกิดขึ้นโดยอัตโนมัติหรือโดยการวางแผนก็ได้

ส่วน Davis (1967: 622) ให้ความหมายไว้ว่า “การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม” หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทุกสิ่งทุกอย่างที่เกิดขึ้นในวัฒนธรรมทุกสาขา ทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับวัตถุ หรือวัฒนธรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับวัตถุ

ในขณะที่ Smelser (1988: 382) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม” เป็นการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับความเชื่อ ความรู้ และลักษณะการแสดงออกของการใช้ชีวิตอย่างต่างๆ ไปในสังคม ผลของการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ทางวิทยาศาสตร์ ก่อให้เกิดเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิต เช่น ความก้าวหน้าทางฟิสิกส์ทำให้เกิดการผลิตระบบสื่อสารแบบโทรเลข และโทรศัพท์ขึ้นใช้ทั่วโลก และเกิดการแลกเปลี่ยน ทางวัฒนธรรมไปทั่วโลก

นอกจากนี้ สุรัชย์ หวันแก้ว (คณาจารย์ภาควิชาสังคมวิทยา และมานุษยวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540: 156 – 157) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม” หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในด้านต่างๆ ที่มนุษย์สร้าง และประดิษฐ์ขึ้น และส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านค่านิยม (Value) บรรทัดฐาน และระบบสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในสังคมนั้นๆ เช่น ค่านิยม (Value) ของความเท่าเทียมกันระหว่างชายหญิงในสังคม ซึ่งแต่เดิมฝ่ายชายมีความเหนือกว่าฝ่ายหญิง

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

การเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change) หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงแบบอย่างหรือรูปแบบทางสังคม เช่น ระบบการปกครอง ระบบครอบครัว ขนบธรรมเนียม จารีตประเพณี ซึ่งไม่ว่าจะเปลี่ยนแปลงด้านใดก็ตาม โดยการวางแผนให้เป็นไปหรือเป็นไปเอง และที่เป็น

ประโยชน์หรือให้โทษ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจะเป็นไปอย่างชั่วคราว หรือถาวร ก่อให้เกิดความก้าวหน้า หรือสร้างการถดถอยก็ได้ทั้งสิ้น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2524) การเปลี่ยนแปลงทางสังคมเกี่ยวข้อง และส่งผลต่อการพัฒนาชุมชน แผนพัฒนา ความทันสมัย การพัฒนาสังคม ผลกระทบต่อสังคม การเปลี่ยนแปลง การพัฒนา สังคมเปลี่ยนแปลง การพัฒนาสังคมของชุมชน

องค์ประกอบของโครงสร้างทางสังคม

1. ความสัมพันธ์ทางสังคม
2. ค่านิยม (Value)
3. ความเชื่อ
4. อัตลักษณ์ (Identity)
5. ระบบความรู้

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน 3 ด้าน

1. ด้านเศรษฐกิจ
2. ด้านสังคม
3. ด้านวัฒนธรรม

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

1. สภาพแวดล้อม ธรรมชาติ และประชากร
2. การพัฒนาเศรษฐกิจ
3. ทศนคติ/ความเชื่อของคนในสังคม
4. การเคลื่อนไหวทางสังคม
5. กระบวนการทางวัฒนธรรม
6. การประดิษฐ์ คิดค้นสิ่งใหม่ๆ

รูปแบบการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

1. การเปลี่ยนแปลงแบบเส้นตรง เป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคม จากสังคมที่มีความเจริญอารยธรรมขั้นต่ำไปสู่สังคมที่มีความเจริญของอารยธรรมระดับสูงขึ้นไป

2. การเปลี่ยนแปลงแบบวัฏจักรเป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ไม่มีความสม่ำเสมอ ค่อยๆ เจริญก้าวหน้าไปเรื่อยๆ จนถึงที่สุดก็จะเสื่อมสลายไป

การก่อรูปของสวงจู้ยในสังคมไทย เกิดจากสิ่งที่เป็นความรู้ และได้มีการถ่ายทอด การเรียนรู้ การนำไปใช้ และมีการพิสูจน์ผลที่ได้ สวงจู้ยเป็นสิ่งที่ได้ถูกนำไปใช้และก่อให้เกิด พฤติกรรมต่าง ๆ ที่แสดงออกมา เกิดวิถีปฏิบัติในสังคมขนาดเล็ก ทำให้เกิดการเลียนแบบและ ขยายตัวออกไป จนเป็นการยอมรับในสังคมทั่ว ๆ ไป

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างพื้นที่ทางสังคม (Social Space) และ การสร้างอัตลักษณ์ (Identity)

การสร้างพื้นที่ทางสังคม จะต้องสอดคล้องกับแนวคิดและแนวปฏิบัติของสังคมนั้น ๆ ในทางมานุษยวิทยา มีการศึกษาเรื่องนี้อย่างกว้างขวาง เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมกับ พื้นที่ โดยในการศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมในระยะแรกเป็นการศึกษาด้านสารัตถนิยม (Essentialism) โดยมองว่าผู้คน หรือชุมชน ไม่ค่อยมีการเคลื่อนที่หรือย้ายถิ่น และมีความผูกพันกับพื้นที่ ซึ่งมี อาณาเขตแน่นอน Malki (1999) ซึ่งเป็นการจำกัดวัฒนธรรมไว้กับพื้นที่ ส่งผลให้เกิดอัตลักษณ์ (Identity) เฉพาะบุคคล ที่มีผลมาจาก โครงสร้างทางศาสนา และการเมืองของสังคมดังกล่าว ทำให้ บุคคลมี อัตลักษณ์ (Identity) ที่เหมือนกัน และเป็นอัตลักษณ์ (Identity) เฉพาะกลุ่ม ที่ไม่มีการ เปลี่ยนแปลง (Kellner, 1986; Sorenson, 1997; Lavie and Swedenburg, 1996; Gilroy, 1997) แต่ใน สังคมยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นสังคมสมัยใหม่ วัฒนธรรมได้มีการเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากการเพิ่มของ ประชากร เกิดการเคลื่อนตัวอพยพย้ายถิ่นของประชากร การกระจายสินค้า การเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร และ การแลกเปลี่ยนแนวคิด Gupta และ Ferguson ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมกับพื้นที่ว่า วัฒนธรรมไม่จำเป็นต้องยึดติดกับพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง (Gupta and Ferguson 1999a; Gupta and Ferguson 1999b)

Lefebvre (1998) ได้ให้ข้อสรุปว่า “พื้นที่” (Space) ไม่ได้หมายถึงขอบเขตหรือลักษณะ ทางภูมิศาสตร์ แต่หมายถึงพื้นที่ที่ต่อสู้กันทางอำนาจ (Power) และจะมีการเปลี่ยนแปลงตามผู้ที่ อำนาจ (Power) และจะมีปรากฏการณ์แย่งชิงอำนาจ (Power) อยู่ตลอดเวลา จนกลายเป็น “พื้นที่ ทางสังคม” (Social space) ดังนั้นทุกหนแห่งจึงสามารถสร้างให้เป็นพื้นที่ทางสังคมได้ ซึ่งจะ ประกอบด้วย อัตลักษณ์ (Identity) วัฒนธรรมของกลุ่มบุคคล หรือชุมชน ส่วนสายพิณ ศุพุทรมงคล (2541) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ลูกกับคน: อำนาจ (Power) และการต่อต้านชัดเจน จากงานวิจัย ได้ใช้ ปฏิบัติการวาทกรรมของ Foucault เป็นกรอบในการศึกษา โดย Foucault ได้นิยามความหมายของ อำนาจ (Power) ว่า (1) อำนาจ (Power) มีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถ แสวงหา ฉวยชิง หรือแบ่งปัน แก่ผู้อื่นได้ (2) อำนาจ (Power) เกิดจากความสัมพันธ์เชิงแบ่งแยก ภายในสังคม (3) อำนาจ (Power) ดำรงอยู่ทุก แห่งหน และมีความซับซ้อน ในทุกความสัมพันธ์อาจก่อให้เกิดอำนาจ (Power) ได้ และ

การเกิดซึ่งอำนาจ (Power) สามารถเกิดได้ในทุกๆ ที่ที่มีช่องว่าง และมีความเหมาะสม (4) อำนาจ (Power) เกิดจากการตั้งเป้าหมาย ทั้งที่เจตนา และไม่เจตนา และไม่จำเป็นต้องเกิดจากความเห็นชอบ ให้สร้างอำนาจ (Power) นั้นขึ้นมา (5) ที่ใดมีอำนาจ (Power) จะปรากฏการต่อต้านชัดเจนจากผู้ที่ได้รับผลกระทบ จากงานวิจัยผู้มีอำนาจ (Power) ในยุคสามารถสร้างพื้นที่และอัตลักษณ์ (Identity) ในยุคได้โดยจะใช้เครื่องมือจากกฎระเบียบที่เข้มงวด การกำหนดตารางเวลาที่ชัดเจน การแก้ไข พัฒนาพฤติกรรมให้อยู่ในสิ่งที่ต้องการ การจัดสภาพแวดล้อมการอยู่อาศัยที่แตกต่างจากสภาพปกติ การจัดการกิจกรรมที่เหมาะสมแก่ ภูมิหลังทางสังคม เศรษฐกิจ การศึกษา และการกระทำความผิด และการจัดให้มีการสอดส่องให้ปฏิบัติการอย่างใกล้ชิด โดยมีจุดประสงค์เพื่อบำรุงอำนาจ (Power) ของตนไว้ แต่การใช้อำนาจ (Power) ในการสร้างพื้นที่ และสร้างอัตลักษณ์ (Identity) ในลักษณะนี้จะได้รับการต่อต้าน โดยจากผู้ต้องขังที่ได้รับผลกระทบโดยจะยกเหตุผลในเรื่องของกฎระเบียบที่ชี้ขาด มากเกินไป และข้อวิสัยทางศาสนาที่เน้นการอยู่อาศัยร่วมกันอย่างมีเมตตา การสร้างพื้นที่ใน ลักษณะนี้จะไม่มั่นคง และจะได้รับการท้าทายอยู่ตลอดเวลา

การสร้างอัตลักษณ์ (Identity) ของความเป็นชุมชน จำเป็นต้องมีอำนาจ (Power) เข้ามา เกี่ยวข้อง และเกิดขึ้นภายใต้การสร้างความแตกต่าง (Construction of Difference) และต้องผ่าน กระบวนการกีดกัน (Exclusion) และผนวกรวม (Inclusion) ซึ่งนำไปสู่กระบวนการสร้างความเป็นอื่น (Otherness) อัตลักษณ์ (Identity) และวัฒนธรรมจึงเป็นเสมือนผลผลิตของความสัมพันธ์ระหว่าง อำนาจ (Power) และความไม่เท่าเทียมกัน ที่เกิดขึ้นภายในสังคม (Gupta and Ferguson 1999a) ดังนั้น อัตลักษณ์ (Identity) ของบุคคลจึงสามารถพิจารณาได้จากการผลิต (Production) ที่มีกระบวนการ (Process) ที่ไม่สมบูรณ์ มีการเปลี่ยนแปลง มีความหลากหลาย และมีการสร้างใหม่อยู่ตลอดเวลา จากการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลหรือสังคม อื่น ๆ (Kellner 1992; Hall 1997a; Hall 1977b; 141-147) ดังนั้นอัตลักษณ์ (Identity) จึงไม่สามารถดำรงอยู่อย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับชุมชน หรือท้องถิ่น แต่ พบว่ามีการเลื่อนไหลอยู่ตลอดเวลา (Woodward, 1997:21) กระบวนการสร้างความเป็นชุมชน จะ ดำเนินไปพร้อมกับการสร้างวัฒนธรรม และอัตลักษณ์ (Identity) ของบุคคลนั้น โดยไม่ผูกโยงกับ พื้นที่ แต่สร้างขึ้นภายใต้ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (Power) ซึ่งจะมีลักษณะ ยืดหยุ่น มีการต่อรอง และการสร้างใหม่อยู่ตลอดเวลา Leonard (1999) ได้แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างอัตลักษณ์ (Identity) ของบุคคลต่อการสร้างความเป็นท้องถิ่น ความเป็นชุมชน จากเรื่องเล่าของคนพลัดถิ่น (Displaced people) พบว่า อัตลักษณ์ (Identity) มีลักษณะไม่ตายตัว มีการต่อรอง และมีการสร้าง อัตลักษณ์ (Identity) ใหม่อยู่เสมอ ภายใต้การเปลี่ยนแปลง และเงื่อนไขของตัวบททางสังคม บุคคล จึงไม่ได้ปล่อยให้ตนเองถูกนิยามภายใต้พื้นที่หนึ่ง ๆ แต่มีความต้องการที่จะสร้างอัตลักษณ์ (Identity)

ของตนเองในพื้นที่ที่เป็นของตนเอง และต้องการที่จะควบคุมอัตลักษณ์ (Identity) เหล่านั้นให้ เป็นไปตามที่ตนเองต้องการ วัลยา ภูมิภักดีพรรณ (2547) ได้ทำการวิจัย เรื่องปฏิบัติการ ความรุนแรงต่อตัวตนของนักเรียน การสร้างมาตรฐานเดียวภายในโรงเรียนเพื่อสร้างอัตลักษณ์ (Identity) ทางสังคมได้ปิดกั้นและกดทับการเรียนรู้เฉพาะตนของผู้เรียน ผู้มีอำนาจ (Power) เหนือกว่าจะเป็นผู้สร้างอัตลักษณ์ (Identity) ภายในสถาบันการศึกษา การใช้อำนาจ (Power) บังคับให้ผู้เรียนยอมรับลักษณะเฉพาะตนก่อให้เกิดความรุนแรงและการต่อต้าน นอกจากนี้การที่ ผู้มีอำนาจ (Power) ได้ใช้อำนาจ (Power) ต่อยำให้ผู้เรียนปฏิบัติตามกฎ โดยให้รางวัลแก่ผู้ปฏิบัติ ตาม และลงโทษหากไม่ปฏิบัติตาม จึงเป็นเหมือนการครอบงำทั้งความคิดและร่างกาย เป็นการปิด กั้นความต้องการที่แท้จริงของผู้เรียน และปิดกั้นการเรียนรู้เพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมเพื่อการ ดำรงอยู่ ทำให้การพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนถูกจำกัด ไม่สามารถพัฒนาได้อย่างเต็มที่ และ ศักยภาพความเป็นมนุษย์ถูกกดทอนลง

การสร้างพื้นที่ทางสังคมด้วยภาคปฏิบัติการทางวาทกรรมของฮวงจู้ย เป็นการสร้าง อัตลักษณ์ (Identity) ให้กับบุคคล ชุมชน ซึ่งฮวงจู้ยก็มีอัตลักษณ์ (Identity) ของตนเองเช่นกัน โดย ในการสร้างอัตลักษณ์ (Identity) ของฮวงจู้ยมีที่มาจากอำนาจ (Power) และความรู้ที่มีความแตกต่าง ซึ่งสามารถดูได้จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม

แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเล่า (Narrative Approach)

การสื่อสารข้อมูลในสังคมมีมากมายหลายอย่าง เป็นการถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ ความคิด จินตนาการ จากที่หนึ่งไปสู่อีกที่หนึ่ง ซึ่งบางครั้งมีข้อจำกัดทางด้านกฎหมาย ประเพณี ปฏิบัติ และความเหมาะสมในสังคม ทำให้การได้มาของข้อมูลอาจไม่ถูกต้องชัดเจนนัก แนวคิด เกี่ยวกับการหาข้อมูลด้วยวิธีเรื่องเล่าเป็นวิธีการหนึ่งของการ ได้มาซึ่งข้อมูลให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ ข้อมูลได้อย่างเต็มที่ ได้แสดงความคิดเห็นอย่างเป็นตัวของตัวเอง โดยผู้สัมภาษณ์มีส่วนใน การพูดคุย โดยทำหน้าที่เพียงแต่กำหนดหัวข้อ แต่ไปได้นำความคิดของตนไปเกี่ยวข้อง และไม่ตั้ง คำถามที่เป็นการชี้นำ ดังนั้นการสัมภาษณ์เชิงเรื่องเล่าจึงเป็นวิธีการหาข้อมูลที่วิธีหนึ่ง ที่จะได้ ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์มาก ๆ ในการทำวิจัย

ความสำคัญของเรื่องเล่า

เรื่องเล่าเป็นสิ่งที่ เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่มีความมหัศจรรย์ ถึงแม้ว่านักวิทยาศาสตร์จะ ได้พยายามสร้างปัญญาเทียม (Artificial Intelligence) หรือระบบคอมพิวเตอร์เพื่อทำการคิดแทน มนุษย์ และแม้ปัญญาเทียมหรือคอมพิวเตอร์มีความสามารถคิดคำนวณ สิ่งต่างๆ ได้อย่าง สลับซับซ้อน แต่สิ่งที่คอมพิวเตอร์ยังไม่สามารถทำได้ ก็คือ การเข้าใจในเรื่องเล่าเช่นเดียวกับที่ เด็กเปิดขวบเข้าใจ เพราะเรื่องเล่าจะมีตรรกะที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมซ่อนเร้นอยู่เสมอ การเข้าใจเรื่อง เล่าเป็นสิ่งที่สะท้อนอัจฉริยภาพของมนุษย์ที่เกี่ยวกับสมองของมนุษย์ที่สามารถติดตาม ไขความ และเรียนรู้จากเรื่องเล่าได้ การเรียนรู้จากเรื่องเล่าแสดงถึงศักยภาพการเรียนรู้ที่เป็นสิ่งมหัศจรรย์ใน ชีวิต มนุษย์จึงสามารถสร้างระบบการเรียนรู้ขององค์กรด้วยการสร้างโลก และสร้างแรงบันดาลใจ ได้จากเรื่องเล่า (นภภรณ์ หะวานนท์, 2552: 38)

มนุษย์มีสัญชาตญาณธรรมชาติ และศักยภาพในการเรียนรู้เรื่องเล่าที่ติดตัวเรามาตั้งแต่ กำเนิด เป็นสิ่งที่ไม่ต้องสอน เด็กๆ เรียนรู้เรื่องเล่าก่อนเรียนรู้เรื่องการคำนวณทางคณิตศาสตร์ เด็กจะเติบโตไปกับเรื่องเล่า ทำความเข้าใจและติดตามไปกับเรื่องเล่าเหล่านั้น เมื่อเรื่องเล่าเป็นส่วน หนึ่งที่มาพร้อมกับมนุษย์ จึงส่งผลทำให้ในปัจจุบันแนวทางการศึกษาแบบเรื่องเล่า “Narrative Approach” จึงกลายเป็นกระแสการศึกษาทางสังคมวิทยาที่มีความสำคัญ เพราะได้เพิ่มความสำคัญ กับผู้ถูกศึกษาว่าควรจะเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมที่สำคัญในงานวิจัยมากยิ่งขึ้น เนื่องจากว่าเป็นเจ้าของ เรื่องราวต่างๆ นั้นเอง และมีความสอดคล้องกันกับที่ นภภรณ์ หะวานนท์ (2552: 40) ได้ อธิบายเกี่ยวกับวิธีการศึกษาเรื่องเล่าในงานศึกษาทางสังคมศาสตร์ไว้ว่า “วิธีการศึกษาเรื่องเล่า ให้กรอบการมองที่สามารถช่วยให้นักวิจัยเข้าถึงประสบการณ์ของบุคคลโดยผ่านทางเรื่องราว ในอดีต ด้วยความที่มนุษย์เรานั้นอยู่ภายใต้อิทธิพลของเรื่องเล่าของตนเอง และของผู้อื่น เรื่อง เล่าจึงเป็นบันทึกประสบการณ์ของมนุษย์ที่ถูกสร้างขึ้นผ่านเรื่องราวที่ถูกนำกลับมาเล่าใหม่ กระบวนการ ศึกษาเรื่องเล่ามีความเหมาะสมกับการศึกษาความซับซ้อนของชีวิต เพราะเรื่องเล่าเปิดพื้นที่ให้มนุษย์ สามารถถ่ายทอดเรื่องต่างๆ กลับมาเล่าใหม่ได้อีกครั้ง คนมองความสมเหตุสมผลในชีวิตของตนเอง ตามเรื่องเล่าที่มีอยู่ ดังนั้นการทำความเข้าใจชีวิตจึงไม่ใช่การตั้งคำถามว่าชีวิตเป็นอย่างไร แต่เป็น การตั้งคำถามว่าชีวิตเคยได้รับการตีความอย่างไร และตีความใหม่อย่างไร”

นอกจากนี้ Giddens (1991: 96) นักสังคมวิทยาชาวอังกฤษ มีความเห็นว่า “เรื่องเล่า” (Narrative) ได้บรรจุเอาอัตลักษณ์ (Identity) หรือความเป็นตัวตน และสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ณ เวลาช่วงหนึ่งของผู้เล่าเรื่องเอาไว้ ดังนั้นเรื่องเล่าจึงเป็นวิธีการอย่างหนึ่งทาง สังคมวิทยาที่สามารถนำข้อมูลต่าง ๆ มาวิเคราะห์ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในเชิงอำนาจ (Power)

ด้วยการมองย้อนกลับไปในอดีตโดยเน้นการวิเคราะห์ร่วมกันระหว่างโครงสร้างและผู้กระทำการ หรือที่เรียกว่า Actor Oriented มาเป็นองค์ประกอบในการวิเคราะห์ตีความ

ดังนั้นวิธีการวิจัยด้านคุณภาพที่นำเรื่องเล่ามาเสริมการเรียนรู้ โดยการถ่ายทอดชีวิต และ สังคมจึงเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องด้วยชีวิตมนุษย์นั้นมีความละเอียด สลับซับซ้อน และไม่สามารถ ลดทอนลงเหลือเพียงข้อเท็จจริงหรือตัวชี้วัดเป็นข้อๆ ได้ ในทุกวัฒนธรรมจะพบเห็นวัฒนธรรม การเล่าเรื่อง ซึ่งมีความสำคัญมากในการถ่ายทอดเรื่องราวคุณธรรมและคำสอนต่างๆ เช่น ใน พระพุทธศาสนามีนิทานชาดก ในศาสนาฮินดูมีภควัทคีตา ในคริสต์ศาสนามีเรื่องพระเจ้า เป็นต้น โดยที่เรื่องเล่าเหล่านี้ยังคงได้รับการถ่ายทอด สืบทอด และเรียนรู้ ต่อเนื่องมาเป็นพันๆ ปี เรื่องเล่ายังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสาร และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ เพื่อให้การดำเนิน ชีวิตประจำวันบรรลุเป้าหมาย ในยุคปัจจุบันชีวิตการทำงานในองค์กรสมัยใหม่ทุกคนต้องเกี่ยวข้องกับองค์กรที่สังกัดนั้น เรื่องเล่าสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างและบริหารจัดการองค์กร ไปสู่เป้าหมาย และความสำเร็จร่วมกัน โดยทักษะสำคัญที่นำมาใช้ในการศึกษาเรื่องเล่า ได้แก่ 1) ทักษะการสร้างสัมพันธภาพ 2) ทักษะการสัมภาษณ์ 3) ทักษะการฟัง 4) ทักษะการสังเกต 5) ทักษะการจดบันทึก และ 6) ทักษะการลงเยี่ยม (จรรยา รัชสิริเจริญ, 2552 : 66-69)

จากการนำเอาเรื่องเล่ามาเป็นศาสตร์แห่งการบริหารองค์กรแนวใหม่ ได้รับความสนใจ จากผู้บริหารองค์กรอย่างมากในช่วง 2 – 3 ทศวรรษที่ผ่านมา ลักษณะของเรื่องเล่าที่จะนำมาใช้ใน องค์กรนั้นแตกต่างจากการเล่าเรื่องแบบธรรมดา ตัวอย่างเช่น วรรณกรรม การเขียนนวนิยาย การเล่า นิทาน หรือศิลปะแขนงอื่นๆ เพราะจุดประสงค์ของเรื่องเล่าในองค์กรมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนา กระบวนการเรียนรู้ หรือเพื่อการแก้ปัญหาในองค์กร ในยุโรป ออสเตรเลีย และอเมริกาเหนือ การบำบัดแนวเรื่องเล่าเป็นรูปแบบการบำบัดที่นิยมมากที่สุดรูปแบบหนึ่ง รากฐานด้านปรัชญาแนวคิด การบำบัดแนวเรื่องเล่ามาจากกลุ่มทฤษฎีปรากฏการณ์วิทยา แนวคิดกำหนดสร้างทางสังคม และศาสตร์แห่งการตีความ (Robbins, Chatterjee, and Canda, 1998: 52; กิติพัฒน์ นนทปัทมะคุลย์ , 2552: 75) โดยเรื่องเล่าที่มักใช้เพื่อการเรียนรู้ในองค์กรมีคุณลักษณะที่สำคัญ ได้แก่

1. เรื่องเล่าต้นแบบ (Exemplar) กระบวนการคิดเดียวกันกับที่เรียนรู้ผ่านเรื่องเล่าต้นแบบ จะถูกนำไปผลิตซ้ำเพื่อการแก้ปัญหาอื่นๆ ในแวดวงวิทยาศาสตร์ ตัวอย่าง เรื่องเล่าเกี่ยวกับการทดลองปล่อยของหนักของเบากกาลิเลโอ ที่หอเอนเมืองปิซา และเรื่องแอปเปิ้ลหล่นใส่หัว นิวตัน แม้จะไม่มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ว่าเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริง แต่ก็ได้กลายเป็นเรื่องราวที่ถูก กล่าวถึง เพื่อถ่ายทอดวิธีคิดในการแสวงหาความจริง และการสอนทางวิทยาศาสตร์มาเป็นเวลา หลายร้อยปี ทำให้เห็นได้ว่าในทุกวัฒนธรรมจะมีเรื่องเล่าในการถ่ายทอดวิธีคิดอย่างเป็นรูปธรรม

สำหรับการศึกษาวิจัย เรื่อง ฮวงจุ้ย ความเชื่อ อำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม จะเป็นการศึกษาว่ามีเรื่องราวใดที่ถูกถ่ายทอดมาอย่างต่อเนื่องจากอดีตมาสู่ปัจจุบัน ซึ่งความรู้เหล่านี้แม้ว่าจะเป็นความรู้ที่มีมายาวนาน แต่เพราะเหตุใดจึงยังคงอยู่ และยังคงปฏิบัติสืบต่อกันมา

2. เรื่องเล่าจะมีส่วนสำคัญในการช่วยสถาปนาความจริงขึ้นมาในสังคม สังคมที่มีเรื่องเล่าต่างกัน ย่อมที่จะมีความจริงต่างกัน สังคมที่ต่างกันก็จะนิยามสิ่งต่างๆ ไม่เหมือนกัน ความหมายของสิ่งต่างๆ ส่วนใหญ่ถูกนิยามขึ้นมาจากรื่องเล่าที่ให้ความหมายหรือคุณค่า เรื่องเล่ายังสร้างกรอบแนวคิดว่าจะอะไรเป็นไปได้ อะไรเป็นไปไม่ได้ หรือยังอนุญาตให้มนุษย์สร้างจินตนาการได้มากน้อยแตกต่างกัน สำหรับองค์กรแล้วนั้น บุคลากรที่ทำงานด้านคุณภาพจึงมีความจำเป็นอย่างมากในการเรียนรู้ผ่านเรื่องเล่า ซึ่งการนำเรื่องเล่ามาจัดกระบวนการเรียนรู้ในองค์กรนั้น ได้รับแนวคิดและอิทธิพลจากวิธีคิดในกระบวนทัศน์หลังสมัยใหม่ (Postmodernism) ที่ยึดถือว่าแท้จริงแล้วความจริงนั้นไม่ได้มีอยู่ล่วงหน้า และไม่มีความจริงใดเลยที่ถูกต้องสูงสุดเพียงหนึ่งเดียว ความจริงเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมาได้ ที่สำคัญ คือ ความจริงทางสังคมเป็นตัวแทนที่ถูกก่อรูปขึ้นด้วยเรื่องเล่า ดังนั้นจึงเป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ โดยเรื่องเล่าจะเข้ามาต่อรองในการสร้างความจริงใหม่ๆ ของสังคม

การศึกษาวิจัย เรื่อง ฮวงจุ้ย..ความเชื่อ อำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคมจะเป็นการศึกษาว่าสภาพสังคมที่มีความแตกต่างกันไประหว่างอดีตกับปัจจุบัน โดยเฉพาะความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย จะส่งผลต่อความเชื่อ และการสร้างพื้นที่ทางสังคมด้วยภาคปฏิบัติทางวาทกรรม

3. การเรียนรู้ของมนุษย์มีหลายรูปแบบ ในที่นี้จะกล่าวถึงการเรียนรู้ของมนุษย์ 2 แบบ คือ การเรียนรู้เชิงนามธรรม และการเรียนรู้ผ่านเรื่องเล่า

3.1 การเรียนรู้แบบนามธรรม (Abstract) คือ การเรียนรู้ที่ได้รับการเน้นหนักในระบบการศึกษาสมัยใหม่ มีหลักการเรียนรู้หลักการเป็นข้อๆ มีข้อดีตรงที่เรียนรู้แล้วสามารถ สร้างกรอบความคิด (Conceptualization) ได้

3.2 การเรียนรู้ผ่านเรื่องเล่า (Narrative) เรื่องเล่ามีบทบาทมากในแง่การทบทวนสะท้อนคิด (Reflection) กล่าวคือ เมื่อเราฟังเรื่องเล่าแล้วเราได้ข้อคิดอย่างไรจากเรื่องเหล่านั้น ซึ่งการทบทวนสะท้อนคิดจะเกิดขึ้นได้จากการที่ตนเองไปสัมผัสกับเรื่องเล่าโดยตรง และการเรียนรู้ด้วยตัวเอง โดยการรู้หรือเข้าใจในหลักการอย่างเป็นนามธรรม (Abstract) ก็แตกต่างไปจากการรู้และการเข้าใจผ่านเรื่องราวที่เป็นรูปธรรม (Narrative) ตัวอย่างเช่น การเรียนรู้เรื่องฉันทะ การมี

ความวิริยะ หรือการมีจิตตะ เอาใจใส่ฝักใฝ่ในสิ่งนั้น ในฐานะหลักการ ในอิทธิบาท 4 (จนเราสามารถจดจำได้อย่างแม่นยำว่าอิทธิบาท 4 ประกอบด้วย ฉันทะ วิริยะ จิตตะ และวิมังสา) แต่แค่การรู้หรือเข้าใจในหลักการที่เป็นนามธรรมไม่สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดความเพียรได้เท่ากับการอ่านและเข้าใจเรื่องราวของพระมหากษัตริย์องค์หนึ่ง จึงไม่เป็นเรื่องแปลกที่การเรียนรู้ผ่านเรื่องเล่าไม่ว่าจะเป็นชาดก นิทาน ตำนาน หรือเรื่องเล่าจากประสบการณ์ ตัวอย่างเช่น เมื่อกล่าวถึงงานบริการสุขภาพปฐมภูมิ มักนึกถึงคำต่างๆ เหล่านี้ เช่น ใกล้เคียง การดูแลแบบองค์รวม (Holistic Care) การดูแลแบบผสมผสาน (Integrated Care) ที่มีหลักการเป็นข้อๆ แต่ที่ขาดไปคือการบอกเรื่องเล่าเรื่องราว (Narrative) ที่จะถูกกล่าวต่อ เล่าต่อ หรือถูกเอาไปคิดต่อของนามธรรม (Abstract) เหล่านั้น

4. เรื่องเล่า (Narrative) เป็นทางเลือก (Alternative Form) ของระบบข้อมูลป้อนกลับ (System Feedback) และเป็นกลไกที่สามารถสะท้อนตัวระบบได้อย่างมาก เนื่องจากขบวนการปรับตัว และขบวนการสร้างวงจรป้อนกลับ (Feedback Loop) มีความสำคัญมากในระบบที่มีความซับซ้อน และเป็นระบบที่ต้องมีการปรับตัว (Self Adapting System) แต่ที่ผ่านมาผู้บริหารองค์กร หรือผู้มีอำนาจ (Power) มักใช้อำนาจ (Power) ในการบังคับบัญชาทำให้ไม่สามารถรับรู้ข้อมูลจากระบบป้อนกลับได้ ประกอบกับการประเมินผลซึ่งเน้นที่เกณฑ์ชี้วัด และผลงานที่เป็นตัวเลขมากกว่า ข้อมูลจากเรื่องเล่า ทำให้ระบบขาดความละเอียดอ่อน หากเราใช้เรื่องเล่ามาเป็นกลไกการสะท้อน (Feedback) อย่างเป็นทางการจะทำให้ความเป็นจริงที่เกิดขึ้น เรื่องเล่าสามารถเป็นตัวร้ายจินตนาการ และสร้างแรงบันดาลใจให้องค์กรสามารถขับเคลื่อน และฟันฝ่าวิกฤตปัญหาอุปสรรคไปได้ด้วย

คุณลักษณะเด่นของเรื่องเล่า

คุณลักษณะเด่นของเรื่องเล่า คือ กระบวนการร่วมมือร่วมใจ (Collaboration Process) ระหว่างนักวิจัยกับประชากร หรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย ประชากรของการวิจัยในเรื่องเล่าอยู่ในฐานะเป็นผู้ร่วมมือ (Collaborator) หรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย (Research Participant) มากกว่าผู้ให้ข้อมูลหลักหรือผู้ให้ข้อมูล (Informant) ซึ่งในการดำเนินการวิจัยแนวเรื่องเล่านี้ เรื่องราวของประสบการณ์จะถูกนำมาวิเคราะห์เกิดการถกเถียงพูดคุยกับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย โดยผ่านการสนทนา (Dialogue) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่นักวิจัยแนวเรื่องเล่าใช้มีด้วยกันหลายวิธี ภายใต้อัมพันธภาพที่ตีระหว่างนักวิจัยกับผู้มีส่วนร่วมวิจัยและการร่วมกันพูดคุยแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด ข้อมูลอาจจะอยู่ในรูปของบันทึกภาคสนาม (Field Notes) การบันทึกเป็นปมเรื่อง (Journal Records) บทบันทึกคำสัมภาษณ์ (Interview Transcripts) การสังเกตของนักวิจัยและการสังเกตของผู้อื่น

เรื่องราวที่เล่าออกมา จดหมาย งานเขียนเชิงอัตชีวประวัติ ข้อมูลเอกสาร อาทิเช่น แผนการเรียน แผนการสอนของโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย จดหมายข่าว หรือเนื้อหาของตัวบทอื่นๆ (Texts) อาทิเช่น กฎ ระเบียบ หลักการ และรูปภาพต่างๆ ตลอดจนถึงการบันทึกเทปวีดิทัศน์ (กิติพัฒน์ นนทบุรีมະคຸລ໌, 2552: 77-82) สำหรับในการวิจัยแนวเรื่องเล่า Moen (2006: 64-65) ได้ทำการหยิบยกประเด็นสำคัญที่อาจถือว่าการสะท้อนกระบวนการดำเนินงานวิจัยแนวเรื่องเล่าอย่างยืดหยุ่นสามประเด็น เพื่อลดขั้นตอนการดำเนินงานก่อนข้างคลุมเครือ ได้แก่ 1) ประการแรก การสร้างสัมพันธภาพระหว่างนักวิจัยและผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย 2) ประการที่สอง วิธีการในการพัฒนาเรื่องเล่า จากประสบการณ์และถ้อยคำที่มีการพูดออกมา ไปสู่การเรียบเรียงเป็นตัวบท (Text) ลายลักษณ์อักษร มีความครบถ้วนและน่าเชื่อถือได้เพียงไร และ 3) ประการที่สาม การตีความหมายโดยใช้ศาสตร์แห่งการตีความของนักวิจัย

นอกเหนือจาก Moen แล้วนั้น นักวิจัยแนวเรื่องเล่าท่านอื่นๆ ก็ได้ย้ำถึงความสำคัญของการพิจารณาการสร้างสถานการณ์ที่อบอุ่น เหมาะสมสำหรับการสร้างสัมพันธภาพ โดยเน้นเรื่องสถานที่และเวลาที่จะนำไปสู่การสนทนาพูดคุยระหว่างนักวิจัยกับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย นอกจากนี้ นักวิจัยอีกส่วนหนึ่งเห็นว่า การสร้างความเท่าเทียมกันระหว่างนักวิจัยกับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย การให้ความสำคัญกับหลักการไม่ตำหนิตัดเยียน (Non-judgmental Attitude) ซึ่งจัดได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญในการวิจัยแนวเรื่องเล่า กระบวนการแสวงหาความรู้แนวเรื่องเล่าจึงจะบรรลุผลสำเร็จได้แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ในการวิจัยแนวเรื่องเล่า จุดประสงค์ของนักวิจัยอาจจะไม่ใช่ผู้ที่รับฟังเรื่องราวหรือปัญหาหรือเป็นนักบำบัด เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ในชีวิตของผู้เล่าเรื่องที่เป็นผู้ใช้บริการโดยตรง ทั้งนี้ นักวิจัยจำเป็นต้องมีจุดยืนอยู่ที่การแสวงหาความรู้ และการแสวงหาคำตอบที่เหมาะสมต่อคำถามการวิจัย ซึ่งคำถามการวิจัยก็ไม่จำเป็นจะต้องสะท้อนปัญหาความต้องการส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการแต่ละคนเสมอไป แต่ถึงกระนั้นก็ตาม ก็มีได้หมายความว่า นักวิจัยแนวเรื่องเล่าจะมองข้ามความละเอียดอ่อนของชีวิตความเป็นอยู่โดยรวมของผู้ที่เป็นผู้เล่าเรื่องราวไป โดยจะเห็นได้ว่าจากในหลายๆ กรณี ที่นักวิจัยแนวเรื่องเล่ามีปฏิกิริยาต่อชีวิตทางสังคมของผู้เล่าเรื่องอย่างรับผิดชอบ เปรียบเสมือนดังกับว่าตนเองนั้น เป็นนักสังคมสงเคราะห์ ที่ซึ่งกำลังได้ทำหน้าที่ในการบำบัดแนวเรื่องเล่าหรือว่ากำลังได้ทำหน้าที่ในการให้คำปรึกษาแก่ผู้อื่น ไปด้วยพร้อมกันไปในเวลาเดียวกันนั่นเอง (กิติพัฒน์ นนทบุรีมະคຸລ໌, 2552: 86)

ผู้วิจัยได้นำกระบวนการวิจัยคุณภาพ เชิงวาทกรรมด้วยวิธีเรื่องเล่าเป็นเครื่องมือในการวิจัยเพราะสองขั้วเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการใช้จินตนาการสามารถสร้างผลกระทบต่อโลกทัศน์ (World view) ทำให้เกิดความเชื่อ และตอบสนองต่อความต้องการทางอุดมคติ (Ideology) ของผู้ที่

เข้ามาเกี่ยวข้องได้ นอกจากนี้สวิงจู้ยังมีการสร้างพื้นที่ขึ้นในสังคม การนำวิธีเรื่องเล่ามาใช้เพราะมีความยืดหยุ่น ผู้วิจัยสามารถมีส่วนร่วมในข้อคิดเห็น รวมถึงผู้ให้ข้อมูลหลักก็สามารถให้ความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

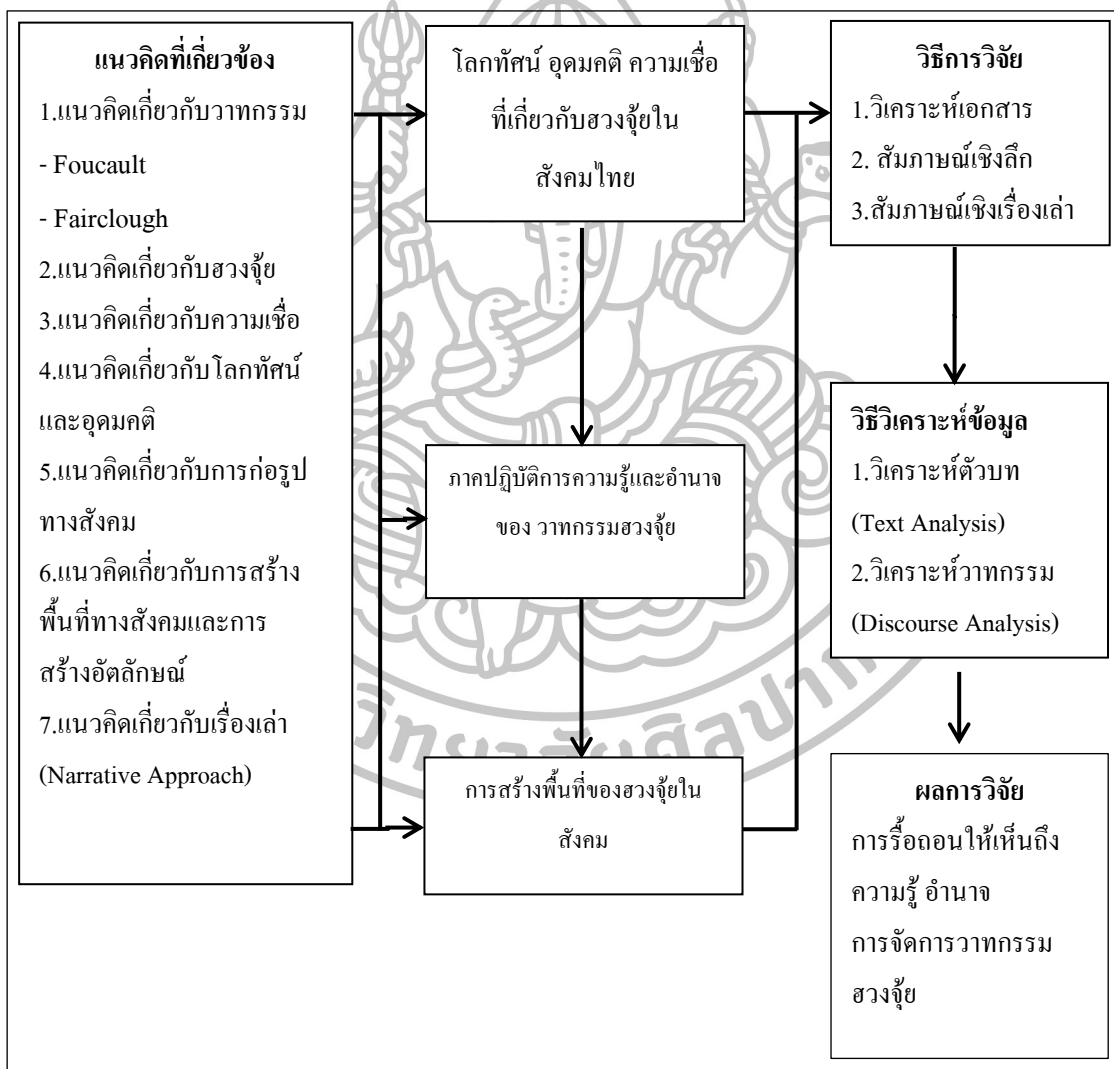
กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง สวิงจู้ ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม เป็นการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับสวิงจู้ที่ เข้ามามีบทบาทสำคัญในสังคมไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.ศึกษา โลกทัศน์ อุดมคติ (Ideology) ความเชื่อ ที่เกี่ยวกับสวิงจู้ในสังคมไทย เป็นการศึกษา โลกทัศน์ (World view) ที่เป็น โลกทัศน์ของผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีต่อสวิงจู้ และเชื่อมโยง ไปถึงเรื่องของการอยู่อาศัยร่วมกับธรรมชาติอย่างสมดุล ศึกษาอุดมคติ (Ideology) ที่มีต่อสวิงจู้ ที่ทำให้การดำเนินชีวิตของมนุษย์มีความสุข ประสบความสำเร็จ โดยไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน ความเชื่อเกี่ยวกับสวิงจู้ที่ไปกด และสร้างการก่อรูปจินตนาการใหม่ ๆ เกี่ยวกับสวิงจู้ การกดทับ จินตนาการ และสร้างสขบยอมต่ออำนาจ (Power) ของสวิงจู้ และแสดงออกในรูปแบบการเปลี่ยนแปลงทางโลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม 2.ศึกษาภาคปฏิบัติ การความรู้ และอำนาจ (Power) ของวาทกรรมสวิงจู้ ว่าความรู้ที่เกิดขึ้นจากความรู้ของสวิงจู้มีส่วนในการสร้างอำนาจ (Power) และส่งผลต่อการสร้างการยอมรับ การสขบยอมจากบุคคลในสังคม ชัดขวาง กีดกัน โหราศาสตร์อื่น ๆ และการสร้างอัตลักษณ์ (Identity) ที่เป็นลักษณะเฉพาะ 3.ศึกษาการสร้างพื้นที่ของสวิงจู้ในสังคม การสร้างการช่วงชิง การนำ (Hegemony) ปัดกัน ชัดขวาง โหราศาสตร์อื่น ๆ และสร้างผู้เชื่อวชาญ เป็นการสร้างพื้นที่ที่ก่อให้เกิดการยอมรับ สร้างความเป็นอื่น (The Others) การผลิตซ้ำ ๆ (Reproduction) เพื่อการดำรงอยู่ของสวิงจู้ในสังคม

การศึกษาวิจัยเรื่อง สวิงจู้ ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม จึงเป็นการศึกษาการก่อรูปและมีพัฒนาการผ่าน โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) และสร้างความเชื่อให้กับคนในสังคมไทย เนื่องจากมีโลกทัศน์ว่าทำแล้วทำให้เกิดความสุข ความเจริญรุ่งเรืองจึงเป็นวาทกรรมของความรู้และอำนาจ (Power) ของภาคปฏิบัติทางวาทกรรม (Discourse practice) ที่ก่อให้เกิดการกดทับ จินตนาการ และสร้างการสขบยอมต่ออำนาจ (Power) ของสวิงจู้ ภาคปฏิบัติ การความรู้ และอำนาจ (Power) ของวาทกรรมสวิงจู้ ที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบอาคาร การใช้พื้นที่ การตลาดเกี่ยวกับโครงการ อสังหาริมทรัพย์ใหม่ ๆ กดทับความคิด และสร้างการสขบยอมของผู้ที่เกี่ยวข้องด้วยแนวคิดความรู้

คืออำนาจ (Power) เป็นการสร้างโลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) และค่านิยม (Value) ใหม่ให้วงการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม รวมถึงผู้เกี่ยวข้อง เช่น นักออกแบบ สถาปนิก วิศวกร สำหรับการสร้างพื้นที่ทางสังคมของสวิงจู้ สวิงจู้ได้ส่งผลต่อโหราศาสตร์อื่น ๆ เป็นการสร้างค่านิยม (Value) ใหม่ ก่อให้เกิดการกดทับด้วยโลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) และอัตลักษณ์ (Identity) การผลิตซ้ำ ๆ (Reproduction) ของชุดความรู้ของสวิงจู้ส่วนบุคคล และสังคม และสร้างความเปลี่ยนแปลงในสังคม

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภูมิที่ 5 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง สวงจู้ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) ในการจัดการ และสร้างพื้นที่ทางสังคม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษา โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ความเชื่อที่เกี่ยวกับสวงจู้ยในสังคมไทย 2) เพื่อศึกษาภาคปฏิบัติการวาทกรรมของสวงจู้ยผ่านความรู้และอำนาจ (Power) 3) เพื่อศึกษาการสร้างพื้นที่ของสวงจู้ยในสังคมไทย การศึกษาวิจัยใช้วิธีเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) วิธีวิทยาที่ใช้คือ การวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis) โดยใช้ตามแนวคิดของ Foucault และกรอบการวิเคราะห์ 3 ขั้นตอนของ Fairclough คือ 1. ตัวบท (Text) 2. ภาคปฏิบัติการทางวาทกรรม (Discourse practice) และ 3. ภาคปฏิบัติการและโดยใช้กระบวนการการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสัมภาษณ์แบบเรื่องเล่า (Narrative) ในกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับสวงจู้ย ได้แก่ โหราจารย์ ผู้ที่มีความสนใจในสวงจู้ย

วิธีวิทยาการวิจัยเชิงวาทกรรม (Discourse Research)

ดำเนินการศึกษาวิจัยหลังยุคความทันสมัย (Postmodernism) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับโลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ความเชื่อ ความรู้ อำนาจ (Power) การสร้างพื้นที่ การดำรงอยู่ และผลที่เกิดขึ้นของสวงจู้ยในสังคมไทย ซึ่งมองผ่านปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenological Approach) ผ่านการตีความให้ความหมาย (Meaning Interpretation) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสัมภาษณ์แบบเรื่องเล่า (Narrative Interview) ไปสู่การวิเคราะห์ตัวบท (Text Analysis) และการวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis) (นรินทร์ สังข์รักษา, 2559)

หน่วยการวิเคราะห์

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อศึกษา สวงจู้ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) ในการจัดการและสร้างพื้นที่ทางสังคม หน่วยการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวาทกรรมทางด้านสวงจู้ย ได้แก่ โหราจารย์ ผู้ที่สนใจ ผู้ประกอบการ ผู้ที่เคยนำความรู้เกี่ยวกับสวงจู้ยไปใช้

การเลือกพื้นที่ในการวิจัย

การเลือกพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล จะสามารถเป็นแหล่งของผู้ที่จะให้ข้อมูลที่ดีได้ เนื่องจากมีโรงเรียนที่เปิดสอนวงจ้อยู่เป็นจำนวนมาก โดยมีผู้ที่ให้ความสนใจเข้ามาเรียน หรือมาอบรมในความรู้เกี่ยวกับวงจ้อย รวมถึงมีโหราจารย์ที่มีความชำนาญและมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับวงจ้อย มีโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่นำวงจ้อยไปใช้ ทำให้การได้มาของข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ในทุกกลุ่ม และทำให้ได้ข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับวงจ้อย

ในการเลือกพื้นที่วิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้น ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสถาบัน หรือกิจกรรมที่มีการสอนการให้การอบรม การให้ความรู้เรื่องวงจ้อย รวมถึงหน่วยงาน องค์กร หรือบุคคล ที่ให้บริการด้านการอบรม หรือให้บริการทางด้านการแก้ไขวงจ้อยแก่ผู้ที่มีความประสงค์ โดยศึกษาจากหนังสือ เอกสาร และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต (Internet)

2. ตรวจสอบรายชื่อสถาบันที่มีการสอน การอบรม การให้ความรู้เรื่องวงจ้อย รวมถึงหน่วยงาน องค์กร หรือบุคคล ที่ให้บริการด้านการอบรม หรือให้บริการทางด้านการแก้ไขวงจ้อยแก่ผู้ที่มีความประสงค์ ที่ได้รับการยอมรับ และเป็นที่น่าเชื่อถือในสังคม โดยทำการติดต่อประสานไปยังหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำหนังสือขอเข้าไปทำการแจกแบบสอบถาม และการเข้าขอสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย

3. ทำการคัดเลือกสถาบันที่มีการสอน การให้การอบรม องค์กร หรือบุคคล ที่มีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับเพื่อใช้เป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญในการทำการวิจัย

ขั้นตอนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกการใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

1. แหล่งข้อมูล

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการวิจัยแนวเรื่องเล่า (Narrative Approach)

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ใช้การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) จากหนังสือ ตำรา วารสาร นโยบาย แผ่นพับ Website และอินเทอร์เน็ต ฯลฯ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายถึง กลุ่มผู้ให้ความสนใจเกี่ยวกับวงจ้อย แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- | | | |
|--|-------|-------|
| 1. ผู้ที่มีความสนใจด้านฮวงจุ้ย | จำนวน | 15 คน |
| 2. ผู้ที่มีประสบการณ์การใช้ฮวงจุ้ย | จำนวน | 15 คน |
| 3. ผู้มีความเชี่ยวชาญด้านฮวงจุ้ย (โหราจารย์) | จำนวน | 2 คน |

รวมจำนวน 32 คน หรือจนข้อมูลอิ่มตัว (Saturated Data) ใช้วิธีการเลือกแบบ

เจาะจง (Purposive Selection)

เกณฑ์การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก

1. เป็นผู้ที่มีความสนใจเกี่ยวกับฮวงจุ้ย
2. เป็นผู้สมัครใจให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลหลัก
3. เป็นผู้มีความเชี่ยวชาญด้านฮวงจุ้ย (โหราจารย์)

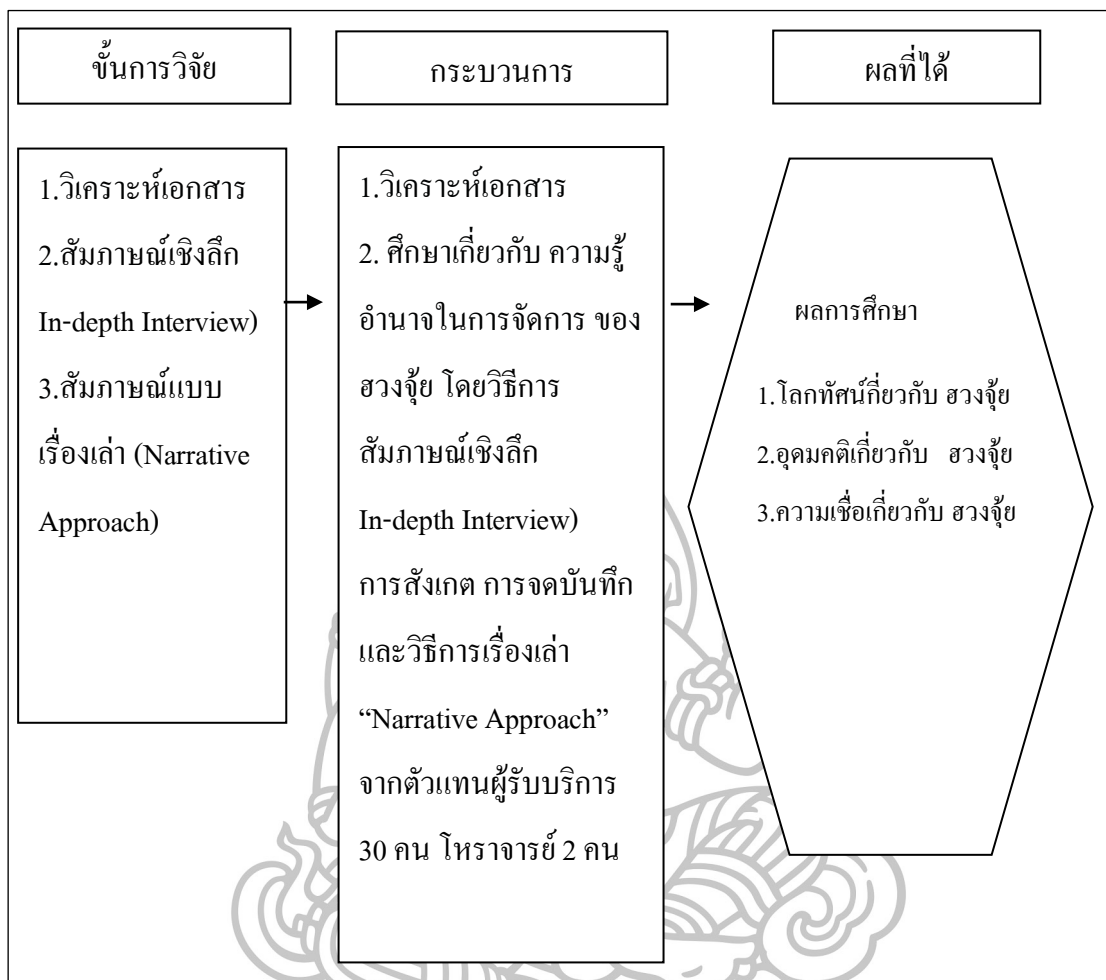
2. การเข้าสู่พื้นที่

ผู้วิจัยมีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้ที่มีความสนใจเกี่ยวกับฮวงจุ้ยและสามารถเข้าถึงผู้มีความเชี่ยวชาญด้านฮวงจุ้ย (โหราจารย์) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ

3. แนวทางการวิจัย

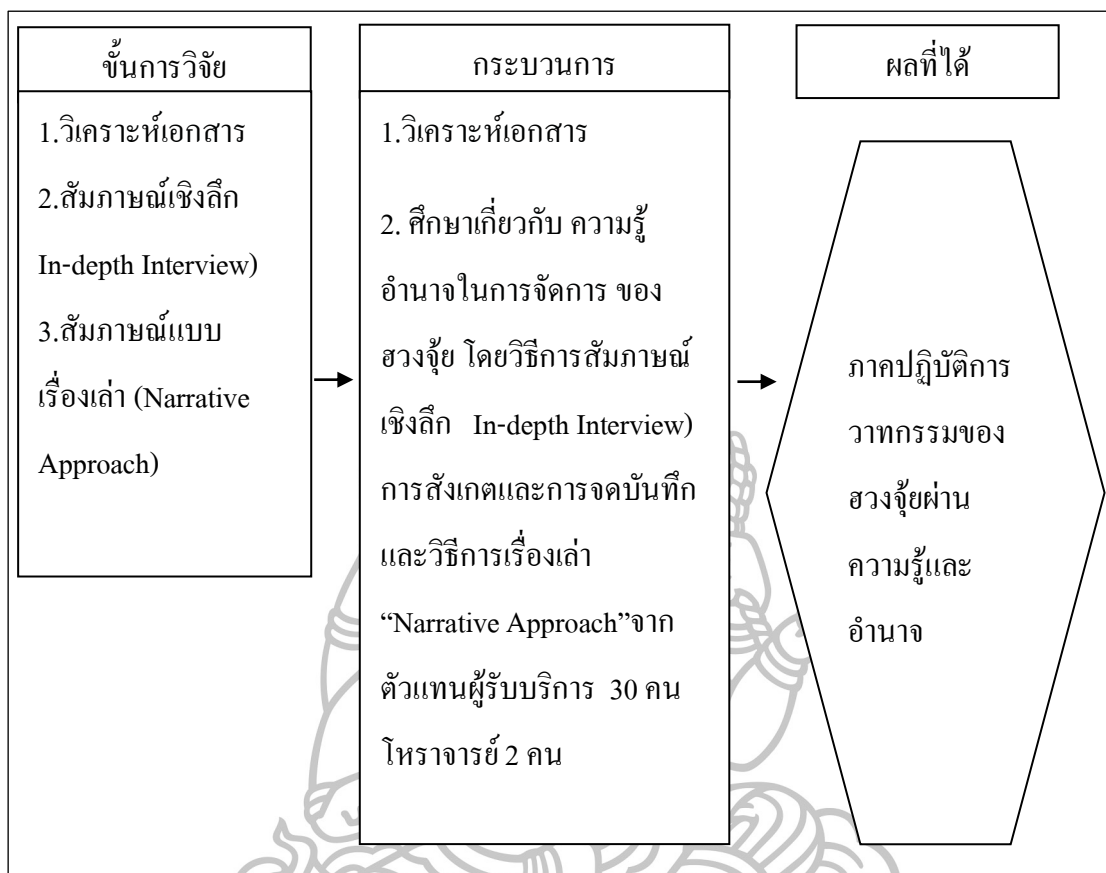
ในการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยได้แบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ระยะ

ระยะที่ 1 ศึกษาการก่อรูปของ โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ความเชื่อที่เกี่ยวกับของฮวงจุ้ยในสังคมไทยโดยศึกษาการวิเคราะห์เอกสารและใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) จากบุคคลทั่วไป และโหราจารย์ ว่าที่มีความเชื่อ โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) เกี่ยวกับฮวงจุ้ย จำนวน 32 คน หรือจนข้อมูลอิ่มตัว (Saturated Data)



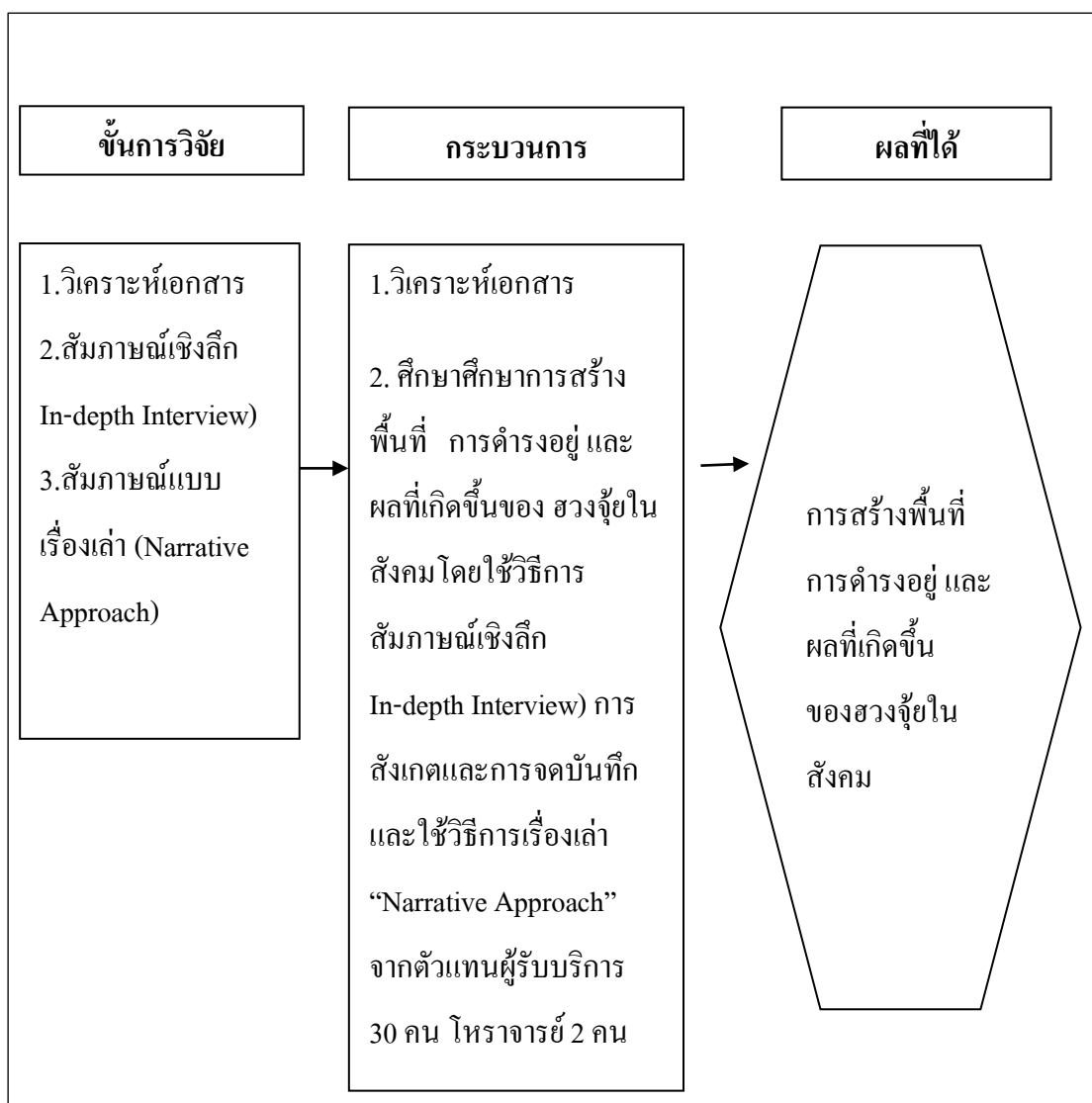
แผนภูมิที่ 6 การศึกษาการก่อรูป ความเชื่อ โลกทัศน์ อุดมคติ ความเชื่อ ที่เกี่ยวกับสวงจู้ยใน
 สังกมไทย

ระยะที่ 2 ศึกษาภาคปฏิบัติการวาทกรรมของสวงจู้ยผ่านความรู้และอำนาจ โดยเน้น
 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการวิจัยแนวเรื่องเล่า (Narrative Approach) จาก
 ผู้สนใจในสวงจู้ย จำนวน 30 คน โหราจารย์จำนวน 2 คน โดยแยกเป็นผู้ที่สนใจจะใช้บริการสวงจู้ย
 15 คน และผู้ที่มีประสบการณ์การใช้สวงจู้ย 15 คน โหราจารย์จำนวน 2 คน หรือจนข้อมูลอิ่มตัว
 (Saturated Data)



แผนภูมิที่ 7 ศึกษาภาคปฏิบัติการวาทกรรมของสวงจู้ยผ่านความรู้และอำนาจ

ระยะที่ 3 ศึกษาการสร้างพื้นที่ของสวงจู้ยในสังคม โดยเน้นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และแนวคิด ได้แก่ ผู้สนใจในสวงจู้ย จำนวน 30 คน โดยแยกเป็น ผู้ที่สนใจจะใช้บริการ สวงจู้ย 15 คน และผู้ที่มีประสบการณ์การใช้สวงจู้ย 15 คน หรือจนข้อมูลอิ่มตัว (Saturated Data) และการวิจัยแนวเรื่องเล่า (Narrative Approach) จากผู้รับบริการจำนวน 30 คน โหราจารย์จำนวน 2 คน



แผนภูมิที่ 8 การศึกษาการสร้างพื้นที่ ของฮวงจู้ยในสังคมไทย

จากตารางข้างต้นสามารถนำเสนอรายละเอียดขั้นตอนการวิจัยแต่ละขั้นตอนได้ดังนี้

4. วิธีวิจัยจะใช้กระบวนการวิเคราะห์

4.1 ระยะที่ 1, 2 และ 3 การวิจัยเรื่อง ฮวงจู้ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) ใน
 การจัดการ และสร้างพื้นที่ทางสังคม

4.1.1 วัตถุประสงค์ ฮวงจู้ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) ในการจัดการ
 และสร้างพื้นที่ทางสังคม

4.1.2 วิธีการศึกษาวิจัย

1. การศึกษาเอกสาร (Documentary Searching) โดยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ จากข้อมูลทฤษฎี ข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่อ โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ความรู้ อำนาจ (Power) การสร้างพื้นที่

2. แบบสัมภาษณ์ (Interview) สำหรับการสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จะเน้นการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นหลัก (In-depth Interview) โดยจะใช้ทั้งการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Non-Structured Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลถูกต้อง และครอบคลุมประเด็นที่ทำการวิจัยมากที่สุด สำหรับการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างผู้วิจัยจะกำหนดแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ไว้ก่อนล่วงหน้า ซึ่งเป็นแนวคำถามที่ผ่านการกลั่นกรองและพิจารณาแล้วว่า จะสามารถตอบ โจทย์การวิจัยได้ชัดเจน และครอบคลุมที่สุด ดังนั้น แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่อ โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ความเชื่อ ความรู้ อำนาจ (Power) การสร้างพื้นที่ของฮวงจุ้ย

3. วิธีการเรื่องเล่า “Narrative Approach” สำหรับวิธีการเรื่องเล่า จะทำการคัดเลือกตัวแทนจากผู้รับบริการ 30 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบ (Purposive Selection) ตัวแทนผู้รับบริการ เพื่อให้ได้ข้อมูลถูกต้องและครอบคลุมประเด็นที่ทำการวิจัยมากที่สุด ผู้วิจัยจะชี้แจงหัวข้อที่ต้องการทราบจากการเล่าเรื่องให้ผู้รับบริการได้ทราบเป็นเบื้องต้น ผู้รับบริการมีอิสระในการเล่าเรื่อง ผู้วิจัยมีหน้าจัดเตรียมสถานที่ที่จะใช้เป็นสถานที่เล่าเรื่องให้รู้สึกสบายผ่อนคลาย ผู้วิจัยและผู้ช่วยจะทำการบันทึกเสียง และจดบันทึกข้อมูลต่าง ๆ หรือ ถ่ายภาพเคลื่อนไหวตามความเหมาะสม โดยในระหว่างการเล่าเรื่องผู้วิจัยจะไม่เข้าไปแทรกแซงการเล่าเรื่อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องที่สุด

4. แบบสังเกต และจดบันทึก แนวทางที่ใช้ในการสังเกต ครอบคลุมประเด็นการสังเกต ดังนี้ แนวคิด และ พฤติกรรมและการแสดงออกของผู้ที่มีความสนใจใน ฮวงจุ้ย ผู้ที่เคยมีประสบการณ์ใช้ ฮวงจุ้ย และ โหราจารย์ผู้มีความรู้ในฮวงจุ้ย

4.1.3 แหล่งข้อมูลและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มของผู้ใช้บริการ โดยแยกเป็นผู้ที่มีความสนใจที่จะใช้บริการฮวงจุ้ย จำนวน 15 คน และผู้ที่เคยใช้บริการฮวงจุ้ย จำนวน 15 คน สำหรับกลุ่มของโหราจารย์ผู้มีความรู้ความชำนาญด้านฮวงจุ้ย จำนวน 2 คน

การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักใช้เกณฑ์การพิจารณาดังนี้

1. สำหรับผู้ที่มีความสนใจใน สวงจู้ย จำนวน 15 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) จะเลือกจากผู้ที่ได้เข้ามาเรียน หรือเข้ามาอบรม สวงจู้ย โดยใช้เกณฑ์เรื่องอายุ เพื่อให้เกิดความหลากหลายในผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งสามารถแบ่งผู้ให้ข้อมูลหลักได้เป็น

- | | | |
|-----------------|--------------|------------|
| 1.1 อายุต่ำกว่า | 35 ปี | จำนวน 3 คน |
| 1.2 อายุระหว่าง | 36 – 40 ปี | จำนวน 3 คน |
| 1.3 อายุระหว่าง | 41 – 45 ปี | จำนวน 3 คน |
| 1.4 อายุมากกว่า | 46 – 50 ปี | จำนวน 3 คน |
| 1.5 อายุมากกว่า | 50 ปี ขึ้นไป | จำนวน 3 คน |

2. สำหรับผู้ที่เคยมีประสบการณ์ใช้ สวงจู้ย จำนวน 15 คน ใช้วิธีการเลือกแบบ (Purposive Selection) จะเลือกจากผู้ที่ได้เข้ามาเรียน หรือเข้ามาอบรม สวงจู้ย และได้มีการนำไปปรับปรุง โดยการติดตาม หรือขอข้อมูลผู้ที่มารับบริการด้านการปรับ สวงจู้ย จาก โหราจารย์ โดยใช้เกณฑ์เรื่องอายุ เพื่อให้เกิดความหลากหลายในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งสามารถแบ่งผู้ให้ข้อมูลหลักได้เป็น

- | | | |
|-----------------|--------------|------------|
| 2.1 อายุต่ำกว่า | 35 ปี | จำนวน 3 คน |
| 2.2 อายุระหว่าง | 36 – 40 ปี | จำนวน 3 คน |
| 2.3 อายุระหว่าง | 41 – 45 ปี | จำนวน 3 คน |
| 2.4 อายุมากกว่า | 46 – 50 ปี | จำนวน 3 คน |
| 2.5 อายุมากกว่า | 50 ปี ขึ้นไป | จำนวน 3 คน |

3. สำหรับ โหราจารย์ผู้มีความรู้ใน สวงจู้ย จำนวน 2 คน จะเลือกจากผู้ที่มีความรู้ความสามารถเป็นที่ยอมรับในสังคม และมีประสบการณ์ด้านการเป็น โหราจารย์ ไม่น้อยกว่า 5 ปี โดยจะพิจารณาจากผลงานที่ปรากฏในรูปหนังสือ ข้อมูลเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ การให้การอบรม การเผยแพร่ความรู้ต่อสาธารณะชน

- | | |
|--|------------|
| 3.1 โหราจารย์ | จำนวน 2 คน |
| 3.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) | |
| 3.3 ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง | |

(Purposive Selection)

3.3.1 ผู้ที่มีความสนใจใน สวงจู้ย จำนวน 15 คน

3.3.2 ผู้ที่เคยมีประสบการณ์ใช้ สวงจู้ย จำนวน 15 คน

3.3.3 โทราจารย์ผู้มีความรู้ใน สวงจู้ย จำนวน 2 คน

ประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี

5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธีผสมผสานกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ จึงเลือกใช้เครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

5.1 แบบฟอร์มสำหรับการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทเอกสาร

5.2 แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อใช้เป็นแนวทาง (Guideline) ในการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Key Informants) สวงจู้ย การปฏิบัติ การก่อรูป และการสร้างพื้นที่ของสวงจู้ยในสังคมไทยสำหรับการสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จะเน้นการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นหลัก (In-depth Interview) โดยจะใช้ในทุกประเด็นที่เกี่ยวข้องเพื่อตอบคำถามการวิจัย โดยเลือกสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ซึ่งได้แก่ ผู้ที่มีความสนใจใน สวงจู้ย ผู้ที่เคยมีประสบการณ์ใช้สวงจู้ย ซึ่งเกี่ยวข้องกับ สวงจู้ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) ในการจัดการและการสร้างพื้นที่ทางสังคม

5.3 การสังเกต (Observation) การสังเกตที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีทั้งการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ในกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึงสวงจู้ย ได้แก่ การเรียน การอบรม ตลอดจนการเข้ารับบริการ การปรับสวงจู้ย เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น โดยในการสังเกต ผู้วิจัยจะวางแนวทางการสังเกตไว้ล่วงหน้าว่าจะสังเกตในประเด็นใดบ้าง และจะกำหนดประเด็นในการสังเกตไว้อย่างชัดเจนและเป็นระบบ และในบางครั้งอาจจะใช้การสัมภาษณ์ประกอบการสังเกตเพิ่มเติม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์

5.4 อุปกรณ์ภาคสนาม อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จะนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาวิจัยภาคสนาม ได้แก่

5.4.1 แบบบันทึกข้อมูลภาคสนามซึ่งเตรียมไว้ล่วงหน้าเพื่อสะดวกในการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลและวิเคราะห์ โดยบันทึกข้อมูลทั่วไป ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสังเกต มีการใส่ตัวเลขกำกับเพื่อเรียง จำแนก ตรวจสอบและวิเคราะห์

5.4.2 เทปบันทึกเสียงใช้บันทึกขณะที่มีการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยจะขออนุญาตจากผู้ให้สัมภาษณ์ก่อน ซึ่งช่วยให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่สามารถตรวจสอบกับที่บันทึกได้

5.4.3 กล้องถ่ายรูปใช้บันทึกภาพสถานที่ บุคคล และเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อช่วยอธิบายข้อมูลที่มีอยู่ให้ชัดเจนยิ่งขึ้นและใช้ประกอบรายงานการวิจัย

6. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือ

6.1 กำหนดจุดมุ่งหมายในการสร้างแบบสัมภาษณ์ การสังเกต สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการก่อรูปของสวงจู้ย สำหรับนำไปใช้ในการวิจัย ตามกรอบแนวคิดที่กำหนด

6.2 ศึกษานิยาม แนวคิดทฤษฎีจากเอกสาร และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการก่อรูปของสวงจู้ย เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพไม่ว่าจะเป็นการสัมภาษณ์ การสังเกต แบบฟอร์มวิเคราะห์เอกสาร

6.3 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประมวลเพื่อกำหนดเป็น โครงสร้างและขอบเขตของเครื่องมือ โดยให้ครอบคลุมประเด็นต่างๆ ที่ศึกษา โดยขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาคุณุณีนิพนธ์

6.4 สร้างหรือกำหนดประเด็นของเครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพแต่ละประเภทไม่ว่าจะเป็นการสัมภาษณ์ การสังเกต หลังจากนั้นนำประเด็นที่สร้างเสร็จเสนออาจารย์ที่ปรึกษาคุณุณีนิพนธ์ตรวจสอบ เพื่อให้ข้อเสนอแนะ และนำมาปรับปรุงแก้ไข

6.5 ตรวจสอบคุณภาพในด้านของความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงจากผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้ที่ทำการตรวจสอบก็คือผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 คนเป็นผู้ตรวจสอบ

6.6 นำประเด็นของเครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพแต่ละประเภทที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปดำเนินการเก็บข้อมูลตามลักษณะของเครื่องมือ

7. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้รวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

7.1 ผู้วิจัยประสานงานกับหน่วยงาน หรือองค์กร ที่ให้บริการเกี่ยวกับสวงจู้ย เพื่อขออนุญาตทำวิจัยและขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลวิจัย

7.2 ผู้วิจัยดำเนินการขอหนังสือแนะนำตัวอย่างเป็นทางการจากหน่วยงาน หรือองค์กร ที่ให้บริการเกี่ยวกับสวงจู้ย เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ในการเก็บข้อมูลและขออนุญาตเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยนำหนังสือไปให้หน่วยงาน หรือองค์กรที่ให้บริการเกี่ยวกับสวงจู้ยด้วยตนเอง

7.3 เก็บข้อมูลภาคสนามด้วยการสัมภาษณ์ การสังเกต แบบมีส่วนร่วม และแบบไม่มีส่วนร่วม โดยผู้วิจัยร่วมกับผู้ช่วยวิจัยเป็นผู้ดำเนินการ โดยเริ่มจากการศึกษาตัวบทของหน่วยงาน หรือองค์กร ที่ให้บริการเกี่ยวกับสวงจู้ยต่อจากนั้นทำการเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยก่อนเข้าพื้นที่แต่ละครั้ง ผู้วิจัยได้เตรียมประเด็นคำถามล่วงหน้าและหลังจากทำการสัมภาษณ์และสังเกตแต่ละครั้ง จะทำการรวบรวมข้อมูล หากข้อมูลใดไม่กลมกลืนหรือหาคำตอบไม่ได้หรือไม่สมบูรณ์ครบถ้วน ผู้วิจัยจะเข้าไปเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ต่อไป

8. การตรวจสอบข้อมูล

หลังจากได้ข้อมูลครบแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลที่ได้อันเป็นเพียงพอหรือไม่ โดยดูจากการอึดตัว ความซ้ำกัน หรือเหมือนกันของข้อมูลที่เป็นตัวกำหนดว่าเพียงพอหรือไม่ และตรวจสอบว่าข้อมูลนั้นตอบปัญหาข้อมูลการวิจัยหรือไม่ ถ้าได้ข้อมูลไม่ตรงกันจะต้องตรวจสอบว่าข้อมูลที่แท้จริงเป็นอย่างไร ใช้วิธีการ Crystallization คือการมองหลายเหลี่ยมมุม โดยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) ซึ่งมีวิธีการดังนี้ (นรินทร์ สังข์รักษา, 2557: 252)

8.1 การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เป็นการตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้อันนั้นถูกต้องหรือไม่ แหล่งที่จะพิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่

แหล่งเวลา หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่

แหล่งสถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่

แหล่งบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่

8.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลจากการเก็บข้อมูล จากภาคสนาม ที่ประกอบด้วยคณะผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัย และทำการบันทึกร่วมกันโดยมีความเห็นตรงกัน

8.3 การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory triangulation) เป็นการตรวจสอบโดยใช้แนวคิดทฤษฎีที่หลากหลาย และต่างไปจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากขึ้นเพียงใด และตรวจสอบมุมมองที่แตกต่างกันของทฤษฎีสู่การปฏิบัติว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่

8.4 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ กันหลายวิธี เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้วิธีการสังเกต ควบคู่กับการซักถาม พร้อมกันนั้นก็ศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบด้วย

9. การควบคุมคุณภาพงานวิจัย

ผู้วิจัยได้คำนึงถึงข้อสรุปที่ได้จากการเก็บข้อมูลว่าต้องมีความเที่ยงตรง (Validity) และมีความเชื่อถือได้ (Credibility/Reliability) ของผลการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) มาใช้ในการสนับสนุนข้อมูลเพื่อให้เกิดความเที่ยงตรงและความเชื่อถือของข้อมูล ในงานวิจัยเชิงคุณภาพ (สุภากค์ จันทวานิช, 2549: 128-130) ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการควบคุมคุณภาพในงานวิจัย ดังต่อไปนี้

9.1 ด้านความเที่ยงตรงภายใน (Internal Validity)

9.1.1 ความเที่ยงตรงเชิงบรรยาย

9.1.1.1 วิธีการควบคุมคุณภาพ โดย การใช้เทคนิคสามเส้า (Triangulation) ในด้านการตรวจสอบข้อมูล และวิธีรวบรวมข้อมูล (Method Triangulation) โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่มากกว่าหนึ่งวิธี เพื่อตรวจสอบความยืนยันซึ่งกันและกัน ได้แก่ การสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ และการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ การสังเกต (Observations) และทำการศึกษาในเชิงลึกโดยจะเข้าไปร่วมเรียน หรือร่วมอบรม กับผู้ให้ข้อมูลหลักนอกจากนี้ผู้วิจัยยังใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non - Participant Observation) คือเป็นการสังเกตที่ผู้วิจัยใช้ในกรณีที่ต้องการสังเกตกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ห่าง ๆ ออกไปโดยไม่เข้าไปร่วมกิจกรรม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

9.1.1.2 วิธีการควบคุมคุณภาพ โดย การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิเคราะห์ข้อมูล (Analytical Triangulation) ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมีอาจารย์ที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญ และสามารถให้คำแนะนำเพื่อให้สามารถตรวจสอบข้อมูล ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากข้อค้นพบได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์

9.1.2 ความเที่ยงตรงเชิงตีความ

9.1.2.1 วิธีการควบคุมคุณภาพ โดย การยืนยันผลจากแหล่งข้อมูล (Participant Feedback/ Member Check) ที่นำผลการศึกษาให้ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านอรรถศาสตร์ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อหาข้อสรุปเกี่ยวกับอรรถศาสตร์ ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม เพื่อยืนยันความเหมาะสม (Fittingness) ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ใน

พื้นที่ (Phenomenology) เกี่ยวกับศึกษา ฮวงจู้ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม

9.1.2.2 การสิ้นสุดการเก็บข้อมูลการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้จะสิ้นสุดเมื่อ 1) ไม่มีข้อค้นพบประเด็นใหม่ 2) ได้ข้อมูลครอบคลุมประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา และ 3) ข้อมูลที่ได้สามารถอธิบายฮวงจู้ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม ซึ่งภายหลังจากการเก็บข้อมูลในแต่ละครั้งผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบข้อมูลว่าครอบคลุมประเด็นที่ผู้วิจัยทำการศึกษาหรือไม่หากไม่ครอบคลุมผู้วิจัยจะนำประเด็นที่ขาดหายไปนำไปสัมภาษณ์ในครั้งต่อไปจนได้ข้อมูลครบตามกรอบวัตถุประสงค์การวิจัยที่ผู้วิจัยตั้งไว้ หรือในกรณีที่พบว่ามีประเด็นนอกเหนือจากกรอบที่ทำการศึกษาแต่เป็นประเด็นที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันกับเนื้อหาที่สำคัญของการศึกษานี้ ผู้วิจัยก็จะนำเอาประเด็นนั้นไปเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจนกว่าจะพบข้อมูลที่สามารถอธิบายเกี่ยวกับ ฮวงจู้ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม

9.2 ด้านความเที่ยงตรงภายนอก (External Validity)

วิธีการควบคุมคุณภาพ โดยการเลือกพื้นที่เพื่อศึกษาภาคปฏิบัติการของวาทกรรม (Discourse practice) ของฮวงจู้ยเพื่อเสริมสร้างความอยู่ดีมีสุขแก่สังคมไทย ซึ่งผู้วิจัยเลือกพื้นที่โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการตรวจสอบสามเส้าต่างแหล่งข้อมูล (Triangulation of Source) มีการใช้ข้อมูลจากหลายแหล่ง การศึกษาครั้งนี้จึงสามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยได้ จากนั้นผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดกลุ่มข้อมูล เพื่อให้ได้กรอบของศึกษา ฮวงจู้ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม

10. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Textual Analysis) และการวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis) กล่าวคือ เป็นการวิเคราะห์วาทกรรมที่เผยให้เห็นถึงปรากฏการณ์ของฮวงจู้ยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมจะเป็นการสะท้อนถึงรากเหง้าความคิด โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ที่เกิดขึ้น รวมถึงมิติที่ซ่อนเร้นในการต่อสู้ช่วงชิงอำนาจ (Power) กับโหราศาสตร์อื่น ๆ และความแยบยลในการสถาปนาการช่วงชิงการนำ (Hegemony) การสร้างพื้นที่ และการสร้างอัตลักษณ์ (Identity) ที่ทำให้เป็นความรู้ที่แตกต่างจากโหราศาสตร์อื่น ๆ

การวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis) (นรินทร์ สังข์รักษา, 2547) เป็นวิธีคิดยุคหลัง โคร่งสร้างนิยม (Post Modern) ที่ช่วยเผยให้เห็นถึงรากเหง้า และการก่อกำเนิดของวงจู้ย การเคลื่อนตัวของวงจู้ยจากพื้นที่หนึ่งสู่ที่หนึ่ง ผ่านกระบวนการทางสังคมที่มีส่วนของประเพณี และวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง การเข้ามาของวงจู้ยอย่างแยกย่อยก่อให้เกิดวาทกรรมทั้งที่เป็นภาษา และภาคปฏิบัติการทางวาทกรรมที่ไม่จำกัดรูปแบบ ระหว่างบุคคลต่อบุคคล และระหว่างบุคคลกับสังคม เป็นการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรมและสิ่งที่เกี่ยวข้องกับ โลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) ที่เกิดจากประสบการณ์ที่เกิดขึ้น (Willig, 2001: 107) การก่อรูปของวงจู้ยที่เกิดขึ้น ก่อให้เกิดวาทกรรมที่ส่งผลต่อบุคคล และโหราศาสตร์อื่น ๆ ซึ่งการวิเคราะห์วาทกรรมจะ ช่วยเปิดเผยปรากฏการณ์ที่มีความเกี่ยวข้องกันอย่างซับซ้อนของส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง นัยยะ การวิเคราะห์วาทกรรม ก็คือการวิเคราะห์ข้อความ (Textual Analysis)

การวิเคราะห์ข้อความ (Textual Analysis) ไม่ได้หมายถึงการวิเคราะห์เฉพาะสิ่งที่เป็น คำพูดเท่านั้น แต่หมายถึงสิ่งที่ปรากฏขึ้นทั้งการกระทำ การแสดงออกในรูปแบบต่าง ๆ ที่เป็น สัญลักษณ์ (Symbol) เช่นภาษาพูด ภาษาเขียน พิธีกรรม ภาคปฏิบัติการทางวาทกรรม (Discourse Practice) การ โฆษณา การเลือกข้อความในการวิเคราะห์วาทกรรมจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก (Willig, 2001: 18) ข้อความจะถูกกำหนด และเกี่ยวข้องกับความรู้ และอำนาจ (Power) ซึ่งการวิเคราะห์ข้อความ (Text) จะเป็นการสืบค้น ถอดรหัส แยกย่อย เจาะหา ความหมาย และการสร้างความหมายของวงจู้ยที่เกี่ยวข้องกับ โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) และความเชื่อ การก่อรูปของวงจู้ย ที่สร้างปรากฏการณ์ทางสังคม และสร้างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เป็นการเปิดเผยให้เห็นถึงวาทกรรมวงจู้ยที่แยกย่อยในการนำความรู้ที่แตกต่างจากโหราศาสตร์ชนิดอื่น ๆ มาสร้างเป็นอำนาจ (Power) ในการสร้างความสยบยอม และการสร้างการยอมรับ จากผู้ที่เกี่ยวข้อง และยังเป็นการสร้างพื้นที่ทางสังคมที่ช่วงชิงการนำ (Hegemony) สร้างวาทกรรมที่มีความเหมาะสม และสร้างอัตลักษณ์ (Identity) ที่เป็นตัวตนที่แท้จริงของวงจู้ย วาทกรรมของวงจู้ย ก่อให้เกิดการรับรู้ที่กว้างขวางเพื่อเป็นการส่งต่อความวาทกรรมที่เป็นที่ยอมรับมายาวนาน ทำให้เกิดการสร้าง โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ความเชื่อใหม่ ๆ ที่เกี่ยวกับวงจู้ย โดยกำหนดสาระสำคัญของการวิจัยตามลำดับประเด็นการวิเคราะห์วาทกรรมใน 3 ประเด็นคือ การวิเคราะห์ โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ความเชื่อ ที่เกี่ยวกับวงจู้ยในสังคมไทย การวิเคราะห์ภาคปฏิบัติการความรู้และอำนาจ (Power) ของวาทกรรมวงจู้ย และการวิเคราะห์ การสร้างพื้นที่ของวงจู้ยในสังคมไทย

นอกจากนี้ เพื่อเป็นการสนับสนุนสาระสำคัญของการวิเคราะห์ทั้งนี้เพื่ออธิบายปรากฏการณ์เชิงจิตวิทยา ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนที่สำคัญ 3 ขั้นตอน (ชาย โปธิสิตา, 2547: 362) ดังต่อไปนี้

10.1 การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) ขั้นตอนการจัดระเบียบข้อมูลนี้เป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการแยกและการจัดหมวดหมู่ข้อมูล (Sorting and Coding the Data) โดยการจัดหมวดหมู่ข้อมูลหรือการให้รหัสข้อมูล (Coding) ไปพร้อมๆ กับการเก็บข้อมูล ซึ่งจะช่วยให้ผู้วิจัยได้ตรวจสอบว่าข้อมูลที่เก็บมาได้นั้นตรงกับประเด็นที่ศึกษาและเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์หรือไม่ สำหรับหลักการสำคัญในการจัดระเบียบข้อมูล ได้แก่

10.1.1 การจัดระเบียบทางกายภาพข้อมูล คือ การถอดข้อมูลออกมาจากเทปบันทึกเสียง การเขียนบันทึก และการสรุปข้อมูลที่ได้จากการสังเกต

10.1.2 การจัดระเบียบทางเนื้อหา คือ กระบวนการ “ย่อหรือทอนข้อมูลลง” (Data Reduction) โดยผู้วิจัยจะมีการเลือกสรรเอาข้อความบางส่วนในข้อมูลที่มีความหมายตรงประเด็นกับเรื่องที่ต้องการวิเคราะห์ออกมาจากข้อความอื่น ๆ ซึ่งข้อความส่วนที่เลือกมานั้นจะถูกย่อหรือทอนลงโดยการสรุปเอาเฉพาะความหมายสำคัญที่สื่อออกมาแล้วกำหนดรหัสข้อมูล (Coding)

10.2 การแสดงข้อมูล (Data Display) ขั้นตอนนี้ เป็นการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของการพรรณนาอันเป็นผลมาจากการเชื่อมโยงข้อมูลที่จัดระเบียบแล้วเข้าด้วยกันซึ่งผู้วิจัยจะวิเคราะห์โดยการให้รหัสที่มีความสอดคล้องกัน เข้ามารวมกัน

10.3 การหาข้อสรุป (Conclusion) ในการหาข้อสรุปเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยใช้หลักการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยข้อสรุปที่ได้จากการวิจัยนั้นต้องสามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยได้ โดยกำหนดเกณฑ์ไว้ดังนี้ คือ

10.3.1 มีข้อค้นพบประเด็นใหม่

10.3.2 ได้ข้อมูลครอบคลุมประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา

10.3.3 ข้อมูลที่ได้สามารถอธิบายการวิจัยเรื่อง เชิงจิตวิทยา ความเชื่อ และอำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม

ตารางที่ 4 การวิจัยเรื่อง ฮวงจุ้ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม

วัตถุประสงค์	วิธีการ	กลุ่มเป้าหมาย	เครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูล	ผลที่ได้
ศึกษาวิจัยเรื่อง ฮวงจุ้ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) ในการจัดการและสร้างพื้นที่ทางสังคม	วิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสังเกต (Observation) การเรื่องเล่า “Narrative Approach” จากตัวแทนผู้รับบริการ 30 คน จากตัวแทนโหราจารย์ 2 คน	1.เอกสาร 2.สัมภาษณ์ระดับลึก กลุ่มเป้าหมายที่ใช้บริการฮวงจุ้ย จำนวน 30 คน โหราจารย์ จำนวน 2 คน หรือ จนข้อมูลอิ่มตัว	การวิจัยเรื่อง ฮวงจุ้ย โลกทัศน์ (World view)อุดมคติความเชื่อ และความรู้อำนาจ (Power)ในการจัดการและสร้างพื้นที่ทางสังคม วิเคราะห์เนื้อหาประเด็น (Documentary Analysis) การวิเคราะห์ตัวบท (Text Analysis) การวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis)	ฮวงจุ้ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power)ในการจัดการและสร้างพื้นที่ทางสังคม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง สวงจู้ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม เป็นการวิจัยเชิงวาทกรรม โดยผู้วิจัยมีความสนใจเป็นอย่างยิ่งเกี่ยวกับปรากฏการณ์ของสวงจู้ยที่เกิดขึ้นในสังคมไทย ซึ่งได้เข้ามามีบทบาท ต่อการประกอบธุรกิจ และการใช้ในการปรับปรุงที่อยู่อาศัยของประชาชนมากขึ้น

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับสวงจู้ย โดยนำแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ มาบูรณาการเป็นกรอบความคิดในการศึกษาครั้งนี้ และสามารถแบ่งการวิจัยได้เป็น 3 ข้อ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการก่อรูป โลกดทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) และความเชื่อที่เกี่ยวกับสวงจู้ยในสังคมไทย 2) เพื่อศึกษาภาคปฏิบัติการของสวงจู้ยผ่านความรู้และอำนาจ (Power) 3) เพื่อศึกษาการสร้างพื้นที่ของสวงจู้ยในสังคมไทย

ผู้วิจัยได้กำหนดแนวคำถาม เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย สวงจู้ย ความเชื่อ อำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม แนวทางการตั้งคำถามจะใช้แนวคิดของ Fairclough มาเป็นแนวทางในการวิจัย โดยแบ่งหัวข้อการวิจัย เป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1. การก่อรูป โลกดทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ความเชื่อที่เกี่ยวกับสวงจู้ยในสังคมไทย ตอนที่ 2. ความรู้ อำนาจ (Power) ปรากฏการณ์ และผลที่เกิดขึ้นของสวงจู้ย ตอนที่ 3. การสร้างพื้นที่ การคงอยู่ และผลที่เกิดขึ้นของสวงจู้ยในสังคมไทย โดยใช้กระบวนการเรื่องเล่า การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการวิจัยแนวเรื่องเล่า (Narrative Approach) สวงจู้ยจัดอยู่ในกลุ่มโหราศาสตร์ และจากการศึกษางานวิจัยของศิริชัย ทรวงแสง (2548) ที่พบว่า นักธุรกิจหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ ใช้โหราศาสตร์ในการบริหารการตลาด บริหารงานบุคคล จัดหาทรัพยากร วางแผนในการดำเนินธุรกิจ ตัดสินใจเพื่อการลงทุน และกำหนดนโยบาย ตามลำดับ นอกจากนี้ กัญชัช ศศิธร (2541: 59) เรื่องบทบาทของหมอดูในสังคมไทย พบว่า หมอดู มีบทบาทสำคัญในด้านจิตใจ สังคม เศรษฐกิจ โหราศาสตร์ยังมีบทบาท ที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตของคนไทย จากงานวิจัยของภิญโญ พงศ์เจริญ (2543) เรื่องบทบาทของโหรในสังคมไทย พบว่า โหราศาสตร์มีบทบาทต่อตัวผู้เข้ารับบริการ และโหราจารย์ โดยโหราจารย์มีบทบาทต่อสังคมในหลายๆ ด้าน ในด้านสังคมโดยมีหน้าที่ในการกระตุ้นให้คนในสังคมมีคุณธรรมและศีลธรรม ด้านการเมือง ผลการทำนายของโหร จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้ นอกจากนี้ยังมีบทบาทในด้านการศึกษา

ขนบธรรมเนียมประเพณีไว้ นอกจากนี้ยังมีบทบาทในด้านการแพทย์ การอุดมศึกษา การเตือนภัย และการสังคมสงเคราะห์ โหราศาสตร์ยังมีบทบาทต่อบุคคลทั่วไปโดยมีความสำคัญจากมากไปดำน้อย คือ เรื่องพิธีกรรมและฤกษ์ยาม การตั้งชื่อองค์กรและหน่วยงาน การสร้างความเชื่อมั่นและความยิ่งใหญ่ การจัดสำนักงาน พื้นที่ ตราสัญลักษณ์ การสร้างความสัมพันธ์ การวางแผนกำหนดนโยบาย และการตัดสินใจ

ผู้วิจัยขอนำเสนอการวิจัยเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 การก่อรูปโลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) และความเชื่อเกี่ยวกับ
ฮวงจุ้ย

ตอนที่ 2 ภาวะปฏิบัติการของวาทกรรม (Discourse practice) ฮวงจุ้ยผ่านความรู้และอำนาจ (Power)

ตอนที่ 3 การสร้างพื้นที่ของฮวงจุ้ยในสังคม
ผลการวิจัย สรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การก่อรูปโลกทัศน์ อุดมคติ และความเชื่อ เกี่ยวกับฮวงจุ้ย

1.1 การก่อรูปโลกทัศน์เกี่ยวกับฮวงจุ้ย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาเกี่ยวกับโลกทัศน์ของผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีต่อฮวงจุ้ย และพบว่าฮวงจุ้ยได้เข้าไปสอดแทรกเป็นส่วนหนึ่งในจินตภาพ และมโนภาพอย่างแยกขาดโดยมีสภาพแวดล้อม และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับฮวงจุ้ยเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการยอมรับตัวตน (Text) ของฮวงจุ้ยที่ปรากฏอยู่ โดยฮวงจุ้ยได้สร้างรูปแบบตัวตนของตัวเองขึ้นมาทั้งวงจภาษาและอวจนภาษา

โลกทัศน์ตัวบททางด้านภาษาของฮวงจุ้ย

ฮวงจุ้ยยังคงรักษาความหมายของคำที่เรียกอย่างชัดเจน ซึ่งยื่นหยัด และดำรงการใช้ อยู่ อย่างมั่นคง คำว่าฮวงจุ้ย ที่มีความหมายชัดเจน ว่า ฮวง ที่แปลว่าลม และจุ้ยที่แปลว่าน้ำ ตามรากคำในภาษาจีน การตีความตามรากเหง้าของภาษาที่ชัดเจน ไม่ซับซ้อน ก่อให้เกิดความง่ายต่อการตีความและการนำไปใช้ ทำให้การสร้างจินตภาพเป็นเรื่องที่ทำได้ง่าย การสื่อความหมายอย่างตรงไปตรงมาทำให้การทำความเข้าใจเกี่ยวกับฮวงจุ้ยเป็นไปอย่างเปิดเผย มีแหล่งที่มาอย่างชัดเจน และก่อให้เกิดการสร้างโลกทัศน์ที่เข้าใจได้ทันที

ตัวบทของฮวงจุ้ยเป็นความรู้โบราณที่มาจากประเทศจีนเพราะคำเรียกที่ใช้เรียกเป็นภาษาจีน ฮวงจุ้ย ในความคิดของผู้ให้สัมภาษณ์ ก็มีบางส่วนมีความเข้าใจตามคำที่มาจากภาษาจีน

โดยมี คำว่า ฮวง ที่แปลว่าลม และคำว่าจួយที่แปลว่า น้ำ ความชัดเจนของคำ และความหมาย ก่อให้เกิดการสยบยอมทางจินตนาการ และกลายเป็น โลกทัศน์ที่เกี่ยวกับฮวงจួយ

เนื่องจากเป็นคนจีน คำว่าฮวงจួយ ในความหมายคิดว่าเป็นเรื่องของที่อยู่อาศัย ธรรมชาติรอบๆตัว ฮวงกะจួយ แปลว่าลมกับน้ำ ก็น่าจะเป็นเรื่องของสิ่งที่อยู่รอบตัว แต่สิ่งที่อยู่รอบตัวมาเรายังไม่เข้าใจมันจริงๆเราจะเอาไปใช้ประโยชน์ยังไง เราจะต่อกับมันยังไง เพียงแค่ได้ยินเฉยๆ (จาตุรงค์ เอกวัฒน์พานิช, 2558)

ซึ่งสอดคล้องกับความคิดของคุณโททิจ ทองกุลธรรมวงศ์ ที่ว่าคำว่าฮวงจួយ เป็นคำที่มาจากภาษาจีน “ฮวงจួយ เป็นภาษาจีน ฮวงแปลว่าลม จួយแปลว่าน้ำ เป็นลักษณะทางภูมิศาสตร์ของที่อยู่อาศัย ประกอบด้วย สิ่งแวดล้อม น้ำ ลม ภูเขา คือการอยู่ร่วมกับธรรมชาติ” (โททิจ ทองกุลธรรมวงศ์, 2558)

นอกจากนี้ความคิดของคุณวรรณต์ อมรเวชกุล ที่ว่าคำว่าฮวงจួយ เป็นคำที่มาจากภาษาจีน และอยู่คู่กับสังคมไทยมานาน “พอเป็นคนจีน ตั้งแต่เริ่มรู้ความก็จะมีคำว่าฮวงจួយเข้ามาตลอดไม่ว่าจะเป็นหนังสือหรือสื่อต่างๆ จะเห็นอยู่ในปัจจุบัน” (วรรณต์ อมรเวชกุล, 2558)

ชื่อเรียกของของคำฮวงจួយ หรือ เฟิงจួយ ที่ชัดเจน บ่งบอกถึงรากเหง้าที่เป็นความรู้ของชนชาติจีน ชื่อเรียกที่เป็นอัตลักษณ์ (Identity) และไม่แปลความหมายไปตามภาษาอื่นทำให้สร้างความแข็งแรงของการรับรู้ที่หนักแน่น ความชัดเจนในมโนภาพของผู้ที่ได้เข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งรากเหง้าที่มาของภาษา และความหมาย ทำให้เป็นตัวบททางภาษาที่มีความเป็นตัวตนสูง มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและง่ายแก่การจดจำสำหรับครอบครัวคนไทยเชื้อสายจีนตัวบทที่เป็นภาษา คำว่าฮวงจួយ จะครอบงำทางความคิด และสร้างการสยบยอม จากขนบธรรมเนียม ประเพณีของจีนที่อยู่รอบตัว

นอกจากนี้ใน โลกทัศน์ของบุคคลเกี่ยวกับความหมายของคำว่าฮวงจួយ ที่ฮวง แปลว่า ลม และจួយ แปลว่า น้ำ ด้วยความหมายที่ชัดเจนจึงเป็นการกดทับทางด้านความคิด และจินตนาการที่ทำให้มองเห็นภาพของฮวงจួយได้ชัดเจนว่าเป็นเรื่องที่ต้องมีลม และน้ำเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับความคิดของคุณวิศิษฐ์ เตชะเกษม ที่ว่า ฮวงจួយเป็นความรู้ที่เกี่ยวกับการอยู่ร่วมกับธรรมชาติ โดยจัดอาคารบ้านเรือน ทิศทางให้สอดคล้องกับกระแสลม และกระแสลมที่เกิดขึ้น

ฮวงจื๊อเป็นความรู้ที่เกี่ยวกับการอยู่ร่วมกับธรรมชาติ โดยจัดอาคารบ้านเรือน ทิศทาง ให้สอดคล้องกับทิศทางกระแสน้ำ กระแสลมที่เกิดขึ้น โดยอาศัยการเคลื่อนตัวของพระจันทร์ และ ดวงดาว ซึ่งมีการจินตนาการว่ากลุ่มดาวคล้ายมังกร คล้ายเต่า คล้ายเสือ ก็เลยนำกลุ่มดาวนี้มา วางว่าเรียกว่ากลุ่มดาวมังกร กลุ่มดาวเสือ กลุ่มดาวนก กลุ่มดาวเต่า เป็นที่มาของ 4 สักดิ์สิทธิ์ที่ คู่มกรมงกุฎให้ปลอดภัย ตรงนี้เป็นฐานของวิชาฮวงจื๊อ "ซัยกวมิ" ทำเลในแต่ละแห่งก็จะ มีฮวงจื๊อต่างกันไป ไม่สามารถนำมาใช้ได้เหมือนกันหมด ตำราต่าง ๆ จึงไม่สามารถยึดหลักใด หลักหนึ่งแต่ให้ใช้พื้นฐานที่สำคัญคือการอาศัยร่วมอยู่กับธรรมชาติ การนำมาประยุกต์ใช้ และ ต้องเข้าใจอย่างท่องแท้ ไม่จำเป็นต้องรู้ ทูบทำลาย ให้เสียหาย (วิศิษฎ์ เตชะเกษม, 2558)

ส่วนความคิดของคุณคุณจิระพันธ์ เชิดชิด ที่ว่า ฮวงจื๊อ เป็นการจัดที่อยู่อาศัยให้ เหมาะสมกับสภาพธรรมชาติ “ฮวงจื๊อ คือหลักธรรมชาติ การจัดสถานที่ให้เหมาะสมกับสภาพ ธรรมชาติ ความเป็นอยู่” (จิระพันธ์ เชิดชิด, 2558)

โลกทัศน์(World view) ของฮวงจื๊อจึงเป็นเรื่องของการสขบยอมตามต้นกำเนิดที่มา ของความรู้จากประเทศจีน และชื่อเรียกที่เป็นภาษาจีน ซึ่งมีความหมายเฉพาะ ฮวง ที่แปลว่า ลม และจื๊อที่แปลว่าน้ำ ด้วยคำเพียง 2 คำ ที่สื่อความหมายในการเข้าใจที่ง่าย ง่ายแก่การจดจำ และสร้าง ความเป็นอัตลักษณ์ (Identity) ที่เป็นเรื่องเฉพาะตัว ทำให้เกิดความชัดเจนในการรับรู้ และส่งต่อชื่อ และความหมายออกไปสู่สังคมภายนอก สร้างการยอมรับ และคงความเป็นตัวตนได้ยาวนาน

โลกทัศน์ตัวบททางด้านอวจนภาษาเกี่ยวกับฮวงจื๊อ

เป็นตัวบทที่สร้างโลกทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับภาคปฏิบัติการหรือการสร้างความเข้าใจที่ นำไปสู่การสร้างปรากฏการณ์ที่เป็นตัวบทที่แท้จริง ฮวงจื๊อสร้างเปลือกภายนอกที่ห่อหุ้มอย่างฝังลึก ด้วยข้อปฏิบัติที่สืบทอดกันมา ซึ่งโลกทัศน์ของฮวงจื๊อได้สร้างมโนภาพเกี่ยวกับการอยู่อาศัยร่วมกับ ธรรมชาติในทำเลที่ดี จะทำให้มีความสุขซึ่งสอดคล้องกับความคิดของคุณภริษาธาร เนตรนัยทัต ที่ว่าจะมีระดับการศึกษาสูงขนาดไหน อิทธิพลของฮวงจื๊อมีผลด้านจิตใจต่อการปรับปรุงที่อยู่ อาศัย การปรับฮวงจื๊อให้ถูกต้องเพื่อให้มีชีวิตที่ดีมีความสุข และเป็นสิ่งที่ได้รับการยอมรับ และ ปฏิบัติกันมาอยู่ภายในสังคม

ต่อให้เพื่อนที่เรียนจบ ป.เอก หรือจบ ป.โท ในเมืองไทย ถึงเวลาแล้วพอจะตั้งเตียง นอน อย่างน้อยๆก็ต้องมีคนถามเข้ามาในกลุ่ม ว่าจะตั้งที่เก่า หรือเปลี่ยนหัวนอนดี ใครมีตำรา ไหนบ้าง คนเกิดปีมะโรง นอนหันทิศไหนกัน แสดงว่าเราถูกสอนกันมาแบบนี้ ว่าต้องอิง ฮวงจื๊อแบบนี้ดิเนิง ถึงแม้ว่าเขาจะจบวิทยาศาสตร์มา แต่ก็มีจิตสำนึกในสมองให้คิดเรื่องนี้ ว่า ต้องทำ (ภริษาธาร เนตรนัยทัต, 2558)

ในความคิดของคุณภิญญภัทร พงศ์พิสุทธิธนาถ ที่ว่า ฮวงจื๊อ สิ่งสำคัญในการนำมาใช้เลือกทำเล เพราะหากว่าได้ทำเลที่ฮวงจื๊อดี ก็จะทำให้การทำธุรกิจประสบความสำเร็จได้

เริ่มจากการมีแผนว่าจะซื้อที่ดิน ที่จะทำออฟฟิศใหม่ ก็เหมือนกับว่าไปเจอที่ดินแปลงหนึ่ง ที่คิดว่าเหมาะสม แต่ราคาที่ดินเหมาะสม และมีตัวเลือกนี้ที่ดีที่สุด แต่ก็คำนึงถึงฮวงจื๊อเหมือนกัน แต่ที่ตรงนี้ดีที่สุด แต่ก็คิดเหมือนกันว่าถ้าเกิดฮวงจื๊อไม่ดีจะทำยังไง ก็เริ่มจากออฟฟิศที่เราจะเช่าที่แรกแล้ว อันแรกที่เขาแนะนำเราไม่ชอบเลย แต่พอเดินออกมาในที่เดียวกันเลยเราชอบ ซึ่งยังมีแต่เสาที่ยังสร้างไม่เสร็จ แล้วมันตรงกับทางสามแพร่ง ซึ่งจริงๆตัวเองเป็นรุ่นใหม่ที่ไม่ค่อยเชื่อนัก ว่าทางสามแพร่งไม่เหมาะสมที่จะทำ ก็เลยไปหาวิธีแก้เพื่อที่จะได้ใช้ที่ดินนี้ (ภิญญภัทร พงศ์พิสุทธิธนาถ, 2558)

การก่อรูปโลกทัศน์ของผู้ให้สัมภาษณ์ถูกยึดยึดจากสภาพแวดล้อม และปรากฏการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตัวบทที่สร้างจากภาษาด้วยการใช้ภาษาจีนที่เป็นภาษารากเหง้าเดิม ทั้งภาษาพูด และภาษาเขียน เป็นการยืนยันจุดกำเนิดที่ชัดเจนของตัวบท (Text) ที่สร้างความเชื่อมั่นและกำหนดรูปแบบการเข้าใจต่อตัวบทที่กระชับและชัดเจน นอกจากนี้การได้พบตัวบทของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ปรากฏและแพร่หลายอย่างแยกย่อย จนกลายเป็นค่านิยม (Value) ที่ได้รับการยอมรับในสังคม

ความรู้เกี่ยวกับฮวงจื๊อได้เกิดการถ่ายทอดและส่งต่อโดยมีภาคปฏิบัติการณ์เป็นตัวแทนในการย้ายภาพในความคิดและจินตนาการ ทำให้โลกทัศน์เกี่ยวกับตัวบทของฮวงจื๊อได้ถูกหล่อหลอมจากการได้สัมผัสจริง เพื่อต่อยอดย้ำความเป็นตัวบทของฮวงจื๊อ และสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของฮวงจื๊อขึ้นมา ฮวงจื๊อจึงมีอิทธิพล และกดทับต่อพฤติกรรมกรรมการแสดงออกมา

การก่อรูปโลกทัศน์ (World view) ของฮวงจื๊อของผู้ให้สัมภาษณ์ จึงเป็นความรู้จากประเทศจีนที่เกี่ยวข้องกับการอยู่อาศัยร่วมกับธรรมชาติอย่างมีความสุข ฮวงจื๊อมีอัตลักษณ์ (Identity) ที่ชัดเจน โดยเป็นความรู้ที่มีที่มาแน่นอนจากชื่อเรียกที่เป็นภาษาจีน และจากความหมายที่แปลว่าลมกับน้ำ ซึ่งเป็นเรื่องของอยู่อาศัยร่วมกับธรรมชาติทำให้ฮวงจื๊อได้รับการยอมรับ และจากภาคปฏิบัติการณ์ที่พบเห็นอย่างกว้างขวาง และเป็นรูปธรรมที่สัมผัส จับต้องได้ทำให้ ฮวงจื๊อสร้างค่านิยม (Value) ในสังคม กดทับความคิด จินตนาการ และสร้างการสยบยอมของผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งหากนำโลกทัศน์ของ ฮวงจื๊อมาเทียบกับโหราศาสตร์อื่น ๆ ที่ปรากฏอยู่ในสังคม จะพบว่าโหราศาสตร์อื่น ๆ ไม่มีโลกทัศน์ที่ชัดเจนทั้งที่มา แนวทางการปฏิบัติทางวาทกรรม และอัตลักษณ์ (Identity)

ทำให้โลกทัศน์ (World view) ของฮวงจู้ยสร้างการต่อสู้ กีดกัน ปิดกั้น โหราศาสตร์อื่น ๆ ที่มีอยู่ในสังคมได้อย่างแยบยล โลกทัศน์ของฮวงจู้ย คือ “ฮวงจู้ย การอยู่อาศัยในทำเลที่ดี และมีความสุข”

1.2 การก่อรูปอุดมคติเกี่ยวกับฮวงจู้ย

ในการวิจัยอุดมคติที่เกี่ยวข้องกับฮวงจู้ยนั้น เน้นสิ่งที่เป็นความคิดและจินตนาการที่ถือว่าเป็นมาตรฐานแห่งความดี ความงาม และความจริง ทางใดทางหนึ่งที่มีมนุษย์ถือว่าเป็นเป้าหมายแห่งชีวิตของตน จากผลการวิจัยพบว่าฮวงจู้ยได้สร้างรูปแบบของจินตนาการที่สอดคล้องกับสิ่งที่เป็นภาคปฏิบัติทางวาทกรรม อุดมคติ (Ideology) ที่เป็นตัวบทที่ฮวงจู้ยได้สร้างให้แก่ผู้ที่สนใจในฮวงจู้ยเป็นอุดมคติ (Ideology) ที่สอดคล้องกับอุดมคติ (Ideology) พื้นฐานที่เป็นที่ต้องการของมนุษย์ ตัวบทของอุดมคติ (Ideology) ที่เป็นพื้นฐานได้ตอบสนองความต้องการทางธุรกิจ ครอบครัว และสุขภาพ โดยสร้างตัวบทของอุดมคติ (Ideology) ที่ฮวงจู้ยสามารถทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ร่ำรวย ทำให้ครอบครัวมีความสุข ลูกหลานก้าวหน้าในงาน และทำให้สุขภาพแข็งแรง

นอกจากนี้ Gill Hale (2003) ได้กล่าวว่า ตัวบทของฮวงจู้ย สามารถช่วยให้สุขภาพดีขึ้น มีความสุข และก่อให้เกิดความสำเร็จ เจริญรุ่งเรือง โดยปรับเปลี่ยนพลังงานที่ดีไปสู่ บ้าน สวน สำนักงาน ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีขึ้น สุขภาพที่ดี และสร้างความเจริญรุ่งเรือง แก่ผู้ที่ได้อยู่อาศัย และ Simon Brown (1999: 5) ได้กล่าวว่า ฮวงจู้ย มีส่วนช่วยให้การดำเนินชีวิตดีขึ้นได้ โดยฮวงจู้ยจะมีส่วนช่วยทำให้สุขภาพดีขึ้น ความสัมพันธ์ภายในครอบครัวดีขึ้น ได้รับความผ่อนคลาย ในการอยู่อาศัย การพักผ่อนหลับนอนได้ดีเต็มที่ การใช้ชีวิตในสังคมมีสีสัน ชีวิตรักและความสัมพันธ์ทางเพศสมบูรณ์ มีโอกาสตั้งครอบครัวหรือการมีบุตร สามารถควบคุมอารมณ์ และความรู้สึกได้ดี ได้รับการยอมรับ มีชื่อเสียง ระบบการเงินที่คล่องตัว และเพิ่มโอกาสในการขายที่อยู่อาศัย และจากการสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์ คุณธัญพร จารุไพศาล พบว่าอุดมคติ (Ideology) ของฮวงจู้ยที่เกิดขึ้น คือ ฮวงจู้ยสามารถส่งผลดีต่อ โชค สุขภาพ การงาน การเงิน

“ฮวงจู้ย เกี่ยวกับเรื่องของทำเล ซึ่งมันจะมีผลต่อโชค สุขภาพ การงาน การเงิน” (ธัญพร จารุไพศาล, 2558)

ซึ่งสอดคล้องกับความคิดของคุณปพิชญา โหระกุล ที่ว่าฮวงจู้ยให้สิ่งดี ๆ เข้ามา ทั้งเรื่องบ้าน และเรื่องงาน

“ได้ยินมาตั้งแต่จำความได้ว่าต้องทำให้ถูกหลักฮวงจู้ยให้สิ่งดี ๆ เข้ามาทั้งเรื่องบ้าน เรื่องงาน” (ปพิชญา โหระกุล, 2558)

จะเห็นได้ว่าหลักสำคัญของสวงจู้คือการทำให้เป้าหมายของชีวิตการทำงานประสบความสำเร็จ ชีวิตครอบครัวมีความสุข สุขภาพแข็งแรงซึ่งก็สอดคล้องกับอุดมคติ (Ideology) ที่เป็นที่ต้องการของมนุษย์ทุกคน ด้วยความที่จุดประสงค์ และอุดมคติ (Ideology) ของมนุษย์อยู่ในพื้นฐานความต้องการที่เป็นบรรทัดฐานเดียวกันคือมุ่งเน้นความสำเร็จในการทำงาน และความสุขในการใช้ชีวิต ทำให้ตัวบทของสวงจู้ สอดคล้องกับอุดมคติ (Ideology) ของบุคคลได้อย่างแนบชิด จึงทำให้สวงจู้ได้รับการยอมรับ และเป็นเสมือนเครื่องมือที่สามารถนำไปสู่อุดมคติ (Ideology) ได้

อุดมคติ (Ideology) ของสวงจู้ จึงมีความแตกต่างจากโหราศาสตร์ชนิดอื่น เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทำเลที่อยู่อาศัย ไม่ใช่เรื่องของการทำงาน หรือการเก็บเงิน ที่เป็นเรื่องที่ต้องไม่ได้ และเป็นเรื่องของความเพ้อฝันจินตนาการ สำหรับภาคปฏิบัติการวางทกรรมที่ชัดเจนในการที่จะต้องเลือกทำเลที่ดี และปรับที่อยู่อาศัยให้ถูกต้องตามหลักสวงจู้ได้สร้างความน่าเชื่อถือ สร้างการยอมรับ และไปกดทับ กีดกัน ปิดกั้น ขัดขวางโหราศาสตร์อื่นที่เป็นเพียงเรื่องของความเพ้อฝันอย่างชัดเจน

อุดมคติ (Ideology) ของสวงจู้ จึงเป็นเรื่องของการทำให้การทำงานประสบความสำเร็จ ร่ำรวย ชีวิตครอบครัวมีความสุข สุขภาพแข็งแรง ซึ่งต้องเกิดจากการเลือกทำเล และการปรับที่อยู่อาศัยให้ถูกต้อง

การก่อรูปอุดมคติ (Ideology) ของสวงจู้ เกิดจากการที่สวงจู้เป็นความรู้เกี่ยวกับ ชัยภูมิ ทำเล ที่ตั้ง อาคาร สถานที่ ที่มุ่งเน้นให้ผู้อยู่อาศัย หรือผู้ที่มีความเกี่ยวข้อง ได้รับความสำเร็จ จากการทำงาน มีครอบครัวที่มีความสุข และสุขภาพดี ซึ่งไปสอดคล้องกับความคิด และจินตนาการ ที่เป็นอุดมคติ (Ideology) พื้นฐานของมนุษย์ ทำให้เกิดการสยบยอมต่อวาทกรรมของสวงจู้ในการที่มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน และไปกีดกันอุดมคติ (Ideology) ของโหราศาสตร์อื่นๆที่ไม่มีความชัดเจน

อุดมคติของสวงจู้ คือ “สวงจู้ที่ดีส่งผลให้การทำงานประสบความสำเร็จ ครอบครัวมีความสุข”

1.3 ความเชื่อเกี่ยวกับสวงจู้

สวงจู้เป็นโหราศาสตร์ที่มีต้นกำเนิดจากประเทศจีน สำหรับประเทศไทยสวงจู้ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษที่เป็นชาวจีนที่อพยพเข้ามา ความเชื่อเกี่ยวกับสวงจู้ได้ปรากฏรูปแบบที่แสดงออกมาทางสังคมอย่างแนบชิด ผู้วิจัย พบว่า ความเชื่อเกี่ยวกับสวงจู้สามารถแยกที่มาจากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ 3.1 ความเชื่อเกี่ยวกับสวงจู้ที่เกิดจาก ประเพณี การไหว้บรรพบุรุษ 3.2 ความเชื่อเกี่ยวกับสวงจู้ที่เกิดจากความกลัว 3.3 ความเชื่อเกี่ยวกับสวงจู้ที่เกิดจากการกระทำตามผู้อื่น

1.3.1 ความเชื่อเกี่ยวกับดวงจัญที่เกิดจากที่เกิดจากประเพณี การไหว้บรรพบุรุษ

จากสภาพสังคมไทยที่มีเรื่องของความเชื่อในโหราศาสตร์ โดยจะพบว่าในสังคมไทยมีความเชื่อเรื่องการนำโหราศาสตร์มาใช้ในการประกอบธุรกิจและการใช้กับครอบครัว โดยโหราศาสตร์ที่ประชาชนให้ความสนใจใช้ในการประกอบธุรกิจได้แก่ ดวงชะตา สัตตเลข ปลายมือ ดวงจัญ โหงวเฮ้ง และ ไพ่ยิปซี (ฉัชชา ชินธิป, 2548) ซึ่งส่วนใหญ่พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความเชื่อในศาสตร์ดวงจัญว่าสามารถทำให้การดำเนินชีวิตดีขึ้นได้ทั้งเรื่องธุรกิจ และ เรื่องครอบครัว

ดวงจัญเป็นความเชื่อของคนจีนที่มีมานานกว่า 6,000 ปี ศัพท์ของดวงจัญได้ถูกปลูกฝังอยู่ในประเพณีของจีนอย่างแนบชิด ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับประเพณีการไหว้บรรพบุรุษ หรือ ไหว้ เซ็งเม้ง โดยเน้นภาคปฏิบัติทำให้มีการจัดภูมิทัศน์ของสุสานให้มีความสวยงาม ถูกต้องตามหลักดวงจัญ สร้างอุดมคติ (Ideology) ที่ว่าวิญญาณบรรพบุรุษที่เสียชีวิตไปจะช่วยส่งเสริมให้ลูกหลานประสบความสำเร็จในการทำงาน และมีครอบครัวที่มีความสุข ความเชื่อเรื่องดวงจัญเป็นเรื่องเฉพาะไม่ได้ขึ้นอยู่กับว่าอยู่ในครอบครัวคนไทยเชื้อสายจีน เพราะบางครอบครัวที่เป็นคนไทยเชื้อสายจีนก็ไม่ได้สนใจเรื่องดวงจัญ คนจีนเมื่อเวลาไปไหนก็ไปพร้อมกับวัฒนธรรมที่คล่องกับประเพณีไปด้วย ดวงจัญก็เป็นส่วนหนึ่งของตรงนี้ เพราะคนจีนเมื่อไปที่ไหนก็บอกว่าต้องไหว้นะ การไหว้ก็คือฤดูกาล แต่เวลาไหว้ก็บอกว่าคนเกิดปีนั้นก็ต้องไหว้ทิศนั้นทิศนี้ มันไปทั้งฟ้าทั้งดิน ทั้งคนเลย กลายเป็นติดเอาทฤษฎีของดวงจัญเรื่องฟ้าดิน และคนไปด้วย คนจีนบอกมีกุศโลบายการสอน เกี่ยวกับการไหว้ ถ้าเธอไหว้ตามที่ยึดถือปฏิบัติมาจะเจริญรุ่งเรือง โดยต้องมีอีกเตี้ย = มโนธรรม, ยี่เหิง = การปฏิบัติ และ ซา-ดวงจัญ แปลรวมความ ก็คือ หนึ่ง คนเราต้องมีคุณธรรม สอง ต้องมีบุญวาสนา และสาม ต้องมีดวงจัญที่ดี หากไม่ถึงพร้อมทั้งสามปัจจัย ก็จะไม่สามารถประสบความสำเร็จสูงสุดได้ และสำหรับคนที่ประสบความสำเร็จได้นั้นต้องประกอบด้วย 5 สิ่ง คือ อันดับที่หนึ่ง คือคุณธรรมที่อยู่ในใจก็คือตัวคน อันดับสอง คือจริยธรรมรูปแบบการกระทำ อันดับสาม คือดวงจัญ อันดับสี่ คือการศึกษา และอันดับห้า คือบุญวาสนา

การให้ความสำคัญกับการไหว้สารทจีน เซ็งเม้ง คือการไหว้สุสานบรรพบุรุษ ซึ่งคำว่า “เซ็ง” หมายถึง บริสุทธิ สะอาด และ “เม้ง” หมายถึง ส่องแสงสว่าง การไหว้สุสานบรรพบุรุษจึงหมายถึง ช่วงเวลาแห่งความสะอาด สดใส นำรื่นรมย์ ซึ่งคนไทยเชื้อสายจีนในบ้านเราก็รับวัฒนธรรมนี้มาปฏิบัติตาม ดวงจัญสำหรับคนตายก็คือ การจัดทำ สุสานบรรพบุรุษ การไหว้ตามเทศกาล เป็นการอาศัยพลังงานจาก สุสานบรรพบุรุษ นั้นมาสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้กับลูกหลานของผู้ที่เสียชีวิตต่อไป ดังนั้นการจัดดวงจัญ โดยเลือกสถานที่ และจัดภูมิทัศน์ให้ถูกต้อง สะอาดเรียบร้อย จะส่งผลดีต่อลูกหลานต่อไป (วิศิษฎ์ เตชะเกษม, 2552)



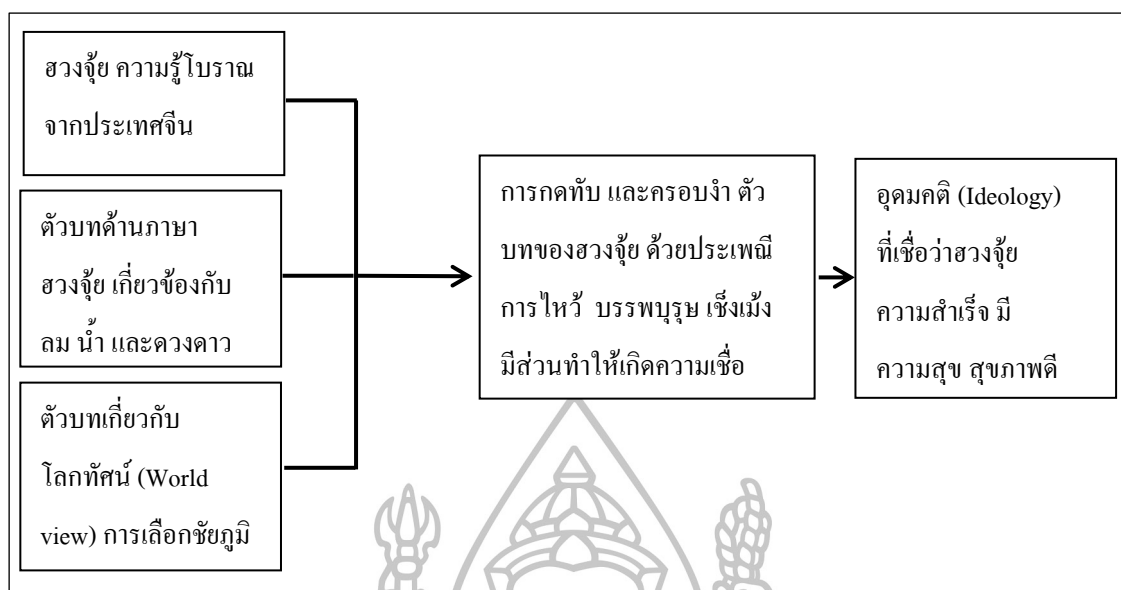
ภาพที่ 1 การไหว้บรรพบุรุษ



ภาพที่ 2 สุสาน

ที่มา: ความเชื่อเรื่องทำเล สุสาน กับเทศกาลไหว้บรรพบุรุษชาวไทยเชื้อสายจีน, เข้าถึงเมื่อ 5 เมษายน 2558, เข้าถึงได้จาก Th.pattayadailynews.com/ความเชื่อเรื่องทำเล-สุสาน-กับเทศกาลไหว้บรรพบุรุษชาวไทยเชื้อสายจีน/

การทำความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นมาของความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจุ้ยในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำให้แผนภูมิขึ้นมาเพื่ออธิบายว่า ฮวงจุ้ยเป็นความรู้โบราณที่มาจากประเทศจีน เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชัยภูมิด้วยดวงดาว เพื่อให้ได้ทำเลที่ดี ซึ่งคนจีนมีประเพณีไหว้บรรพบุรุษ และต้องมีการเลือกทำเลที่ตั้งสุสานให้ดี เพราะมีความเชื่อว่าการเลือกทำเลที่ตั้งสุสานที่ดีวิญญาณบรรพบุรุษจะส่งผลให้ลูกหลานมีครอบครัวที่มีความสุข ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ ฮวงจุ้ยในประเทศไทยยังแบ่งเป็นฮวงจุ้ยดั้งเดิมที่เน้นปรับการอยู่อาศัยให้เข้ากับธรรมชาติ ใช้วิธีการปรับแก้โดยอาศัยความเข้าใจ และฮวงจุ้ยสมัยใหม่ ใช้สิ่งของต่าง ๆ ในการแก้ปัญหา เช่น รูปปั้นน้ำพุ ขลุ่ย ฟ้ายันต์ และมีการทុบทำลายอาคาร เพื่อสร้างพื้นที่ใหม่ให้เป็นไปตามหลักฮวงจุ้ย



แผนภูมิที่ 9 ความเป็นมาของฮวงจุ้ยในประเทศไทย

ความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจุ้ย ได้รับการก่อรูป และถ่ายทอดมาทั้งจากที่เป็นตัวบท (Text) และในรูปแบบของภาคปฏิบัติทางวาทกรรม ซึ่งมีการส่งถ่ายความรู้จากการครอบงำทางความคิดด้วยประเพณี และธรรมเนียมปฏิบัติซึ่งเป็นที่ยอมรับเป็นการสร้างการสยบยอมอย่างแบบขดและปิดกั้น บดบังการเข้ามาของโหราศาสตร์อื่น ๆ ประเพณีการไหว้บรรพบุรุษจึงส่งผลต่อการสร้างการสยบยอม และการดำรงอยู่ของฮวงจุ้ยในสังคมไทย

มีอาตัง อาม่า คุณพ่อเป็นคนไทยเชื้อสายจีน แต่คุณแม่เป็นลาวพวน ซึ่งก็คนละเรื่องเลย แต่ก็มีอิทธิพลตอนอายุซัก 14-15 ปี เพราะมีความรู้สึก ว่า บ้านต่างจังหวัดมักจะมีรูปแบบบ้านที่เหมือนกัน แต่บ้านที่เราอยู่ การจัดของเรา ห้องนอน หรือการจัดวางของบ้านเราแตกต่างจากบ้านอื่นอย่างสิ้นเชิง แต่เราจะมีรู้สึกว่าบ้านเราไม่หุหุหุ แต่เป็นบ้านที่อยู่แล้วอยากได้อะไรก็ได้ 3 วันหลังจากไหว้เจ้า ไหว้บรรพบุรุษ สิ่งที่ยากได้ อะไรก็จะได้จะสำเร็จทุกเรื่อง ก็คิดว่ามันเริ่มมีอะไรบางอย่างแล้ว แต่ไม่รู้ว่ามันเรียกว่าฮวงจุ้ย เพราะสมัยนั้นยังไม่รู้จัก (กฤตวิ ธิติอมรวิทย์, 2558)

การครอบงำ และการกดทับทางด้านความคิด เกิดจากประเพณีการไหว้บรรพบุรุษที่เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจุ้ย ตัวบท (Text) ของฮวงจุ้ย ไปกดทับ ความคิด พฤติกรรมของครอบครัวคนไทยเชื้อสายจีน ให้มีความสนใจเกี่ยวกับฮวงจุ้ยได้ เป็นการเพิ่มโอกาส

มากกว่าที่จะเข้าไปสัมผัสกับความรู้เรื่องฮวงจุ้ย และมีแนวโน้มที่จะทำให้เกิดความเชื่อในฮวงจุ้ยเพิ่มขึ้น

จากสภาพสังคมไทยที่มีเรื่องของความเชื่อในโหราศาสตร์ โดยจะพบว่าในสังคมไทยมีความเชื่อเรื่อง การนำโหราศาสตร์มาใช้ในการประกอบธุรกิจ และการใช้กับครอบครัว โดยโหราศาสตร์ที่ประชาชนให้ความสนใจใช้ในการประกอบธุรกิจได้แก่ ดวงชะตา สัตตเลข ลายมือฮวงจุ้ย โหงวเฮ้ง และไฟยิปซี (ฉัซซา ซินธิป, 2548) ซึ่งส่วนใหญ่พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความเชื่อในศาสตร์ฮวงจุ้ยว่าสามารถทำให้การดำเนินชีวิตดีขึ้นได้ทั้งเรื่องธุรกิจ และ เรื่องครอบครัว

ตัวบท (Text) ของฮวงจุ้ยได้ถูกนำมาใช้ในการปรับปรุงที่อยู่อาศัย บ้าน และอาคารสำนักงาน และมีส่วนสำคัญในการนำมาใช้ประกอบการจัดพื้นที่ให้เหมาะสมกับการทำธุรกิจ เพื่อไม่ให้มีอุปสรรค และประสบความสำเร็จตามอุดมคติ (Ideology) ที่ได้ตั้งใจไว้ โดยเกิดจากธรรมเนียมประเพณีปฏิบัติกรไหว้บรรพบุรุษในวันเซ็งเม้ง ซึ่งเป็นเรื่องที่ลูกหลานคนจีนทุกครอบครัวจะต้องเลือกทำเลที่ดีในการสร้างสุสาน เพราะเป็นสัญลักษณ์ของคุณงามความดีที่แสดงออกมาในรูปของการแสดงความกตัญญู เป็นความเชื่อจากรุ่นสู่รุ่นได้อย่างมั่นคง จึงยังพบเจอตศกาลเซ็งเม้งที่ลูกหลานคนไทยเชื้อสายจีน ยังไปไหว้ และทำความสะอาดหลุมฝังศพ สุสานบรรพบุรุษตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อขอให้บรรพบุรุษอวยพรให้ลูกหลานร่ำรวย มีความสุข

ประเพณีไหว้บรรพบุรุษ ได้กดทับ และครอบงำความคิด ของลูกหลานคนไทยเชื้อสายจีนทุกครอบครัว สร้างอุดมคติ (Ideology) เหนือจินตนาการที่ว่าถ้าเลือกที่ฝังศพของบรรพบุรุษในทำเล และภูมิประเทศที่ดี ที่ถูกต้องตามหลักฮวงจุ้ยจะส่งผลดีต่อลูกหลาน ทำให้ลูกหลานประสบความสำเร็จในด้านธุรกิจการงาน ครอบครัวมีความสุข และมีลูกหลานเพิ่มขึ้น ความรู้ในการเลือกชัยภูมิได้สร้างโลกทัศน์เกี่ยวกับฮวงจุ้ย กล่าวคือ การเลือกชัยภูมิที่ดีในการฝังศพให้บรรพบุรุษสามารถนำมาปรับใช้กับการอยู่อาศัยไม่ว่าจะเป็นบ้าน ที่อยู่อาศัย อาคาร สำนักงาน ตึก โรงงาน ที่ดิน ซึ่งคนไทยเชื้อสายจีนที่เป็นทายาทยังคงยึดมั่น และปฏิบัติเกี่ยวกับประเพณี ไหว้บรรพบุรุษฮวงจุ้ยได้เข้าไปครอบงำทางด้านจิตใจ และความคิด ทำให้เกิดเป็นความเชื่อและความศรัทธา และธรรมเนียมการไหว้บรรพบุรุษทำให้เกิดการผลิตซ้ำ ๆ และสร้างการสยบยอมอย่างแยกย่อย ประเพณีไหว้บรรพบุรุษยังได้ปิดกั้น และขัดขวางโหราศาสตร์อื่น ๆ เป็นการช่วงชิงการนำ (Hegemony) และยึดพื้นที่ทางด้านความเชื่อจากคนไทยเชื้อสายจีน ภาคปฏิบัติการทางวาทกรรมของฮวงจุ้ยยังได้สร้างภาพของการใช้ฮวงจุ้ยให้ปรากฏขึ้นในสังคมและเริ่มสร้างความรู้ที่แตกต่างจากโหราศาสตร์อื่น ๆ ทำให้เกิดการยอมรับ และกลายเป็นค่านิยม (Value) ที่แพร่หลายอยู่ในสังคมไทย

1.3.2 ความเชื่อในดวงจัญเกิดจากความกลัว

ในสังคมไทยถูกกดทับเกี่ยวกับความเชื่อเรื่องการนำโหราศาสตร์มาใช้ในการประกอบธุรกิจ และนำมาใช้กับครอบครัว จากงานวิจัยของ ฉันทชา ชินธิป (2548) เรื่อง โหราศาสตร์กับการประกอบธุรกิจพบว่าโหราศาสตร์ที่ประชาชนให้ความสนใจใช้ในการประกอบธุรกิจ ได้แก่ ดวงชะตา สัตตเลข ลายมือ ดวงจัญ โหงวเฮ้ง และไฟอิปซี ซึ่งส่วนใหญ่พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความเชื่อในศาสตร์ดวงจัญว่าสามารถทำให้การดำเนินชีวิตดีขึ้นได้ทั้งเรื่องธุรกิจ และเรื่องครอบครัว

วิศิษฐ์ เตชะเกษม โหราจารย์ผู้มีประสบการณ์ได้ให้ทัศนะว่าผู้ที่มาขอให้ใช้ดวงจัญในการแก้ไขปัญหา หรือเพื่อเสริมสร้างความเจริญเติบโตนั้น ผู้ที่มาขอความช่วยเหลือส่วนใหญ่มาเพราะความกลัว ซึ่งเท่าที่พบบางครั้งปัญหาเหล่านั้นมักจะพบหลังจากที่ได้เข้าไปใช้ชีวิตอยู่ในบริเวณ หรือสถานที่นั้นแล้ว หรือพบเมื่อสร้างสถานที่แล้วเสร็จ และมีคนมาทักสถานที่นั้นไม่ดี จะนำโชคร้ายมาให้ผู้ที่อยู่อาศัย ความเชื่อในการนำดวงจัญมาแก้ปัญหาเกิดจาก ดวงจัญมีตัวบท (Text) ของความรู้ที่มีหลักการที่สอดคล้องกับการก่อสร้าง สถาปัตยกรรมในด้านต่าง ๆ เช่นการเลือกพื้นที่ก่อสร้าง การวางผัง การเลือกรูปทรง และการตกแต่งภายในอาคาร ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหา และปรับแก้ของคัมภีร์ประกอบเกี่ยวกับทำเล จากสภาพการที่ร้าย มาเป็นสภาพการที่เอื้อประโยชน์แก่ผู้ที่เข้าไปใช้ หรือดำเนินการ และยังมีภาคปฏิบัติทางวาทกรรมที่มีรายละเอียดชัดเจนสามารถนำมาแก้ปัญหาที่ซับซ้อน และตรงประเด็น

วิศิษฐ์ เตชะเกษม ได้กล่าวว่าความกลัวเป็นสิ่งที่ติดตัวมากับมนุษย์ กดทับ และครอบงำ ความคิดของมนุษย์อย่างมีอำนาจ (Power) ส่งผลให้ต้องหาสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจเพื่อให้เกิดกำลังใจ และความมั่นใจในการดำเนินชีวิต โดยกลุ่มคนที่มีความเชื่อเกี่ยวกับดวงจัญมากได้แก่กลุ่มวิศกรจิต และโมหะจจริต เพราะความกลัวได้เข้าไปมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และสร้างภาวะสยบยอมให้แก่ ดวงจัญ

ความเชื่อเกี่ยวกับดวงจัญเกิดจากความกลัว ดวงจัญเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งที่ตอบสนองความกลัวนั้นได้ เพราะดวงจัญมีความเป็นวิทยาศาสตร์ และเป็นสิ่งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติ มีเหตุผลรองรับ มนุษย์แต่ละคนมีจริตที่เกิดจากความกลัวต่างกันโดยแบ่งคนเป็น 6 ประเภท คือ 1.ราคะจจริต คนที่ยังมีความโลภ ทั้งที่มีอยู่แล้ว ก็ยังมีความต้องการสิ่งต่าง ๆ เพิ่มอยู่เสมอ 2.โทสะจจริต คนที่ต้องการการแข่งขัน ต้องการเอาชนะ การต่อสู้ ต้องการชัยชนะ 3.โมหะจจริต คนที่ทำตามผู้อื่น เห็นเขาทำก็ทำตามเขา เห็นเขาทำแล้วรวยก็ทำตามเขา แต่ถามว่าทำไม ก็ไม่รู้ 4.ศรัทธาจจริต คนที่รักษาวัฒนธรรมด้วยความ

ภูมิใจในสิ่งที่ได้รักษารากเหง้าวัฒนธรรมของบรรพบุรุษไว้ 5.วิตกจริต คนที่มีความกลัวไม่พอใจกับสิ่งที่เป็นอย่างอยู่ ต้องการหาสิ่งที่มาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น 6.พุทธจริต คนที่ต้องการรู้ความจริง หาเหตุผลว่าสิ่งต่าง ๆ เกิดขึ้นอย่างไร และจะเป็นอย่างไรต่อไป”

นอกจากนี้ยังกล่าวเพิ่มเติมอีกว่า

กลุ่มวิตกจริต กับกลุ่มโมหะจริต เป็นกลุ่มที่อ่อนแอที่สุด จะมีความเชื่อเรื่องเกี่ยวกับดวงจัญมากที่สุดเพราะต้องการให้ตัวเองดีขึ้น และมีเหมือนคนอื่น กลุ่มศรัทธาพวกนี้มีความเชื่อที่ไม่ต้องการคำแนะนำเพราะมีความรู้และวิธีการปฏิบัติ ซึ่งเค้าปฏิบัติสืบทอดกันมา กลุ่มโทสะจริต จะมีความเชื่อในกลุ่มโหราจารย์ที่จริยธรรมโดยเน้นการทำลาย ทำให้ผู้อื่นแพ้หรือได้รับความเสียหาย รากะจริตเป็นกลุ่มที่มีความเชื่ออย่างมีวิจารณ์ญาณ คือเลือกที่จะเชื่อโหราจารย์ที่ได้รับการยอมรับ เพราะไม่เดือดร้อน ต้องการปรับให้ทุกสิ่งดีขึ้น ถ้าไม่ดีขึ้นก็ไม่ได้เป็นกังวล สำหรับพุทธจริต ต้องการต้องการรู้ความจริง หาเหตุผลว่าสิ่งต่าง ๆ เกิดขึ้นอย่างไร และจะเป็นอย่างไรต่อไป ครอบงำจิตใจที่มนุษย์ยังมีความกลัว ความเชื่อเรื่องดวงจัญยังอยู่คู่กับสังคมต่อไป (วิศิษฎ์ เตชะเกษม, 2558)

ส่วนคุณปพิชญา โหระกุล ที่กล่าวถึงความเชื่อเกี่ยวกับดวงจัญ ก่อให้เกิดภาคปฏิบัติการทางวาทกรรม มีการกระทำการเพื่อการแก้ไขความกลัวที่จะเกิดขึ้นโดยใช้ความรู้จากหนังสือ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการใช้คริสตัลเพื่อแก้ปัญหา รวมถึงหาวิธีแก้ไขปัญหาก็เกี่ยวกับคาน โดยการหันหัวเตียงไม่ให้อยู่ใต้คาน และหลีกเลี่ยงการที่อยู่ในตำแหน่งที่มีของแหลมทิ่มแทง แสดงให้เห็นถึงความกลัวถูกสยบยอมจากการครอบงำทางอำนาจ (Power) ของดวงจัญ

“คุณพ่อเคยบอกให้อ่านหนังสือแล้วดวงจัญตรงนี้ไม่ดี ต้องซื้อคริสตัลมาไว้ หรือไม่ไหววางของตรงนี้ ห้ามนั่งใต้คาน ห้ามหันหัวเตียงไปทางนี้ ห้ามมีสิ่งแหลมๆ ทิ่มแทง” (ปพิชญา โหระกุล, 2558)

ในขณะที่ คุณจาดุรงค์ เอกวัฒน์พานิช ได้กระทำภาคปฏิบัติการทางวาทกรรม ดวงจัญ เพื่อลดทอนความกลัวที่จะเกิดขึ้นในการดำเนินชีวิตในสังคม เพราะต้องอยู่ร่วมอาศัยกับคนจำนวนมาก ต้องการทราบ และหาทางป้องกันสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต รวมถึงแก้ไขสิ่งที่ได้ดำเนินการมาแล้วผิดพลาด ตัวบท (Text) ของดวงจัญ และภาคปฏิบัติการทางวาทกรรมของดวงจัญ ถูกนำมาเป็นสิ่งที่ เปรียบเทียบกับ โหราศาสตร์อื่น ๆ เพื่อสร้างอุดมคติ (Ideology) ที่ต้องการ ซึ่งได้เปิดใจยอมรับดวงจัญและนำความรู้ดวงจัญมาแก้ไขสิ่งที่ผ่านมาแล้ว และป้องกันสิ่งที่ยังไม่เกิด เป็นการครอบงำทางความคิด และสร้างการสยบยอมต่อดวงจัญ

เรื่องของความกลัวมาก่อนเลย เพราะว่าสิ่งที่เราคำเนินไป มีโอกาสทั้งสำเร็จและผิดพลาด ทั้งการใช้ชีวิตและทำธุรกิจ หรือว่าการเรียนก็ตาม ทำให้เกิดความไม่แน่นอนเกิดสะสมจนกลายเป็นความกลัว แล้วไม่มีตัวช่วยให้เราเข้มแข็งขึ้น บางคนก็วิ่งไปหาไสยศาสตร์ บางคนก็ไปหาหมอดู ผมว่าศาสตร์ของฮวงจุ้ย คนจะคิดว่าผูกกับเรื่องของดวงไปด้วย จริงๆ แล้วผมอยากรู้ว่าอะไรคือหลักการ อะไรคือเหตุผล การที่เราดำเนินชีวิตแบบนี้ มันมีเหตุผลของมันไหม จากที่เราไปเจอคนแบบนี้ อาศัยอยู่ในสถานที่แบบนี้ ร่วมปะปนกับคนหลายๆแบบ มันมีคำอธิบายไหม ที่จะทำให้เราคำเนินชีวิตได้อย่างถูกต้อง และไม่ต้องระวัง ไม่ต้องเดินท่ามกลางความกลัว ฮวงจุ้ยจึงจะนำมาแก้ไขสิ่งที่ผ่านมาแล้ว และป้องกันสิ่งที่ยังไม่เกิด เราจะใช้ศาสตร์ที่ไหนมาเป็นแนวทางให้เราคำเนินไป (จาตุรงค์ เอกวัฒน์พานิช, 2558)

ความเชื่อเรื่องฮวงจุ้ยที่เกิดจากความกลัว ซึ่งความกลัวนี้สามารถเกิดขึ้นได้กับทั้งด้านครอบครัว และด้านธุรกิจ โดยเฉพาะด้านธุรกิจให้ความสำคัญกับการนำความรู้เกี่ยวกับฮวงจุ้ยมาใช้เพื่อให้ธุรกิจไม่ขาดทุน เสียหาย และประสบความสำเร็จ การนำโลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) ของฮวงจุ้ยมาใช้ในตัวบท (Text) ของปรับสถานที่ และปรับใช้ในองค์กร เพื่อกดทับความกลัว และสร้างความไม่มั่นใจในการทำธุรกิจ ด้วยอุดมคติ (Ideology) ใหม่ของฮวงจุ้ยที่เชื่อว่าฮวงจุ้ยจะสามารถทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ และสามารถแก้ไขปัญหาด่าง ๆ ได้ ทำให้เกิดการครอบงำทางความคิดและจินตนาการและสร้างการสยบยอมต่อฮวงจุ้ย

นอกจากนี้ คุณวิศิษฐ์ เตชะเกษม ซึ่งเป็น โหราจารย์ ได้ให้ทัศนะว่าผู้ที่ขอให้ใช้ฮวงจุ้ยช่วยเหลือบางส่วนมาเพราะความกลัว และการเลือกใช้ฮวงจุ้ยเพื่อแก้ไข เนื่องมาจากฮวงจุ้ยมีรายละเอียดของการแก้ไขปัญหาด่าง ๆ มากมาย ซึ่งเท่าที่พบบางครั้งปัญหาเหล่านั้นมาพบหลังจากที่ได้เข้าไปใช้ชีวิตอยู่ในบริเวณนั้นแล้ว หรือพบเมื่อสร้างสถานที่แล้วเสร็จ มีคนมาบอกว่าไม่ดี ไม่เหมาะสม การนำฮวงจุ้ยมาแก้ไขจึงมีจุดประสงค์เพื่อให้สถานที่บริเวณนั้น ๆ เป็นสถานที่ที่ดีขึ้น จึงเป็นการย้ำถึงการกดทับ และเกิดการสยบยอมของความกลัวด้วยฮวงจุ้ย

สรุป ความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจุ้ย ที่เกิดจากความกลัว ส่งผลต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยเข้าไปครอบงำทางด้านความคิด และจินตนาการ สร้างการกดทับด้วยโลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) ของฮวงจุ้ย และสร้างการสยบยอม ซึ่งการนำฮวงจุ้ยไปใช้ทั้งตัวบท (Text) และภาคปฏิบัติทางวาทกรรม มุ่งเน้นให้ผู้นำไปใช้ประสบความสำเร็จด้านธุรกิจ และมีครอบครัวที่มีความสุข ความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจุ้ย ที่เกิดจากความกลัว ส่งผลต่อโหราศาสตร์ชนิดอื่น เป็นการปิดกั้น และขัดขวาง การขยายตัวของโหราศาสตร์อื่น ๆ นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ การสร้างการยอมรับ และการสร้างค่านิยม (Value) ด้วย

1.3.3 ความเชื่อในดวงจัญที่เกิดจากการกระทำตามผู้อื่น

จากสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน ได้มีการนำดวงจัญมาใช้โดยได้พบภาคปฏิบัติการศึกษาเกี่ยวกับดวงจัญอยู่รอบตัวเรา จากงานวิจัยของ พชรพรรณ พรรณเปรม (2552) พบว่า ผู้ประกอบการเคยใช้บริการดวงจัญมากที่สุด ในการเปิดกิจการ และเพื่อตรวจสอบ โชคชะตาของตนเองว่าเหมาะสมกับธุรกิจที่จะทำหรือไม่

ตอนแรกอยู่ดีแท้เขาใช้ศาสตร์ของดวงจัญในการจัดประตูทางเข้าของออฟฟิศ มองว่าเป็นบริษัทต่างชาติ แต่ทำไมเอาดวงจัญมาใช้ แสดงว่ามันน่าจะมีผล ก็เลยทำให้เราคิดว่าดวงจัญสำคัญ หรือถ้าเราสังเกตหลายๆ ที่เขาเน้นเรื่องการค้าขาย เขาจะมีน้ำตกอยู่ตรงข้างหน้าจากการสังเกตพวกบริษัทใหญ่ๆ บ้านคนที่มีฐานะ เขาจะมีการใช้ คือรอบๆตัวเรามีการนำดวงจัญมาใช้ใช้ใหม่ เราก็เลยสนใจ (ธัญพร จารุไพศาล, 2558)

จากสภาพแวดล้อมทางสังคม คือ ภาคปฏิบัติที่มีการนำตัวบท (Text) ของดวงจัญมาใช้ทั้งส่วนบุคคลและการทำธุรกิจ การกดทับ และการครอบงำ โดยเฉพาะในองค์กรที่เน้นการทำธุรกิจ ดวงจัญจะสร้างการสยบยอมโดยสะท้อนออกมาในรูปของภาคปฏิบัติทางวาทกรรม เช่น การปรับเปลี่ยน ปรับปรุงสถานที่ ให้เป็นไปตามแนวคิดของดวงจัญ

“ในต่างประเทศเช่น สิงคโปร์ ฮองกง เรื่องพวกนี้เป็นเรื่องซีเรียสสำหรับประเทศนั้นมาก ซึ่งมันต้องมีอะไรสักอย่าง”(ศัลยา โฆสิระโยธิน, 2558)

ความเชื่อเกี่ยวกับดวงจัญได้ถูกนำไปใช้อย่างกว้างขวาง นอกจากในประเทศไทยแล้วประเทศอย่างสิงคโปร์ ฮองกง ที่มีคนเชื่อสายจีน ก็ได้ให้ความสำคัญอย่างมากในการนำดวงจัญไปใช้ อิทธิพล และอำนาจ (Power) ของดวงจัญ ก่อให้เกิดการสยบยอม และสร้างการยอมรับอย่างเป็นสากล

ยกตัวอย่างเช่น ผมไปร้านค้าบางร้านที่ทุกอย่างดีหมด แต่มีปัญหาอุปสรรคในการทำงาน พอหลังจากนั้น 1 เดือน ผมเข้าไป ลูกค้าก็จะเล่าให้ฟังว่าไปปรึกษากับซินแส ได้มีการปรับดวงจัญ มันก็เลยเป็นจุดกำเนิดที่ทำให้ผมเกิดความสนใจว่าดวงจัญมันมีความสำคัญหรืออะไรที่ทำให้ปรับเปลี่ยนได้จริงหรือ ทำให้เริ่มศึกษาหาความรู้ด้วยตนเอง (โชตชนะวัฒน์ ม้วนหรีด, 2558)

ความรู้เรื่องเกี่ยวกับสวงจู้ย ทำให้เกิดความเชื่อและก่อให้เกิดการสขบยอมของ ผู้คนต่อตัวบท (Text) ของสวงจู้ย และแสดงออกมาในรูปภาคปฏิบัติการทางวาทกรรม (Discourse practice) จากคำแนะนำของซินแส ทำให้เกิดการสร้างโลกทัศน์ใหม่เกี่ยวกับสวงจู้ย และถูกรอบงำ โดยอุดมคติ (Ideology) และอำนาจ (Power) ของสวงจู้ย ความเชื่อเกี่ยวกับสวงจู้ย ได้ถูกนำไปใช้ใน ภาคปฏิบัติการทางวาทกรรมของสวงจู้ย และปรากฏชัดในอาคาร สำนักงาน โดยเฉพาะบริษัท ฯ ต่างประเทศ เช่น สิงคโปร์ ฮองกง หรือ องค์กรที่มีผู้บริหารที่มีความใกล้ชิดกับวัฒนธรรมของ ประเทศจีน ความเชื่อที่ว่าการนำสวงจู้ยมาใช้ในการการปรับปรุงอาคาร สถานที่ ให้เหมาะสม ก่อให้เกิดอุดมคติ (Ideology) พื้นฐานว่าสวงจู้ยสามารถทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ร่ำรวย นอกจากนี้ยังมีความเชื่อว่าสวงจู้ยสามารถแก้ไข หรือ ป้องกันอันตรายที่จะเกิดขึ้นได้ การนำ ภาคปฏิบัติการทางวาทกรรมของสวงจู้ยมาใช้ในสำนักงานทำให้ผู้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็น เจ้าหน้าที่ พนักงาน ได้รับรู้และเกิดความสนใจในความรู้เรื่องสวงจู้ย มีการหาความรู้เพิ่มเติม และมีการนำไปใช้ปรับปรุงอาคาร สถานที่ บ้าน ที่ทำงาน ของตนเองบ้าง ด้วยความเชื่อและก่อให้เกิด การกระทำตาม

ความเชื่อในการนำสวงจู้ยมาใช้ในการปรับปรุงด้านการทำธุรกิจ และด้านการอยู่ อาศัยส่วนบุคคล ได้รับการนำไปใช้อย่างกว้างขวาง ความเชื่อเรื่องสวงจู้ยบางส่วนได้รับการส่งต่อ ความเชื่อเรื่องสวงจู้ยจากครอบครัวที่ได้รับสืบทอดกันมาเป็นการผลิตซ้ำที่เกิดจากการครอบงำจาก การไหว้บรรพบุรุษ ซึ่งเป็นประเพณี วัฒนธรรม ที่แสดงถึงความเป็นคนดี มีความกตัญญูรู้คุณ แต่ส่วนใหญ่ได้รับการส่งต่อความเชื่อจากสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบตัว จากคนรอบข้าง จากสถานที่ ทำงาน ความเชื่อถือจะมีมากขึ้นหากผู้ที่ยกคือเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือ เป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับ หรือเคยมีประสบการณ์ในการนำสวงจู้ยไปใช้ หรือไปทดลองปฏิบัติ และได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการ ความรู้เกี่ยวกับสวงจู้ย ได้ถูกนำมาใช้จากสำนักงานมาสู่บ้าน ที่อยู่อาศัย นอกจากนี้การหาข้อมูลทาง โซเชียลเน็ตเวิร์ค ซึ่งทำได้ง่าย รวดเร็ว และมีข้อมูลจำนวนมาก อีกทั้งยังมีการเรียนรู้สวงจู้ยจาก ประสบการณ์ของผู้อื่น สามารถสอบถามข้อมูล หรือขอคำปรึกษาได้ง่าย ทำให้การตัดสินใจนำ สวงจู้ยมาใช้สามารถทำได้ง่ายขึ้นเป็นการครอบงำทางความคิดได้อย่างแยบยล เกิดการกดทับ และสร้างการสขบยอมต่อสวงจู้ยอย่างเต็มใจ

ความเชื่อเกี่ยวกับสวงจู้ย จากความกลัว โดยเฉพาะการทำธุรกิจทำให้เกิด การแสวงหาความมั่นใจ และกำลังใจในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ การนำสวงจู้ยมาใช้เป็น สิ่งที่ได้รับการยอมรับ เพราะในสภาพสังคมปัจจุบัน ผู้ที่ประสบความสำเร็จจะนำสวงจู้ยมาใช้ และ

เหลือหลักฐานซึ่งเป็นข้อพิสูจน์ได้ว่าสถานที่นี้ หรือธุรกิจนี้มีการนำสวงจู้มาใช้ เช่นลักษณะอาคาร การออกแบบอาคารที่มีลักษณะพิเศษ

ความเชื่อเกี่ยวกับสวงจู้ที่ก่อให้เกิดการกดทับ และสร้างการสยบยอม หากพิจารณาถึงความเชื่อจากรากเหง้าจะพบว่ากรยอมรับ เกิดจาก การที่ 1) สวงจู้เป็นสิ่งที่กษัตริย์เป็นผู้คิดค้นขึ้นมา และนำมาใช้ เพื่อสร้างความสงบสุขแก่บ้านเมือง และสร้างความสุขแก่ประชาราษฎร์ จึงมองว่าสวงจู้เป็นของสูงส่งมีคุณค่า และที่สำคัญสวงจู้มีที่มา และประวัติศาสตร์อันยาวนาน สามารถอ้างอิงและเชื่อถือได้ 2) สวงจู้มีตัวบท (Text) และภาคปฏิบัติทางวาทกรรมที่ชัดเจน โดยมีตำรา ข้อมูลต่าง ๆ เป็นเครื่องยืนยัน มีผู้ที่สืบทอดและถ่ายทอดความรู้ที่เป็นรูปธรรมได้แก่ สถาบัน โหราจารย์ รายการโทรทัศน์ โฆษณามีเดียต่าง ๆ 3) สวงจู้มีหลักฐานที่เกิดจากตัวบท (Text) และภาคปฏิบัติทางวาทกรรมที่ปรากฏเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เช่น อาคารที่มีลักษณะพิเศษ การปรับพื้นที่ตามหลักสวงจู้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้อยู่ใกล้ ๆ ตัว และสามารถรับรู้ได้ง่าย ๆ จึงไม่น่าแปลกใจว่าสวงจู้จะมีอิทธิพลต่อความเชื่อ และกดทับ ความคิดจินตนาการของผู้คนในสังคมได้อย่างง่ายดาย นอกจากนี้สวงจู้ยังไปกดทับ กีดกัน โหราศาสตร์อื่น ๆ ที่มีอยู่ในสังคม ซึ่งมีแค่เพียงจินตนาการที่ไม่มีที่มาที่ไป ไม่มีการปฏิบัติ และหลักฐานที่เป็นเครื่องยืนยันถึงความสำเร็จ

สรุป ความเชื่อเรื่องสวงจู้ที่เกิดจากการกระทำตามผู้อื่น เป็นความเชื่อที่เกิดจากตัวบทของวาทกรรมของสวงจู้ที่ไปกดทับ ความคิดและจินตนาการของบุคคล ทำให้เกิดการสยบยอม และก่อให้เกิดภาคปฏิบัติทางวาทกรรม ที่เกิดการท้าวหน้า เป็นการเปลี่ยนแปลง โลกทัศน์ (World view) จากผลของภาคปฏิบัติที่ดำเนินการโดยผู้อื่นแต่ส่งผลต่อการสยบยอมอย่างแยกตัวของ ผู้พบเห็น เป็นความเชื่อที่สามารถเรียนรู้ จากภายในครอบครัว และสามารถเรียนรู้ได้จากสภาพแวดล้อมภายนอก จากเพื่อน คนรู้จัก และจากที่ทำงาน ความเชื่อเกี่ยวกับสวงจู้ส่วนใหญ่ที่เกิดจากการกระทำตามผู้อื่นจะเกิดจากการที่ได้รับคำแนะนำจากคนที่รู้จัก คนแนะนำที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งจะไปกดทับและสร้างอำนาจ (Power) เหนือความคิดและจินตนาการของบุคคล

ตอนที่ 2 ภาคปฏิบัติของวาทกรรมสวงจู้ผ่านความรู้และอำนาจ (Power)

ความรู้และอำนาจ (Power) ของสวงจู้ที่เกิดขึ้นภายในสังคมได้สร้างภาคปฏิบัติทางวาทกรรมที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อสังคม เป็นความรู้ใหม่ที่ได้เปลี่ยน โลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) จากความเชื่อ ความคิดเดิม ๆ ความรู้และอำนาจ (Power) ของสวงจู้ได้สร้างการกดทับ และสร้างการสยบยอมต่อทั้งผู้ที่เกี่ยวข้อง และ โหราศาสตร์เดิมที่มีอยู่ในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bandura (1977) ที่ได้กล่าวว่าการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม คือการเรียนรู้

เป็นการได้มาซึ่งความรู้ใหม่ (Acquired new knowledge) ไม่จำเป็นต้องแสดงพฤติกรรมออกมาทันที ดังนั้น การเรียนรู้ในแนวทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม คือพฤติกรรมภายในที่เกิดการเปลี่ยนแปลงแต่ไม่แสดงออกมา แต่ถ้ามีการแสดงพฤติกรรมออกมาให้สังคมภายนอกได้เห็น แสดงถึงการยอมรับในความรู้ใหม่ ๆ นั้น เพื่อให้เข้าใจในเรื่องความรู้และอำนาจ (Power) ของฮวงจื๊อ ที่มีผลต่อสังคม ผู้วิจัยได้แบ่งเรื่อง ความรู้ และ อำนาจของฮวงจื๊อเป็น 4 หัวข้อ ได้แก่

- 2.1 ฮวงจื๊อเป็นการสร้างความรู้
- 2.2 ความรู้ฮวงจื๊อเป็นการสร้างอำนาจ (Power)
- 2.3 ความรู้และการใช้อำนาจ (Power) ของฮวงจื๊อที่ปรากฏในสังคม
- 2.4 ทัศนคติการของฮวงจื๊อ

2.1 ฮวงจื๊อเป็นการสร้างความรู้

สิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่าฮวงจื๊อเป็นความรู้สามารถได้ปรากฏอยู่รอบตัว ซึ่งความรู้ที่ปรากฏมีทั้งที่เป็นวจนภาษาและอวจนภาษา มีทั้งที่เป็นตัวบท (Text) และเป็นภาคปฏิบัติทางวาทกรรม ความรู้เกี่ยวกับฮวงจื๊อเป็นความรู้ที่มีมาแต่โบราณซึ่งสามารถอ้างอิงได้จากหลักฐานทางตำรา หนังสือ และความรู้นี้ได้มีการถ่ายทอดมาเป็นระยะเวลายาวนาน ซึ่งปรากฏเป็นสถาบันที่มีการเรียนการสอนเกี่ยวกับฮวงจื๊อรวมถึงมีโหราจารย์ผู้มีความรู้ทำการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับฮวงจื๊อให้กับลูกศิษย์ และผู้ที่สนใจ

ความรู้เกี่ยวกับฮวงจื๊อหลัก ๆ เป็นเรื่องเกี่ยวกับชัยภูมิ หรือการเลือกที่ตั้งเพื่อการอยู่อาศัย หรือการทำธุรกิจ โดยในการเลือกทำเลนั้น สิ่งที่สำคัญคือ ชาติเจ้าของพื้นที่ และลักษณะของพื้นที่ ต้องมีความสัมพันธ์กัน และเกื้อหนุนกัน จึงจะทำให้เกิดความสำเร็จได้

องค์ประกอบสำคัญที่ฮวงจื๊อเป็นความรู้ เพราะ

1. ฮวงจื๊อมีที่มาชัดเจนว่าเป็นความรู้ของคนจีน ที่ประวัติความเป็นมาว่า 6,000 ปี
2. ฮวงจื๊อมีสถาบันที่คงความรู้ไว้
3. ฮวงจื๊อมีตัวแทนผู้สืบทอด และถ่ายทอดความรู้ฮวงจื๊อ ได้แก่ โหราจารย์ ชินแส
4. ฮวงจื๊อมีเอกสารตำราที่เป็นเครื่องยืนยัน และเป็นแหล่งข้อมูลความรู้
5. ฮวงจื๊อมีผลงานที่เป็นตัวบท (Text) และภาคปฏิบัติทางวาทกรรมที่ปรากฏอยู่

เช่นอาคาร สถานที่ ประเพณี วัฒนธรรม ขั้นตอนการปฏิบัติที่ชัดเจน

6. ฮวงจื๊อมีหลักการที่สอดคล้องกับความรู้อื่น เช่น ก่อสร้าง สถาปัตยกรรม

ความรู้ของฮวงจื๊อเป็นความรู้ที่เป็นทางการ (Explicit Knowledge) มีการจัดการความรู้ที่เป็นเหตุเป็นผล ซึ่งมีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร และปรากฏในการใช้งานรูปแบบต่าง ๆ

เช่น คู่มือ เอกสาร หนังสือ สิ่งพิมพ์ โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ ฯลฯ เป็นความรู้ที่แสดงออกมาโดยใช้ตัวบท (Text) ภาคนิพนธ์การทางวาทกรรม และสัญลักษณ์ จึงสามารถสื่อสาร เผยแพร่ และสร้างการยอมรับได้อย่างรวดเร็ว

ความรู้ของสวิงจู้จึงส่งผลต่อการกดทับ และครอบงำความคิด จินตนาการของบุคคลที่ต้องการนำสวิงจู้ไปใช้ และสร้างการยอมรับที่เหนือกว่าโรราศาสตร์อื่น ๆ ที่มีอยู่ในสังคม และยังสร้างการกีดกัน โรราศาสตร์อื่นที่เป็นเพียงความเชื่อที่ไม่มีเหตุผลทำให้เกิดการสยบยอมจากสังคมอย่างแบบยล ความรู้ของสวิงจู้ก่อให้เกิดเป็นอำนาจ (Power) ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงโลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) และภาคนิพนธ์การทางวาทกรรมของสังคม

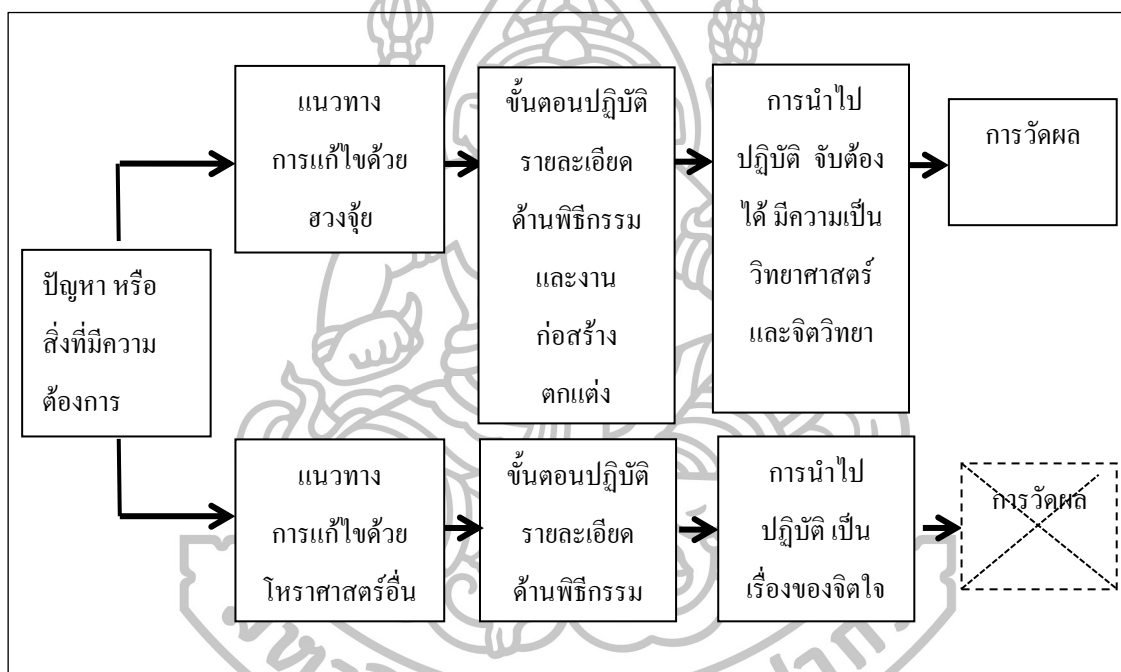
2.2 ความรู้สวิงจู้เป็นการสร้างอำนาจ (Power)

จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม สวิงจู้เข้ามามีอิทธิพลต่อตัวบท (Text) และภาคนิพนธ์การทางวาทกรรมของสังคม ซึ่ง Foucault (1972) ได้ให้ความหมายของอำนาจ (Power) ไม่ใช่อำนาจ (Power) ที่เกิดจากการใช้กำลังบังคับ แต่เป็นอำนาจ (Power) ที่เกิดจากการมีเหตุผลมารองรับ จนกลายมาเป็นความรู้แบบเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น วิทยาศาสตร์ หรือเศรษฐศาสตร์ ความสำเร็จของอำนาจ (Power) จึงอยู่ที่ความสามารถในการป้องกัน ชอนเร้นขบวนการในการทำงาน ที่ไม่ใช่กฎหมาย แต่เป็นข้อกำหนด แนวทางปฏิบัติต่างๆ ในสังคม โดยเฉพาะข้อกำหนดแนวทางปฏิบัติของผู้เชี่ยวชาญทั้งหลายในรูปของวาทกรรมวิชาการในเรื่องนั้นๆ จึงส่งผลให้ “ความรู้” คือรูปแบบที่ซ่อนไว้ของอำนาจ (Power) เพราะอำนาจ (Power) ที่แท้จริง คือการทำให้มองไม่เห็นว่ามันนั้นๆ เป็นเรื่องของอำนาจ (Power) แต่เป็นเรื่องของความรู้หรือความจริง ที่ไม่มีเรื่องของอคติและคุณค่ามาเกี่ยวข้อง

อำนาจ (Power) ของสวิงจู้ได้ส่งผ่านแนวทางปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ซึ่งอำนาจ (Power) นี้ได้ทำให้เกิดข้อปฏิบัติที่เป็นเหมือนระเบียบวิธีการ ซึ่งได้มีการเขียนไว้เป็นตำราหนังสือ ที่สามารถสืบค้นได้ และเป็นข้อปฏิบัติ กฎระเบียบที่เป็นเอกลักษณ์ มีการใช้ตัวบท (Text) และภาษาเฉพาะตัว เช่น การมีบ้านอยู่ทางสามแพร่งเป็นทำเลที่ไม่ดี ผู้อยู่อาศัยจะได้รับความเดือดร้อน ต้องเสียเงินเสียทอง ต้องแก้ไขด้วยการทำกำแพงให้สูง ข้อกำหนดและข้อปฏิบัติของสวิงจู้มีมากมาย จึงมีการรวบรวม และจัดทำเป็นเอกสาร หนังสือ หรือจัดเก็บ ในระบบข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งอำนาจ (Power) นี้จะ ไปสร้างการกดทับ และการสยบยอมทางด้านความคิด และจินตนาการของบุคคล และมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโลกทัศน์และอุดมคติ (Ideology) ของผู้คนในสังคม ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงลักษณะที่อยู่อาศัย และความเป็นอยู่ของผู้คนในสังคม นอกจากนี้ อำนาจ (Power) ของสวิงจู้ยังไปสร้างการกีดกัน กดทับ หรือบางครั้งทำลายความเชื่อถือของ

โหราศาสตร์อื่น ๆ ที่อยู่ในสังคมด้วย เพื่อให้เห็นความแตกต่างระหว่างดวงจู้กับโหราศาสตร์ชนิดอื่น ผู้วิจัยได้ทำแผนภูมิที่ 10 เปรียบเทียบระหว่างดวงจู้กับโหราศาสตร์อื่น ๆ

การจัดการความรู้และอำนาจ (Power) ของดวงจู้ที่เกิดขึ้นในสังคม เป็นทั้งตัวบท (Text) และ ภาคปฏิบัติการทางวาทกรรม (Discourse practice) ที่มีรูปแบบของความรู้ และการปฏิบัติการที่ชัดเจน ดังจะเห็นได้จากหนังสือ เกี่ยวกับการนำดวงจู้มาใช้ ที่มีข้อกำหนด ข้อปฏิบัติ ในการนำดวงจู้ไปใช้งาน หรือจากสื่อต่าง ๆ จากการแนะนำของโหราจารย์ดวงจู้ ซึ่งทำให้ดวงจู้แตกต่างจากโหราศาสตร์อื่น ๆ เพื่อให้เข้าใจได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้จัดทำแผนภูมิภาคปฏิบัติการ และการก่อรูปของดวงจู้ในการเป็นความรู้ ตามรูปแผนภูมิที่ 10



แผนภูมิที่ 10 ที่มาของภาคปฏิบัติการและการก่อรูปของดวงจู้ในการเป็นความรู้

กระบวนการในการแก้ปัญหาของโหราศาสตร์ต่าง ๆ ที่ประกอบด้วย ขั้นตอน การปฏิบัติการนำไปปฏิบัติและสำหรับกระบวนการวัดผล โหราศาสตร์อื่นจะไม่มีกระบวนการวัดผล แต่ดวงจู้จะมีกระบวนการวัดผล ซึ่งเป็นกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ที่ภาคปฏิบัติการ การก่อรูปของดวงจู้สามารถนำไปวัดผลได้ จากตัวบทของดวงจู้ที่เป็นความรู้และมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับความรู้ต่าง ๆ ได้แก่ การก่อสร้าง สถาปัตยกรรมในด้านต่าง ๆ เช่น การเลือกพื้นที่ก่อสร้าง การวางผัง การเลือกรูปทรง และการตกแต่งภายในอาคาร จึงได้รับการ

ยอมรับ เพราะเป็นความรู้ที่แตกต่างจากโหราศาสตร์อื่น ก่อให้เกิดเป็นอำนาจ (Power) ที่กดทับ และสร้างการสยบยอม ต่อโหราศาสตร์อื่น ๆ ได้อย่างแยบยล และสร้างอัตลักษณ์ (Ideology) เฉพาะตัวขึ้นมา คือ “ฮวงจุ้ย เรื่องของการจัดสถานที่ด้วย ทิศ และธาตุ ให้เหมาะสมและสร้างประโยชน์แก่ผู้ใช้งาน”

2.3 ความรู้ และการใช้อำนาจ (Power) ของฮวงจุ้ย

สิ่งที่ปรากฏในสังคมมีการนำความรู้เกี่ยวกับฮวงจุ้ยไปใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะเกี่ยวกับเรื่องของชัยภูมิ ทำเล และสถานที่ ซึ่งความรู้นี้เองได้สร้างตัวบท (Text) และภาคปฏิบัติทางวาทกรรมมากมายที่ปรากฏ และเห็นอยู่รอบตัว แสดงให้เห็นถึงการสยบยอมในการรับเอาความรู้ของฮวงจุ้ยไปใช้ และการแสดงออกของอำนาจ (Power) ที่เกิดเป็นรูปแบบอาคารสถานที่ การออกแบบทางดำเนินงานสถาปัตยกรรม และการก่อสร้าง ปรากฏการณ์ที่เด่นชัดในการนำความรู้และอำนาจ (Power) ของฮวงจุ้ยไปใช้พบในธุรกิจทางด้านอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมีความเหมาะสมกับชุดความรู้

กระบวนการยอมรับ และสยบยอมทางสังคม เกิดจากการจัดการความรู้ที่กลายเป็นอำนาจ (Power) โดยที่อำนาจ (Power) นี้จะส่งผ่านการใช้อำนาจ (Power) ในรูปแบบของตัวบท (Text) และภาคปฏิบัติทางวาทกรรม (Discourse practice) โดยตัวบทจะส่งผ่านอำนาจ (Power) จากหนังสือ ตำราที่เกี่ยวกับฮวงจุ้ย การเติบโตของอำนาจ (Power) ดูได้จากหนังสือ ตำราเกี่ยวกับฮวงจุ้ยที่มีจำนวน และรายละเอียดของฮวงจุ้ยที่เพิ่มขึ้น และเกี่ยวข้องกับความรู้ในสาขาอื่น ๆ หลายสาขาวิชา นอกจากหนังสือแล้วการส่งผ่านอำนาจ (Power) ยังส่งผ่านด้านการสื่อสารต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในสังคม เช่นรายการโทรทัศน์ โซเชียลมีเดีย อำนาจ (Power) ที่เกิดจากตัวบทเป็นอำนาจ (Power) ที่สร้างการยอมรับที่เกิดขึ้นทางอ้อม ซึ่งอำนาจ (Power) เหล่านี้เป็นอำนาจ (Power) พื้นฐานเช่นเดียวกับโหราศาสตร์อื่น ๆ อำนาจ (Power) ที่เกิดจากความรู้ที่เป็นอำนาจ (Power) ที่สร้างการสยบยอมได้อย่างเด่นชัดเป็นอำนาจ (Power) ที่เกิดจากอำนาจ (Power) ของสถาบันฮวงจุ้ย และอำนาจ (Power) ที่เกิดจากผู้เชี่ยวชาญ

อำนาจ (Power) ที่เกิดจากความรู้เป็นอำนาจ (Power) ที่ฮวงจุ้ยใช้เพื่อปิดกั้น ชัดขวางโหราศาสตร์อื่น ที่จะเข้ามาในแวดวงงานก่อสร้าง สถาปัตยกรรม และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์อย่างชัดเจน แต่ก็ส่งผลทางอ้อมต่อการนำไปใช้เกี่ยวกับที่อยู่อาศัยส่วนบุคคล อำนาจ (Power) ของฮวงจุ้ยจึงทำให้เกิดการสยบยอมจากบุคคล และกดทับโหราศาสตร์อื่น ๆ อำนาจ (Power) ที่ปรากฏในสังคม และส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในสังคม

2.3.1 อำนาจ สถาบันฮวงจุ้ย (Power of Institution) เป็นอำนาจ (Power) ที่เกิดจากความรู้ที่ได้ถูกสถาปนาเป็นอำนาจ (Power) ที่ได้รับการยอมรับอย่างเปิดเผยต่อสังคม Horton and

Hunt (1976) ได้ให้ความหมายว่า สถาบันคือจุดรวมของความสัมพันธ์ทางสังคม (Social relationships) ซึ่งแสดงให้เห็นในรูปของการปฏิบัติและค่านิยม (Value) เพื่อสนองต่อความต้องการพื้นฐานต่าง ๆ Davis (1986) ได้ให้ความหมายว่า สถาบันเป็นผลพวงจากชุดวิถีประเพณี (Folkways) จารีตประเพณี (Mores) และกฎหมาย (Laws) ที่สร้างขึ้น ซึ่งมีหน้าที่ต่าง ๆ ของสังคม เช่นเดียวกับ ประเสริฐ แย้มกลิ่นฟูง (2532: 6 – 65) อธิบายว่า สถาบัน แปลว่า “สิ่งที่ตั้งขึ้นมา” ตามความหมายตัวอักษร ในสังคมศาสตร์ หมายถึง วิถีชาวบ้าน จารีตและกฎหมายต่างๆ ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความสำคัญ และทำให้ประชาชนมีความรู้สึกผูกพันกับบรรทัดฐานเหล่านี้ สร้างความเชื่อมั่นในความถูกต้อง ยอมรับในสัญลักษณ์ (Symbols) ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและดำรงไว้ซึ่งสถาบัน และคุณค่าสำคัญในสังคมนั้น สถาบันสงฆ์ได้รับการยอมรับจากสภาพสังคมที่ต้องการสิ่งยึดเหนี่ยวเพื่อสร้างความมั่นใจ และตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานด้านธุรกิจ และครอบครัว อำนาจ (Power) ของ สงฆ์ได้กดทับ สร้างการสยบยอมแก่บุคคล การสถาปนาสถาบันสงฆ์เป็นการแสดงอำนาจ (Power) และความสำคัญอย่างแยกขาด สร้างความสัมพันธ์กับชุมชน เกิดเป็นวิถีประเพณีที่นำมาปฏิบัติ สถาบันสงฆ์ได้สร้างจารีตประเพณีที่ได้รับการยอมรับ เป็นสถานที่รวบรวมความรู้ต่าง ๆ สร้างสัญลักษณ์ และทำหน้าที่ดูแลระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อการสืบค้น และดำรงไว้ซึ่งความรู้เกี่ยวกับ สงฆ์ อำนาจ (Power) ที่เกิดจากความรู้ของสงฆ์ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และสร้างการสยบยอมจากสังคม นอกจากนี้สถาบันสงฆ์ (Power of Institution) ยังได้ใช้ความรู้ของสงฆ์ทำลาย และบดบัง ปิดกั้น โหราศาสตร์อื่น ๆ ด้วย

2.3.2 อำนาจจากผู้เชี่ยวชาญสงฆ์ (Power of Expert) เป็นอำนาจ (Power) ที่เกิด จากความเชี่ยวชาญทางด้านความรู้เกี่ยวกับสงฆ์ เป็นเหมือนตัวแทนที่ได้รับมอบอำนาจ (Power) ในการกำหนดแนวทางปฏิบัติ ไปสร้างการสยบยอมต่อบุคคลที่เกี่ยวข้อง อำนาจ (Power) นี้มีพละกำลังสูงมาก สร้างการครอบงำที่เด็ดขาด ผ่านการกดทับทาง โลกทัศน์ (World view) และ อุดมคติ (Ideology) โดยผู้เชี่ยวชาญด้านสงฆ์ จะสร้างอำนาจ (Power) ผ่านความรู้ที่อยู่บนพื้นฐานของความจริง (Regime of Truth) ด้วยวิธีวงศาวិทยา คือ ความรู้ที่มีประวัติศาสตร์ และมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เหมาะกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป จะเป็นอำนาจ (Power) ที่ทุกคนเห็นว่าเป็นความจริง และมีการสร้างกฎระเบียบ ข้อบังคับแนวทางปฏิบัติที่ทุกคนยอมรับ ผู้เชี่ยวชาญสงฆ์จึงถือว่าเป็นผู้มีอำนาจ (Power) ที่จะสั่งการ ไปยังผู้ที่กดทับ ด้วยอำนาจ (Power) ที่ไร้การต่อต้าน และสร้างการสยบยอมจากผู้ที่ยึดความรู้กว่า การแสดงออกของผู้เชี่ยวชาญจะมีวิธีการแสดงออกเฉพาะตัวที่เป็นเอกลักษณ์ และวิธีการเฉพาะตัว (Technology of Self) ที่สร้างความน่าเชื่อถือ

ผู้เชี่ยวชาญ (Expert) เป็นตัวแทนของระบอบความจริง (Regime of Truth) ด้วยอำนาจ (Power) ที่สร้างความเป็นใหญ่ (Hegemony) ที่มีเอกลักษณ์และวิธีการเฉพาะตัวผ่านเทคโนโลยีแห่งตัวตน (Technology of Self) มีการจัดการเพื่อสร้างการกดทับ และสขบยอมจากบุคคล ดำเนินการเปลี่ยนโลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ด้วยขบวนการครอบงำยึดยึดความรู้อื่นอย่างแยบยล และหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้เชี่ยวชาญ (Expert) จะหาหนทางสร้างการยอมรับอย่างไม่มีข้อโต้แย้ง โดยการใช้กฎระเบียบ ข้อบังคับแนวทางปฏิบัติที่ทุกคนยอมรับ โดยกล่าวอ้างถึงผลสำเร็จตามมโนภาพที่ได้ตั้งไว้ และหากไม่ยินยอมปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับที่ได้กำหนดไว้จะส่งผลร้ายแก่ผู้นั้น ผู้เชี่ยวชาญสูงจึงเปรียบเสมือนผู้พิพากษาที่สามารถกำหนดให้ผู้เกี่ยวข้องต้องดำเนินการทุกอย่างตามที่ได้ตัดสินใจให้เป็นการใช้อำนาจ (Power) สร้างความยิ่งใหญ่ (Hegemony) ที่ใช้การกดขี่เพื่อสร้างการสขบยอม และหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะถ้าไม่ทำตามจะเกิดผลร้ายตามมาได้ อำนาจ (Power) ของผู้เชี่ยวชาญยังทำลาย ปิดกั้น การเข้ามาของโหราศาสตร์อื่น ๆ ผู้ตัวบุคคล จึงเป็นการกุมอำนาจ (Power) แบบเบ็ดเสร็จ

จากการวิจัยภาคปฏิบัติของการของสูงจู้ผ่านความรู้และอำนาจ (Power) ผู้วิจัยพบว่าการก่อรูปของสูงจู้เกิดจากองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือ 2.1 ความรู้ และอำนาจ (Power) ของสูงจู้ที่เกี่ยวข้องกับความรู้ทางด้านก่อสร้างสถาปัตยกรรม 2.2 ความรู้ และอำนาจ (Power) ของสูงจู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

Smelser (1988: 382) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม” เป็นการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับความเชื่อ ความรู้ และลักษณะการแสดงออกของการใช้ชีวิตอย่างทั่ว ๆ ไป ในสังคม ผลของการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ทางวิทยาศาสตร์ก่อให้เกิดเทคโนโลยีใหม่ ๆ

2.4 ภาคปฏิบัติการของสูงจู้

2.4.1 ภาคปฏิบัติการของวาทกรรมสูงจู้ผ่านความรู้และอำนาจ (Power) ที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม

ความรู้และอำนาจ (Power) ของสูงจู้ปรากฏอยู่ในสังคมไทยได้เพราะมีภาคปฏิบัติการทางวาทกรรมที่สอดคล้องกับแนวคิดของ ชูพงษ์ ทองคำสมุทร (2554) ที่กล่าวว่า

สูงจู้ คือความรู้และศิลปะ ในการปรับสภาพแวดล้อมของชาวจีนที่มีมาช้านาน และได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมีหลักการที่สอดคล้องกับการก่อสร้างสถาปัตยกรรมในด้านต่าง ๆ เช่น การเลือกพื้นที่ก่อสร้าง การวางผัง การเลือกรูปทรง และการตกแต่งภายในอาคาร

2.4.1.1 การจัดการความรู้เกี่ยวกับฮวงจุ้ย ฮวงจุ้ยเป็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจ และเป็นความรู้ที่มีความเฉพาะด้านที่ต้องอาศัยการเรียนรู้ และการสร้างประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญมีตัวตน (Text) ข้อกำหนดและแนวทางปฏิบัติที่เป็นอัตลักษณ์ (Identity) การก่อรูปของฮวงจุ้ยในสังคมจึงเข้ามาในรูปของความรู้ที่ได้รับการยอมรับทางสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยของวิลลาร์ด หงส์รอน (2537) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ฮวงจุ้ย บทบาทความเชื่อเรื่องฮวงจุ้ยต่อการทำกิจการของชาวจีนแต่จีว : กรณีศึกษา ธุรกิจการค้าย่านเยาวราช ตั้งแต่่วงเวียนโอเดียนถึงสี่แยกราชวงศ์ และได้ผลสรุปว่า เจ้าของกิจการโดยมากมีความเชื่อว่าฮวงจุ้ยมีบทบาทต่อการทำธุรกิจ และเป็นตัวบ่งชี้ถึงความเจริญรุ่งเรืองและความล้มเหลวของกิจการตนเองได้ การจัดฮวงจุ้ยที่ถูกเป็นเหมือนขวัญ และกำลังใจในการทำธุรกิจให้ก้าวหน้าต่อไปในอนาคต และจะยังคงอยู่เพื่อสร้างความมั่นคงต่อการทำธุรกิจ ซึ่งเป็นไปตามเป้าประสงค์ของทางอุดมคติ (Ideology) ของฮวงจุ้ย

ช่วยเรื่องสุขภาพ จริงๆช่วยได้หมด แต่ที่เราเห็นเองคือเรื่องสุขภาพ ถ้าห้องของเราเราทำความสะอาด จัดวางให้เหมาะกับการใช้งานตามหลักฮวงจุ้ย ก็คิดว่าน่าจะทำให้สุขภาพเราดีขึ้น เช่น ห้องน้ำ หากไม่เคยทำความสะอาดเลย สุขภาพเราก็ไม่ดี เพราะห้องน้ำเป็นที่สะสมของเชื้อโรค แต่เรื่องอื่นอาจจะยังไม่เห็นภาพชัดเจน (ศัลยา โฆสิระ โยธิน, 2558ข)

ความรู้ฮวงจุ้ย เป็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความรู้ในหลายสาขา ภาคปฏิบัติ การของฮวงจุ้ยในการจัดบ้าน หรือสถานที่ให้เป็นระเบียบ และสะอาด โดยเฉพาะห้องน้ำ ให้เป็นไปตามตัวบทของฮวงจุ้ยก็จะส่งผลให้สุขภาพแข็งแรง เพราะไม่ก่อให้เกิดการสะสมของเชื้อโรค ซึ่งเป็นไปตามหลักสุขลักษณะที่ดี ฮวงจุ้ยจึงสร้างการยอมรับ และสร้างอำนาจ (Power) การกดทับอย่างแยบยล การที่ฮวงจุ้ยสามารถเชื่อมโยงได้กับหลากหลายสาขาวิชาจึงทำให้ฮวงจุ้ยอยู่เหนือโหราศาสตร์อื่น ๆ และยึดโยงอำนาจ (Power) เข้าหาตัวเอง กีดกันโหราศาสตร์อื่น ๆ ได้อย่างเป็นเหตุเป็นผล

ผมคิดว่าฮวงจุ้ย มันเป็นทั้งสองอย่างผสมกัน มันเป็นความเชื่อทางโหราศาสตร์ส่วนหนึ่งโดยใช้วิทยาศาสตร์เข้ามาเกี่ยวข้อง เพราะว่าผมคิดว่าถ้าความเชื่ออย่างเดียว ก็เหมือนคน ที่เชื่อ แล้วไปจุดเลข ไปซื้อหอย แต่อันนี้เป็นวิทยาศาสตร์ เหมือนกับบางครั้ง การจัดตำแหน่ง ในบ้าน ในห้องนอน

มันเหมือนกับพอเราจัด แล้วเราสบาย ส่วนหนึ่งอาจจะเกิดจากความที่มัน โลง
โปรงขึ้น หายใจได้สะดวกขึ้น มันก็เลยทำให้ใจเราสบายขึ้นด้วย ผมมองว่ามันเป็น
ตรรกะเชิงวิทยาศาสตร์ส่วนหนึ่ง (สุริโย ลิขิตอิทธิรักษ์, 2558)

ฮวงจุ้ยมีความเป็นโหราศาสตร์และความเป็นวิทยาศาสตร์การนำความรู้
ฮวงจุ้ย ไปใช้งานโดยนำไปจัดตำแหน่งของเฟอร์นิเจอร์ภายในบ้าน เป็นการนำความรู้ ก่อให้เกิด
การก่อรูปจากภาคปฏิบัติทางวาทกรรม ซึ่งพบว่าการจัดห้องนอนตามหลักฮวงจุ้ย คือสะอาด
โปรงโล่ง จะทำให้การอยู่อาศัยสะดวก และการถ่ายเทอากาศดี ตามหลักการทางสาธารณสุข ทำให้
เกิดการยอมรับ และเป็นการสร้างอำนาจ (Power) จากความรู้ของฮวงจุ้ยที่มีต่อบุคคล

ก็เชื่อเรื่องพวกนี้บ้าง เคยเห็นเพื่อนจัด แล้วรู้สึกดี เคยอ่านหนังสือ จริงๆ
แล้วฮวงจุ้ยเป็นหลักวิทยาศาสตร์ ไม่ใช่โหราศาสตร์ เป็นการจัดทิศทางลมให้มันดี
ต่อคนที่อยู่ในบ้าน พอจัดดีแล้ว ก็จะส่งเสริมให้ติดตาม มันพิสูจน์ และมีเหตุผลที่
พิสูจน์ได้ (รัตยา บวรภัทรเดช, 2558)

การนำความรู้ ฮวงจุ้ย ไปใช้งานซึ่งโลกทัศน์ของฮวงจุ้ยคือ การจัดพื้นที่
และสภาพแวดล้อม ให้เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย ซึ่งการให้กระแสลมผ่านเข้าไปในพื้นที่ หรือตัว
อาคารจะช่วยระบายอากาศ ความร้อน และป้องกันการหมักหมมของเชื้อ โขลก ทำให้การอยู่อาศัย
ถูกสุขลักษณะ เป็นตัวบทความรู้ของฮวงจุ้ยที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ด้านการก่อสร้าง และ
สถาปัตยกรรม ซึ่งก่อให้เกิดอำนาจ (Power) และการสขบยอมจากความจริงที่ปรากฏ

ความรู้ของฮวงจุ้ยที่มีหลักการที่สอดคล้องกับการก่อสร้างสถาปัตยกรรม
เป็นการสร้างอำนาจ (Power) ที่ยิ่งใหญ่ เพราะเป็นอำนาจ (Power) ที่มาจากความรู้จริง ๆ ที่ได้รับ
การยอมรับ และแตกต่างอย่างสิ้นเชิงจากโหราศาสตร์ที่มีอยู่ในสังคมปัจจุบันซึ่งไม่สามารถ
อ้างอิงความรู้ใด ๆ มาเป็นเครื่องรับรองความถูกต้อง อำนาจ (Power) ของฮวงจุ้ยที่เกิดจากความรู้ที่
เกี่ยวกับการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรมเป็นอำนาจ (Power) ที่ปิดกั้น ขัดขวาง ทำลาย โหราศาสตร์
ประเภทอื่น ๆ ที่จะเข้ามาในงานการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม เป็นการสร้างการยอมรับ และ
ค่านิยม (Value) ในงาน การก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม ความรู้ของฮวงจุ้ยได้สร้างระบบการจัดการ
ทางด้านการบริหารการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม โดยทำให้ผู้เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นสถาปนิก
มัณฑนากร นักออกแบบต้องให้ความสนใจ และเปลี่ยนแปลงโลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ
(Ideology) เกี่ยวกับฮวงจุ้ยเพิ่มขึ้น เกิดการสขบยอมของผู้ที่ต้องการใช้ฮวงจุ้ย นอกจากนี้การที่ฮ
วงจุ้ยมีส่วนเกี่ยวข้องกับความรู้ทั้งหลาย ๆ ด้านเช่น สาธารณสุข การออกแบบตกแต่งภายใน

ยังสร้างความน่าเชื่อถือ และสร้างอำนาจ (Power) ให้สูงยิ่งมากขึ้น และจากการที่สูงยิ่งมีอำนาจ (Power) มากขึ้นก็จะยิ่งสร้างการสยบยอมจากบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และทำลาย บดบัง โหราศาสตร์อื่นได้มากขึ้นด้วย

2.4.1.2 การสร้างความเป็นอื่น (The Others) ความรู้ของสูงยิ่งที่สอดคล้องกับการก่อสร้าง สถาปัตยกรรม การวางผัง การเลือกรูปทรง และการตกแต่งภายในอาคาร เป็นความรู้เฉพาะที่ต้องอาศัยความเข้าใจ จึงจะนำมาใช้หรือนำมาแก้ไขได้อย่างถูกต้อง ตัวบทของสูงยิ่งแตกต่างจากโหราศาสตร์ชนิดอื่น คือมีวิธีการปฏิบัติการทางวาทกรรมที่มีกระบวนการชัดเจน มีรายละเอียดในการใช้ ในการแก้ปัญหาชัดเจน มีการปฏิบัติจริงเป็นขั้นตอน และมีกำหนดการในการดำเนินการ มีเหตุผลในการใช้ และการแก้ปัญหา รวมถึงมีผลลัพธ์ที่สามารถพิสูจน์ได้ หรือสามารถนำมาอ้างอิงได้ ต่างกับโหราศาสตร์ชนิดอื่น ๆ ที่ไม่สามารถนำมาอ้างอิง หรือมีหลักฐานมาเป็นตัวบ่งชี้ ว่าก่อให้เกิดสิ่งต่าง ๆ ขึ้นมา ทำให้สูงยิ่งได้รับการยอมรับ และสามารถสร้างความรู้ที่แตกต่าง ที่มีตัวบทเป็นอัตลักษณ์ (Identity) ของตัวเอง โดยนำความรู้ที่เกี่ยวกับทิส ทำเล และความเหมาะสมของธาตุเจ้าของกับพื้นที่ และเป้าประสงค์ของการนำสูงยิ่งมาใช้ก็เพื่อตอบสนองต่ออุดมคติ (Ideology) ของผู้ที่มีความเชื่อเกี่ยวกับสูงยิ่ง ดังนั้นอัตลักษณ์ (Identity) ของสูงยิ่งคือ “สูงยิ่ง เรื่องของการจัดสถานที่ด้วย ทิส และธาตุให้เหมาะสมกับผู้ใช้งาน”

วันหนึ่งคุณพ่อไปเปิดทีวีเคเบิล เขาก็พูดทุกวัน ดูทุกวัน วันหนึ่งก็มาบอกว่า จะเชิญอาจารย์สูงยิ่งมาที่บ้าน ผมก็สงสัยว่าไปเจอกันที่ไหน แล้วก็มาที่บ้านจริงๆ วันนั้นหมดไป 2 ชั่วโมงกว่าบาท ค่าดู ค่าเปลี่ยนนั่นเปลี่ยนนี่ ยังไม่รวมถึงพวกทูปผนังใหม่ ซึ่งเราก็ตำตามเขา ทุกวันนี้ก็เหมือนเดิม ผมว่าไม่แตกต่าง (รังสรรค์ ไชครนวิสุทธิ์, 2558)

ภาคปฏิบัติการทางวาทกรรมจากการได้รับความรู้เกี่ยวกับสูงยิ่งเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ และการได้รับความรู้เกี่ยวกับสูงยิ่งจากสื่อสาธารณะที่มีความน่าเชื่อถือ ทำให้เกิดการก่อรูปของอำนาจ (Power) จากตัวบทความรู้ จากงานวิจัยของอนุตรา สารีผล (2545) ได้วิจัยเรื่อง “สูงยิ่ง : ความเชื่อเชิงพาณิชย์ศึกษารณิ หมู่บ้านโนเบิล วานา สาขาปิ่นเกล้า ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่พอใจที่โครงการนำหลักสูงยิ่งมาใช้ในการออกแบบและสร้างบ้าน เนื่องจากมีความเชื่อว่าจะช่วยเสริมดวงผู้อยู่อาศัย และทำให้บ้านน่าอยู่ขึ้น ทางด้านสถาปนิกจึงมีการนำสูงยิ่งมาใช้ในการออกแบบตามความต้องการของลูกค้าในเชิงพาณิชย์มาก เป็นการปิดกั้น กดทับและเบียดขับของโหราศาสตร์อื่น ๆ อย่างชัดเจน ทำให้ปัจจุบันพบการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบบ้านที่

ออกแบบโดยอิงความรู้ทางด้านฮวงจุ้ยมากขึ้น จากงานวิจัยของฉวีธิดา สุขมนัส (2545: 108) ได้ให้ความหมายว่าฮวงจุ้ย ว่าชาวจีนใช้ฮวงจุ้ยเป็นศาสตร์แห่งการพยากรณ์ และใช้ในการเลือกทำเลที่ตั้งของสถานที่สำหรับคนที่มีชีวิตอยู่ และคนตาย โดยยึดหลักแห่งความสมดุล และความกลมกลืนของสภาพแวดล้อมเพื่อให้เกิดความเจริญรุ่งเรือง ความอยู่ดีมีสุข แก่สมาชิกในครอบครัว นอกจากนี้ความรู้เกี่ยวกับฮวงจุ้ยยังถูกนำมาใช้ในการจัดการด้านบุคคลากร จากงานวิจัยของกชพรรณ อ่อนสุวรรณ (2555) เรื่อง ลักษณะบุคคลตามทฤษฎีธาตุกับภาวะผู้นำของบุคลากร โรงพยาบาลวังชิ้น มีการนำฮวงจุ้ยมาจัดการทางธุรกิจและความเป็นอยู่

ความรู้ และอำนาจของฮวงจุ้ยได้กระตุ้นให้เกิดความต้องการนำฮวงจุ้ยไปทดลองใช้และมีความเกี่ยวข้องกับการจัดการด้านการก่อสร้าง สถาปัตยกรรม โดยนำไปใช้ในการเลือกทำเลที่ตั้งของสถานที่ฝั่งบรรพบุรุษ นอกจากนี้ยังใช้ความรู้เกี่ยวกับฮวงจุ้ยในการบริหารจัดการด้านบุคคล ซึ่งจะเห็นได้ว่าภาคปฏิบัติทางวาทกรรมที่เกิดขึ้นรอบตัวก่อให้เกิดอำนาจ (Power) แห่งการสยบยอมอย่างแบบยล การนำความรู้ฮวงจุ้ยมาเป็นช่องทางการสร้างอำนาจ (Power) และการปรับเปลี่ยนโลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) เป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่รอบตัวอย่างไม่มีทางหลีกเลี่ยง ซึ่งอำนาจ (Power) ของฮวงจุ้ยมีแต่จะเพิ่มขึ้นและกดทับ ความคิด และจินตนาการของผู้คนให้เกิดการสยบยอมอย่างเลี่ยงไม่ได้ และยังขัดขวาง ทำลายโหราศาสตร์อื่น ๆ อย่างไม่รู้ความปราณี

2.4.2 ภาคปฏิบัติการของวาทกรรมฮวงจุ้ยผ่านความรู้และอำนาจ (Power) ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์

มาโนช ประภาษานนท์ ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ว่า

ในช่วงปี พ.ศ. 2530 – 2539 ความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจุ้ยได้รับการยอมรับอย่างมาก จากการขยายตัวของธุรกิจทางด้านอสังหาริมทรัพย์ ผู้ประกอบการมีการขยายกิจการทั้งด้านการซื้อหาที่ดินเพื่อการทำโครงการ และการเก็งกำไร นอกจากนี้ยังมีการทำโครงการที่อยู่อาศัยทั้งแนวราบและแนวสูงจำนวนมาก ประกอบกับภาครัฐ มีนโยบายส่งเสริมการลงทุน (BOI) และ การขยายระบบการคมนาคมสู่ชานเมือง ทำให้มีการขยายเมืองออกไปยังปริมณฑลรอบ ๆ การที่ผู้ประกอบการจะซื้อที่ดินแปลงใดๆ เพื่อการลงทุนจึงเป็นเรื่องที่จะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ (มาโนช ประภาษานนท์, 2558)

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับแนวคิดของอาจารย์มาโนช ประภาษานนท์ ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลจำนวนหน่วยการก่อสร้างที่อยู่อาศัยในช่วง พ.ศ. 2532 – 2540 ตาม

วัตถุประสงค์การวิจัย ภาคปฏิบัติการของสวงจู้ยผ่านความรู้และอำนาจ (Power) ที่เกิดจากการเติบโตทางธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนหน่วยการก่อสร้างที่อยู่อาศัยในช่วง พ.ศ. 2532 – 2558

ปี พ.ศ.	การออกใบอนุญาตจัดสรรที่ดิน กรุงเทพมหานคร (หน่วย)	ปี พ.ศ.	การออกใบอนุญาตจัดสรรที่ดิน กรุงเทพมหานคร (หน่วย)
2532	59,410	2546	20,781
2533	90,046	2547	25,177
2534	82,825	2548	16,804
2535	62,102	2549	19,503
2536	64,637	2550	13,837
2537	107,526	2551	15,792
2538	101,320	2552	14,797
2539	92,641	2553	20,784
2540	79,807	2554	24,853
2541	22,338	2555	21,271
2542	7,998	2556	20,247
2543	6,141	2557	16,381
2544	12,061	2558	20,875
2545	10,683		

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์, เข้าถึงเมื่อ 28 พฤศจิกายน 2558, เข้าถึงได้จาก <http://www2.bot.or.th/statistics/ReportPage.aspx?reportID=102&language=th>

จากตารางที่ 5 การขออนุญาตก่อสร้างจะพบว่าระหว่างปี พ.ศ. 2532 – 2540 มีจำนวนหน่วยการก่อสร้างที่อยู่อาศัยที่ขออนุญาตจำนวนมากแสดงให้เห็นถึงการเจริญเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ นอกจากนี้ในช่วงปี พ.ศ. 2530 – 2539 ช่วงเวลาที่มีการขยายตัวของธุรกิจอย่างมากเป็นช่วงเวลาที่ญี่ปุ่นย้ายฐานการผลิต (2530) มาประเทศไทยมีการลงทุนขยายการผลิต และการส่งออก มีการเปิดเสรีทางการเงิน (2533- 2536) และส่งผลให้ภาวะเศรษฐกิจมีการเจริญเติบโต

อย่างมาก (2533 – 2539) ส่งผลให้ธุรกิจทุกประเภท มีผลการดำเนินงานที่ดี มีกำไร และมีการขยายตัวทางธุรกิจอย่างมาก ประกอบกับเป็นช่วงเวลาที่ความเชื่อเรื่องฮวงจุ้ย เข้ามาในสังคมไทย และเริ่มได้มีการใช้ความรู้เรื่องฮวงจุ้ย เกี่ยวกับ ที่ดิน อาคาร ธุรกิจ ที่อยู่อาศัย จึงส่งผลให้ความรู้เรื่องฮวงจุ้ยได้รับการยอมรับ และกลายเป็นองค์ประกอบสำคัญในการทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

ตารางที่ 6 แสดงการเติบโต ของ GDP ของประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2517 – 2553

ปีที่	GDP	ขยายตัว (%)	ปีที่	GDP	ขยายตัว (%)	ปีที่	GDP	ขยายตัว (%)
2517	600.2	4.49	2530	1376.8	9.52	2543	3008.4	4.75
2518	629.9	4.94	2531	1559.8	13.29	2544	3073.6	2.17
2519	687.6	9.16	2532	1749.9	12.19	2545	3237	5.32
2520	755.4	9.86	2533	1945.3	11.17	2546	3468.1	7.14
2521	830	9.87	2534	2111.8	5.56	2547	3688.1	6.34
2522	873.5	5.24	2535	2282.5	8.08	2548	3858	4.61
2523	913.7	4.6	2536	2470.9	8.25	2549	4056.5	5.15
2524	967.7	5.91	2537	2692.9	8.98	2550	4256.5	4.93
2525	1019.5	5.35	2538	2941.7	9.24	2551	4361.4	2.46
2526	1076.4	5.58	2539	3115.3	5.9	2552	4263.3	-2.25
2527	1138.3	5.75	2540	3072.6	-1.37	2553	4476.5	5
2528	1191.2	4.64	2541	2749.6	-10.51	หมายเหตุ ปี 2553 เป็นตัวเลขประมาณการของกระทรวงการคลัง		
2529	1257.1	5.53	2542	2871.9	4.45			

ที่มา: ถวิล นิลใบ, โครงสร้างและสถานะเศรษฐกิจไทย, เข้าถึงเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2558, เข้าถึงได้จาก <http://123.242.156.42/awc59/data/upload/fileupload-20140107081409.pptx>

ฮวงจุ้ยได้ถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายในสังคมยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะกับการทำธุรกิจ เกี่ยวกับบ้าน ที่ดิน อาคาร อสังหาริมทรัพย์ เพราะโลกทัศน์ของฮวงจุ้ย อุดมคติ (Ideology) และความรู้ของฮวงจุ้ย มีหลักการที่สอดคล้องกับการก่อสร้าง สถาปัตยกรรมใน

ด้านต่าง ๆ เช่น การเลือกพื้นที่ก่อสร้าง การวางผัง การเลือกรูปทรง และการตกแต่งภายในอาคาร จากงานวิจัยของอนุตรา สารีผล (2545) การวิจัยเรื่อง “ฮวงจุ้ย : ความเชื่อเชิงพาณิชย์ ศักยภาพกรณี หมู่บ้าน โนเบิล วานา สาขาปิ่นเกล้า ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าน่าสนใจที่โครงการนำหลักฮวงจุ้ยมาใช้ในการออกแบบ และสร้างบ้าน เนื่องจากมีความเชื่อว่าจะช่วยเสริมดวงผู้อยู่อาศัย และทำให้บ้านน่าอยู่ขึ้น ทางด้านสถาปนิกจึงมีการนำฮวงจุ้ยมาใช้ในการออกแบบตามความต้องการของลูกค้าในเชิงพาณิชย์มาก ผู้ให้สัมภาษณ์ มีความต้องการนำความรู้เรื่องฮวงจุ้ยไปทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับที่ดิน สำนักงาน บ้าน ที่อยู่อาศัย อาจเป็นเพราะด้วยความรู้เรื่องฮวงจุ้ย ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับการอยู่อาศัยเป็นหลัก ความรู้ของ ฮวงจุ้ย เป็นสิ่งที่สร้างอำนาจ (Power) ในการครอบงำความคิด และจินตนาการของผู้ที่อยู่ในธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์

ความรู้เรื่องฮวงจุ้ยเป็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์โดยตรง ความรู้เกี่ยวกับ ฮวงจุ้ยก่อให้เกิดอำนาจ (Power) ในการสั่นคลอนโลกทัศน์ของบุคคล และสร้างการยอมรับ

เริ่มจากการมีแผนว่าจะซื้อที่ดิน ที่จะทำออฟฟิศใหม่ ก็เหมือนกับว่าไปเจอที่ดินแปลงหนึ่ง ที่คิดว่าเหมาะสม แต่ราคาที่ดินเหมาะสม และมีตัวเลือกนี้ที่ดีที่สุด แต่ก็คำนึงถึงฮวงจุ้ยเหมือนกัน แต่ที่ตรงนี้ดีที่สุด แต่ก็คิดเหมือนกันว่าถ้าเกิดฮวงจุ้ยไม่ดีจะทำยังไง ก็เริ่มจากออฟฟิศที่เราจะเช่าที่แรกแล้ว อันแรกที่เขาแนะนำเราไม่ชอบเลย แต่พอเดินออกมาในที่เดียวกันเลยเราชอบ ซึ่งยังมีแต่เสาที่ยังสร้างไม่เสร็จ แล้วมันตรงกับทางสามแพร่ง ซึ่งจริงๆ ตัวเองเป็นรุ่นใหม่ที่ไม่ค่อยเชื่อนักว่าทางสามแพร่งไม่เหมาะสมที่จะทำก็เลยไปหาวิธีแก้เพื่อที่จะได้ใช้ที่ดินนี้ (กัญณภัทร พงศ์พิศุทธินาถ, 2558)

ความรู้ ฮวงจุ้ย ถูกนำไปใช้งานในการซื้อที่ดินเพื่อทำสำนักงาน และได้นำความรู้เรื่อง ฮวงจุ้ยไปใช้ในการเลือกที่ดินที่มีฮวงจุ้ยดี ซึ่งจะพบได้ว่าฮวงจุ้ยถูกนำไปใช้ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์เป็นหลัก ตัวบทความเกี่ยวกับฮวงจุ้ย ที่กล่าวถึงคือที่ดินสามแยกเป็นที่ดินที่ไม่ดี จำเป็นต้องหาทางแก้ไข อำนาจ (Power) ของความรู้ส่งผลให้ต้องหาวิธีแก้ไขเพื่อการใช้ที่ดินส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจ

ความรู้เรื่องฮวงจุ้ยได้ถูกนำไปใช้ในการทำธุรกิจ โดยธุรกิจที่ได้นำฮวงจุ้ยไปใช้ได้แก่ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมีการเผยแพร่ข้อมูลทั้งทางด้านป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ สื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต และคอมพิวเตอร์ ทำให้การก่อรูปของฮวงจุ้ยเกิดขึ้นในสังคม และมีการนำไปใช้อย่างกว้างขวาง โดยมีการนำความรู้เรื่องฮวงจุ้ยมาใช้ในการบริหารโครงการ และนำความรู้ของฮวงจุ้ยมาใช้ในการตลาด โดยเฉพาะแนวคิดทางด้าน 4 P (Product, Price, Place,

Promotion) เพื่อสร้างความแตกต่าง และการได้เปรียบในเชิงธุรกิจ การจัดการทางด้านการตลาด มีการนำความรู้ และอำนาจ (Power) ใช้ทางด้าน 4 P

1. ตัวสินค้า (Product) มีการนำความรู้มาใช้ในการออกแบบตัวบ้าน อาคาร ให้สอดคล้องกับความรู้ของฮวงจุ้ย เช่น การจัดตำแหน่งประตูทางเข้า การวางตำแหน่งของห้องต่าง ๆ การใช้สี การใช้วัสดุ ให้เหมาะกับพื้นที่ และธาตุของผู้อยู่อาศัย การนำฮวงจุ้ยมาใช้ในการออกแบบบ้าน อาคาร ทำให้เกิดภาคปฏิบัติทางวาทกรรมที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เกิดการผลิตซ้ำทางด้านความรู้ สร้างการกดทับทางด้านโลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) แก่เจ้าของ สร้างการยอมรับทางสังคม นอกจากนี้ยังเป็นการกีดกัน ปิดกั้นโหราศาสตร์อื่น ๆ อีกด้วย

2. ราคาสินค้า (Price) ผลของการนำความรู้เรื่องฮวงจุ้ยมาใช้ทำให้การกำหนดราคาของสินค้า ซึ่งได้แก่บ้าน อาคาร ที่ดิน ของผู้ประกอบการ โครงการอสังหาริมทรัพย์ สามารถกำหนดราคาของสินค้าได้ตามที่ต้องการ และพบว่าโครงการที่นำฮวงจุ้ยมาใช้มีแนวโน้มที่จะมีราคาแพงกว่าโครงการที่ไม่ได้นำความรู้เรื่องฮวงจุ้ยมาใช้ อำนาจที่เกิดขึ้นจึงเป็นอำนาจที่ได้มาจากความเชื่อ และสร้างการยอมรับ

3. ด้านสถานที่ (Place) สำหรับฮวงจุ้ยแล้ว เรื่องสถานที่ และทำเลที่ตั้งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์โดยตรง โดยการที่จะทำโครงการบ้านจัดสรรจำเป็นต้องเลือกทำเลที่ดีเพราะเมื่อนำที่ดินมาทำเป็นโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อขายแล้ว บ้านในโครงการจะเป็นที่ต้องการของลูกค้า และทำให้ปิดการขายได้อย่างรวดเร็วสร้างผลกำไรจากการทำโครงการสำหรับผู้ซื้อที่ต้องการ ได้บ้าน อาคารในทำเลที่ดี เมื่ออยู่แล้วทำให้ครอบครัวมีความสุข และร่ำรวยเงินทองเช่นกัน อำนาจของฮวงจุ้ยจึงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า เป็นอำนาจที่การสร้างการสขบยอมจากลูกค้า สำหรับผู้ทำโครงการความรู้และอำนาจของฮวงจุ้ยเป็นการช่วงชิงการนำ (Hegemony) โดยใครก็ตามที่สามารถเลือกทำเลฮวงจุ้ยที่ดีได้มีโอกาสดังกล่าวจะประสบความสำเร็จทำให้เกิดการสขบยอมจากคู่แข่ง

4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Promotion) โครงการอสังหาริมทรัพย์ที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ พบว่ามีการนำความรู้ของฮวงจุ้ยมาใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจุดเด่นให้แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งความรู้นี้ได้กลายมาเป็นอำนาจในการดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้เกิดความต้องการในบ้านอาคารที่อยู่ในทำเลที่ดี โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ จะเป็นการนำโลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ของฮวงจุ้ยไปสู่สังคม เป็นการสร้างค่านิยม (Value) และสร้างการสขบยอมจากความรู้ที่แตกต่าง เป็นการสร้างค่านิยม (Value) และเป็นการเบียดขับ ขัดขวางโหราศาสตร์อื่น ๆ



ภาพที่ 3 โครงการอสังหาริมทรัพย์ที่นำฮวงจุ้ยไปใช้

สภาพเศรษฐกิจที่เติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2532 จนถึงปัจจุบัน ทำให้ผู้ประกอบการต้องการสร้างความมั่นใจในการประกอบธุรกิจ จึงมีการนำความรู้ของฮวงจุ้ยมาใช้ในเชิงสัญลักษณ์ เพื่อแสดงถึงอำนาจ (Power) จากการสร้างความแตกต่าง ก่อให้เกิดการยอมรับ และสร้างความไม่เท่าเทียมกันในการประกอบธุรกิจ ทำให้ฮวงจุ้ยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สร้างความแตกต่าง และกีดกันผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำความรู้เรื่องฮวงจุ้ยมาใช้ในการทำโครงการ ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีการจัดการเกี่ยวกับความรู้และอำนาจ (Power) ของฮวงจุ้ย อย่างชัดเจน เพราะฮวงจุ้ยเป็นความรู้ที่เกี่ยวกับที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ (Identity) ของฮวงจุ้ย อำนาจ (Power) ที่เกิดขึ้นจึงเป็นอำนาจ (Power) ของฮวงจุ้ยที่สามารถแสดงบทบาทได้อย่างเต็มที่ ฮวงจุ้ยสร้างความเป็นใหญ่ (Hegemony) และทำลายการเข้ามาของโหราศาสตร์อื่น ๆ อย่างสิ้นเชิง เกิดการสร้างค่านิยม (Value) ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ว่าต้องมีความรู้เกี่ยวกับฮวงจุ้ยเข้ามาเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการทำโครงการ

นอกจากนี้สวงจู้ยังครอบงำความคิด สร้างการสยบยอมจากทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่เจ้าของโครงการ พนักงาน ผู้ซื้อ ผู้ออกแบบ ผู้รับเหมา รวมถึงเจ้าหน้าที่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง การกระจายความรู้ และอำนาจ (Power) จากส่วนของโครงการไปสู่ผู้มีส่วนร่วม เป็นการตอกย้ำการสร้างการสยบยอม และเป็นการบดบัง ปิดกั้น โหราศาสตร์ อื่น ๆ จากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ได้อย่างเด็ดขาด

สรุป ภาวปฏิบัติการณ์ของวาทกรรม (Discourse practice) สวงจู้ผ่านความรู้และอำนาจ (Power) เป็นการจัดการสวงจู้ในด้านความรู้ และอำนาจ (Power) โดยในด้านความรู้สวงจู้ได้สร้างความรู้ที่แตกต่าง และสร้างความเป็นอื่น (The others) ซึ่งความรู้ของสวงจู้มีความสอดคล้องและหลักการที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม ทำให้เกิดการนำความรู้ไปใช้ในด้านการจัดการบริหารการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม การจัดการทางด้านการออกแบบ นอกจากนี้ความรู้ของสวงจู้ได้ถูกนำไปใช้ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ความรู้ของสวงจู้สถาปนาอำนาจ (Power) ที่ไปกดทับ และสร้างการสยบยอม ด้วยการมีสถาบันสวงจู้ และการมีผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ใช้อำนาจ (Power) ในการเปลี่ยนแปลง โลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) สร้างการยอมรับ สร้างค่านิยม (Value) จากผู้เกี่ยวข้อง อำนาจ (Power) ของสวงจู้จะช่วงชิงการนำ (Hegamony) กีดกัน ชัดขวาง บดบังเหนือโหราศาสตร์อื่น ๆ และสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีการนำความรู้ของสวงจู้มาใช้ในการบริหารจัดการโครงการ และนำความรู้ของสวงจู้มาใช้ในการบริหารจัดการทางด้านการตลาด โดยใช้แนวคิด 4P (Product, Price, Place, Promotion) เพื่อสร้างความแตกต่าง และการได้เปรียบในเชิงธุรกิจ

จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทางสังคมพบว่ามี การนำความรู้ (Knowledge) และอำนาจ (Power) ของสวงจู้ไปใช้ในการจัดการทางด้านธุรกิจซึ่งสามารถแยกได้เป็น

1. การจัดการทางด้านการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม มีการนำความรู้เกี่ยวกับสวงจู้ ด้านการเลือกทำเล การซื้อที่ดิน การใช้พื้นที่ การจัดภูมิสถาปัตย์ การเลือกทำเลที่ตั้งของสุสาน หลุมศพของบรรพบุรุษ

2. การจัดการทางด้านการออกแบบบ้าน อาคาร และการออกแบบตกแต่งภายใน เช่น การกำหนดตำแหน่งทิศทางของทางเข้าบ้าน อาคาร การกำหนดตำแหน่งของห้องต่าง ๆ การเลือกเฟอร์นิเจอร์ การใช้สี การใช้วัสดุ ให้เหมาะสมกับผู้อยู่อาศัย

3. การจัดการทางด้านการบริหารบุคคล โดยมีการนำเรื่องธาดุมมาใช้กับบุคลากรในการจัดการลักษณะบุคคลตามทฤษฎีธาดุมกับภาวะผู้นำของบุคลากร

4. การจัดการทางด้านการตลาดของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์พบว่ามีการนำความรู้ของ ฮวงจื๊อซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดทางด้าน 4 P คือ ตัวสินค้า (Product) ราคาสินค้า (Price) สถานที่ (Place) การประชาสัมพันธ์ (Promotion)

ตอนที่ 3 การสร้างพื้นที่ของฮวงจื๊อในสังคม

เนื่องจากฮวงจื๊อเป็นความรู้ที่มาจากประเทศจีน ระยะแรกการสร้างพื้นที่ของฮวงจื๊อจะอยู่ในกลุ่มชนชาวไทยเชื้อสายจีนซึ่งเป็นกลุ่มเฉพาะ การนำฮวงจื๊อมาใช้เป็นเรื่องที่พิเศษ เนื่องจากระยะแรกในประเทศไทยยังไม่มีโหราจารย์ที่มีความรู้เรื่องฮวงจื๊อมากนัก อาศัยเพียงผู้ที่อยู่ในครอบครัวที่มีผู้มีความรู้เรื่องฮวงจื๊อมาแนะนำบ้างซึ่งสำหรับผู้ที่มีความต้องการใช้ความรู้เรื่องฮวงจื๊ออย่างจริงจัง และมีฐานะการเงินที่ดี จะใช้วิธีเชิญโหราจารย์จากเมืองจีน เข้ามาช่วยแนะนำ และปรับสถานที่ เพื่อให้เกิดความสุข และความเจริญรุ่งเรือง เป็นการเริ่มสร้างพื้นที่ของฮวงจื๊อในวงแคบ ๆ

นอกจากนี้ประเพณีการไหว้บรรพบุรุษ หรือ เจิ้งเม้ง ยังเป็นประเพณีที่มีการนำฮวงจื๊อมาใช้ในการเลือกทำเล และการจัดสุสาน ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการนำฮวงจื๊อมาใช้ในการตกแต่งบ้าน และการปรับปรุงสำนักงาน และจากงานวิจัยของ ฉัชชา ชินธิป (2548) ได้ศึกษาเรื่องโหราศาสตร์กับการตัดสินใจทางธุรกิจ จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า นักธุรกิจทั้งแบบครัวเรือน และแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด มีความเชื่อว่าโหราศาสตร์ส่งผลต่อการประกอบกิจการ โดยมีความเชื่อและนำไปปฏิบัติจากประสบการณ์ที่สืบทอดกันมา ซึ่งโหราศาสตร์ที่นำมาช่วยในการตัดสินใจได้แก่ คัมภีร์มหาสดเลข ลายมือ ไพ่ยิปซี ฮวงจื๊อ และ โหงวเฮ้ง โดยจะใช้ฮวงจื๊อ ในด้านการทำธุรกิจเป็นหลัก ได้แก่ การเลือกตำแหน่งที่ตั้งที่อยู่อาศัย ตำแหน่งที่ตั้งค้าขาย การแบ่งพื้นที่ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Lefebvre (1998) ได้ให้ข้อสรุปว่า “พื้นที่” (Space) ไม่ได้หมายถึงขอบเขตหรือลักษณะทางภูมิศาสตร์ แต่หมายถึงพื้นที่ที่ต่อสู้กันทางอำนาจ (Power) และจะมี การเปลี่ยนแปลงตามผู้ที่อำนาจ (Power) และจะมีปรากฏการณ์แย่งชิงอำนาจ (Power) อยู่ตลอดเวลา จนกลายเป็น “พื้นที่ทางสังคม” (Social space) ดังนั้นทุกหนแห่งจึงสามารถสร้างให้เป็นพื้นที่ทางสังคมได้ ซึ่งจะประกอบด้วยอัตลักษณ์ (Identity) วัฒนธรรม ของกลุ่มบุคคล หรือชุมชน

ระหว่างปี 2532 – 2540 มีการเติบโตทางเศรษฐกิจค่อนข้างมาก ทั้งภาคอสังหาริมทรัพย์ และภาคอุตสาหกรรม การส่งออก ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ประสบความสำเร็จ มีกำไร และเกิดสภาพคล่องทางการเงิน เกิดการขยายตัวทางธุรกิจ มีการสร้างอาคาร สำนักงานจำนวนมาก รวมถึงความ

ต้องการในที่อยู่อาศัยก็มีมากตามมาด้วย ผลจากการเติบโตทางเศรษฐกิจ ระหว่างปี 2530 – 2540 จาก การเติบโตของเศรษฐกิจโลกทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ประสบความสำเร็จ และเติบโต องค์กร บริษัท ต่าง ๆ ที่ ใช้ความรู้เรื่องอสังหาริมทรัพย์มาประกอบในการทำธุรกิจก็จะเกิดความเชื่อและค่านิยม (Value) มีการนำ อสังหาริมทรัพย์มาใช้ในการตัดสินใจครั้งต่อไป การสร้างพื้นที่ในสังคมจึงเริ่มเติบโตและกระจายออกไป จากองค์กรหนึ่งไปสู่อีกองค์กรหนึ่ง จากองค์กรศูนย์กลางขององค์กร ด้วยการนำความรู้ที่ได้พบ เห็นจากสถานที่ทำงานมาปรับใช้กับบ้าน ที่อยู่อาศัย และเมื่อมีโอกาสเปิดกิจการของตนเองขึ้นมา ก็ นำความรู้เรื่องอสังหาริมทรัพย์ไปใช้ด้วย การนำอสังหาริมทรัพย์มาใช้มีทั้งที่ประสบความสำเร็จและไม่ประสบ ความสำเร็จ

การเติบโตทางด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ ทำให้ระบบการกระจายข้อมูลจากผู้รู้ไปสู่ผู้สนใจ ทำได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น แนวทางในการสร้างพื้นที่จึงมุ่งเน้น ไปที่ระบบสื่อสารมวลชน เพื่อให้ได้ กลุ่มคนจำนวนมาก การใช้ภาษาที่เป็นสากล การให้ข้อมูลที่เป็นมาตรฐาน จึงมีความสำคัญ ซึ่ง การสร้างพื้นที่ ได้แก่ 3.1 การสร้างพื้นที่จากการพัฒนาสิ่งพิมพ์ หนังสือ ที่รวดเร็ว 3.2 การสร้าง พื้นที่จากการสร้างสถาบันอสังหาริมทรัพย์ 3.3 การสร้างพื้นที่จากการเพิ่มจำนวนของโหราจารย์ 3.4 การสร้างพื้นที่จากการพัฒนาด้านการสื่อสาร โทรทัศน์ โซเชียลมีเดีย

3.1 การสร้างพื้นที่จากการขยายฐาน โดยใช้สิ่งพิมพ์ หนังสือ ที่รวดเร็ว

เป็นการสร้างความเป็นอื่นผ่านหนังสือเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ เป็นการสร้างพื้นที่ในยุคแรก ๆ ที่เป็นระบบกระจายข้อมูลอย่างทั่วถึง ทำให้ผู้ที่สนใจในอสังหาริมทรัพย์ ได้รับความรู้ แต่ยังไม่สามารถ นำไปใช้ได้คืบคั้น เนื่องจากส่วนใหญ่หนังสือเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์เป็นการนำหนังสือจากต่างประเทศมา แปลเป็นภาษาไทย มีจำนวนน้อย และการตีความหมายยังเป็นข้อมูลที่เป็นสภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศของประเทศจีน แต่ปัจจุบันหนังสือ เกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์สามารถหาซื้อได้ง่าย และ สะดวกขึ้น และมีผู้เขียนจำนวนมาก



ภาพที่ 4 หนังสือดวงจุ้ย

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญคือการได้มาซึ่งความรู้เกี่ยวกับดวงจุ้ย ได้แก่หนังสือ ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ (Identity) ของดวงจุ้ย หนังสือความรู้เกี่ยวกับดวงจุ้ยยังเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการกดทับ กีดกัน และลดความสำคัญของโหราศาสตร์อื่นลง ด้วยทศความรู้เกี่ยวกับดวงจุ้ยได้ถูกเขียน และจัดพิมพ์ เผยแพร่อยู่ตลอดเวลาเป็นการผลิตซ้ำ ๆ (Reproductive) เพื่อสร้างการช่วงชิงการนำ (Hegemony) เหนือโหราศาสตร์อื่น ๆ นอกจากนี้ความรู้เกี่ยวกับดวงจุ้ย ยังได้มีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เข้ากับสภาพทางธุรกิจ (Transformation) เช่นการประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับ ดวงจุ้ยในการออกแบบงานสัญลักษณ์ต่าง ๆ (Logo) เป็นการสร้างความแตกต่าง และการยอมรับของดวงจุ้ยที่เกิดขึ้นในสังคม และกดทับ บดบังโหราศาสตร์อื่น ๆ

โดยมีลำดับของหนังสือซึ่งทำให้ดวงจุ้ยสร้างพื้นที่ในสังคมได้อย่างกว้างขวางขึ้น ซึ่งจากที่ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าพบว่า หนังสือดวงจุ้ย ที่เป็นภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ ระหว่างปี พ.ศ. 2530 ถึง พ.ศ. 2558 จำนวนทั้งสิ้น 124 เล่ม

ผู้วิจัยได้ทำการสรุปเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้แต่งหนังสือเกี่ยวกับฮวงจุ้ย ระหว่างปี พ.ศ. 2530 ถึงปี พ.ศ. 2558 โดยแบ่งช่วงเวลาออกเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 ระหว่างปี พ.ศ. 2530 – 2540 ช่วงที่ 2 ระหว่างปี พ.ศ. 2541 – 2550 และช่วงที่ 3 ระหว่างปี พ.ศ. 2551 – 2558 โดยแบ่งหัวข้อที่เกี่ยวข้องออกเป็น 4 หัวข้อ คือ 1.หนังสือแปล จากภาษาอังกฤษ 2.หนังสือที่แปล จากภาษาจีน 3.หนังสือที่เขียนโดยคนไทย และ 4.หนังสือที่เขียนโดยคนต่างประเทศ

ตารางที่ 7 เปรียบเทียบที่มาของหนังสือฮวงจุ้ยที่เกิดจากประเภทของผู้เขียนที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2530-2558

ข้อ ที่	รายละเอียด	ปี พ.ศ.		
		พ.ศ. 2530 - 2540	พ.ศ. 2541 - 2550	พ.ศ. 2551 - 2558
		จำนวน 24 เล่ม	จำนวน 58 เล่ม	จำนวน 42 เล่ม
1	หนังสือฮวงจุ้ยที่แปล จาก ภาษาอังกฤษ	7	3	9
2	หนังสือฮวงจุ้ยที่แปลจากภาษาจีน	9	6	8
3	หนังสือฮวงจุ้ยที่เขียนโดยคนไทย	5	43	25
4	หนังสือฮวงจุ้ยที่เขียนโดย คนต่างประเทศ	3	6	

จากตารางที่ 7 ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ และแบ่งช่วงเวลาที่เกี่ยวข้องกับหนังสือฮวงจุ้ยที่เกิดขึ้นในประเทศไทยได้เป็น 3 ช่วงเวลา คือ

ช่วงเวลาที่ 1 ระหว่างปี พ.ศ. 2530 – 2540 พบว่าหนังสือฮวงจุ้ยส่วนใหญ่ แปลมาจากภาษาจีน และภาษาอังกฤษเป็นส่วนใหญ่ โดยมีผู้เขียนที่สำคัญ คือ Evelyn Lip, Sarah Rossback และหลี่เหินชุย เป็นที่น่าสนใจว่าหนังสือที่แปล ส่วนใหญ่เป็นหนังสือภาษาอังกฤษ แสดงให้เห็นว่าความรู้เรื่องฮวงจุ้ยเป็นความรู้ที่มีความเป็นสากล มีนักเขียนคนไทยที่แปลหนังสือเกี่ยวกับฮวงจุ้ยจำนวนมากคือคุณอำนวยการ ภัททิพย์เผ่าพงศ์ แต่มีผู้เขียนหนังสือฮวงจุ้ยที่เป็นคนไทยจำนวนไม่มากนัก สำนักพิมพ์ที่จัดพิมพ์หนังสือก็มีไม่มากนัก โดยมีสำนักพิมพ์ดอกหญ้า สำนักพิมพ์

สร้อยทอง นานมี โอเคียนสโตร์ เป็นผู้พิมพ์เผยแพร่รายใหญ่ ทำให้เริ่มมีการกระจายหนังสือไปทั่วประเทศ และเป็นจุดเริ่มต้นการแทรกตัวเข้ามาอย่างแยบยล และเริ่มเข้ามาเบียดบังพื้นที่ และบดบังความน่าเชื่อถือบางอย่างของโหราศาสตร์อื่น ๆ ประกอบกับเป็นช่วงที่ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มีการเติบโต มีการนำความรู้เกี่ยวกับดวงจ्यूมาใช้ในส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ งานก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม

ช่วงเวลาที่ 2 ระหว่างปี พ.ศ. 2541 – 2550 เป็นช่วงเวลาที่หนังสือเกี่ยวกับดวงจ्यूจำนวนมาก และมีความหลากหลายในการให้ความรู้ มีหนังสือเกี่ยวกับดวงจ्यूที่เขียนโดยนักเขียนชาวไทยจำนวนมากขึ้น โดยมีนักเขียนคนสำคัญคือ อาจารย์มาโนช ประกาสานนท์ และคุณภาณุวัฒน์ พันธุ์วิชาติกุล หนังสือที่เขียนโดยชาวต่างประเทศ ก็เริ่มได้รับความนิยม หนังสือดวงจ्यूได้รับการผลิตโดยผู้ผลิตที่มีศักยภาพ เช่น สำนักพิมพ์มติชน สำนักพิมพ์ไพลิน ซึ่งเป็นสำนักพิมพ์ที่ผลิตหนังสือราคาถูก ขายตามการจัดงานต่าง ๆ ทำให้สามารถกระจายหนังสือดวงจ्यूไปได้ทั่วประเทศอย่างรวดเร็ว และทั่วถึง มีการผลิตซ้ำ (Reproductive) สร้างการยอมรับ และ อำนาจ (Power) ที่เกิดเป็นค่านิยม (Value) ว่าในการทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ การประกอบธุรกิจต่าง ๆ หรือการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัยต้องได้รับการตรวจสอบดวงของดวงจ्यूก่อน

ช่วงเวลาที่ 3 ระหว่างปี พ.ศ. 2551 – 2558 เป็นช่วงเวลาที่หนังสือเกี่ยวกับดวงจ्यूจำนวนมาก หนังสือดวงจ्यूที่แปลมาจากภาษาอังกฤษ หนังสือที่เขียนโดยผู้เขียนเชื้อสายจีน โดยมีผู้เขียนที่สำคัญ คือ Joey Yap และมีผู้แปล คือคุณภาณุวัฒน์ พันธุ์วิชาติกุล นอกจากนี้ยังพบว่า มีผู้เขียนหนังสือเกี่ยวกับดวงจ्यूที่เป็นนักเขียนหน้าใหม่ ๆ เพิ่มจำนวนมากขึ้น และมีความหลากหลายในการให้ความรู้เกี่ยวกับดวงจ्यू ทางด้านสำนักพิมพ์เริ่มมีสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่เข้ามาดำเนินการ เช่น สำนักพิมพ์มติชน เนชั่นบุ๊คส์ อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง ซีเอ็ด ยูแอนด์ยู ทำให้การรับรู้เรื่องดวงจ्यूผ่านหนังสือสามารถทำได้สะดวก รวดเร็ว และ กระจายไปได้ทั่วประเทศ ความรู้ดวงจ्यूจากได้สร้างพื้นที่อย่างทั่วถึง และ มีความเฉพาะเจาะจงลงไปมากขึ้น ก่อให้เกิดการปิดกั้น สร้างความเป็นใหญ่ (Hegemony) เหนือโหราศาสตร์อื่น ๆ

ตารางที่ 8 เปรียบเทียบเนื้อหาของหนังสือสงฆ์ที่เกิดขึ้นระหว่างปี พ.ศ. 2530-2558

ข้อที่	รายละเอียด	ปี พ.ศ.		
		พ.ศ. 2530 - 2540	พ.ศ. 2541 - 2550	พ.ศ. 2551 - 2558
		จำนวน 24 เล่ม	จำนวน 58 เล่ม	จำนวน 42 เล่ม
1	ความเป็นมาและความเชื่อเกี่ยวกับ สงฆ์	12	16	7
2	ความรู้เรื่องสงฆ์เกี่ยวกับศาสนา	1	1	
3	ความรู้เรื่องสงฆ์เกี่ยวกับท่าเล	4	3	
4	ความรู้เรื่องสงฆ์กับที่อยู่อาศัย การ ออกแบบตกแต่งภายใน	3	15	13
5	ความรู้เรื่องสงฆ์กับการจัดสวน		3	2
6	ความรู้เรื่องสงฆ์กับสำนักงาน ธุรกิจ ค้าขาย	1	8	5
7	ความรู้เรื่องสงฆ์เกี่ยวกับแฟชั่น	2		2
8	การแก้ปัญหาด้วยสงฆ์		6	4
9	การจัดสงฆ์ด้วยตนเอง		4	7
10	สิ่งของที่เป็นมงคลเสริมสงฆ์	1	2	2
	รวม	24	58	42

จากตารางที่ 8 ผู้วิจัยได้ทำการสรุปเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความรู้เรื่องสงฆ์ ระหว่างปี พ.ศ. 2530 ถึงปี พ.ศ. 2558 โดยแบ่งช่วงเวลาออกเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 ระหว่างปี พ.ศ. 2530 – 2540 ช่วงที่ 2 ระหว่างปี พ.ศ. 2541 – 2550 และช่วงที่ 3 ระหว่างปี พ.ศ. 2551 – 2558 โดยแบ่งหัวข้อที่เกี่ยวข้องออกเป็น 13 หัวข้อ คือ 1. ความเป็นมาและความเชื่อเกี่ยวกับ สงฆ์ 2. ความรู้เรื่องสงฆ์เกี่ยวกับศาสนา 3. ความรู้เรื่องสงฆ์เกี่ยวกับท่าเล 4. ความรู้เรื่องสงฆ์กับที่อยู่อาศัย การออกแบบตกแต่งภายใน 5. ความรู้เรื่องสงฆ์กับการจัดสวน 6. ความรู้เรื่องสงฆ์กับสำนักงาน ร้านค้า ธุรกิจ

ค้าขาย 7.ความรู้เรื่องสวิงจู้เกี่ยวกับแฟชั่น 8.การแก้ปัญหาด้วยสวิงจู้ 9.การจัดสวิงจู้ด้วยตนเอง และ 10.สิ่งของที่เป็นมงคลเสริมสวิงจู้

ช่วงเวลาที่ 1 ระหว่างปี พ.ศ. 2530 – 2540 เนื้อหาของหนังสือ สวิงจู้ที่เน้นความเป็นมาของความรู้เรื่องสวิงจู้เป็นหลัก มีการเน้นเนื้อหาในการเลือกทำเลที่ดีตามหลักสวิงจู้ การนำสวิงจู้ไปใช้ในการปรับปรุงที่อยู่อาศัย เกี่ยวกับการตกแต่งบ้าน มีการนำความรู้เกี่ยวกับสวิงจู้มาออกแบบโลโก้ สัญลักษณ์ เครื่องหมายต่าง ๆ เป็นจุดเริ่มต้นการสร้างอัตลักษณ์ (Identity) ของสวิงจู้ที่เกี่ยวกับธาตุ ทิศ และทำเลที่ตั้ง

ช่วงเวลาที่ 2 ระหว่างปี พ.ศ. 2541 – 2550 เนื้อหาของหนังสือสวิงจู้ยังคงเน้นที่ความเป็นมาของความรู้เรื่องสวิงจู้เนื้อหาเริ่มให้ความสำคัญกับการนำสวิงจู้ไปใช้ในการปรับปรุงที่อยู่อาศัย เกี่ยวกับการตกแต่งบ้าน การนำความรู้เรื่องสวิงจู้ไปเกี่ยวข้องกับการจัดสำนักงาน การดำเนินธุรกิจ การค้าขาย นอกจากนี้ มีการนำความรู้เรื่องสวิงจู้ไปแก้ไขปัญหาดังต่าง ๆ มีหนังสือสวิงจู้ที่เกี่ยวข้องกับความรู้ทางด้านสถาปัตยกรรม วิศวกรรม การตกแต่งภายใน การจัดสวน หนังสือส่วนใหญ่เน้นเกี่ยวกับการนำสวิงจู้มาปรับปรุงการใช้ชีวิต ให้ชีวิตมั่นคง มีโชคลาภ ความสำเร็จ และเป็นหนังสือสวิงจู้ที่สามารถเรียนรู้ และสามารถนำไปใช้ได้ด้วยตนเอง

ช่วงเวลาที่ 3 ระหว่างปี พ.ศ. 2551 – 2558 เนื้อหาให้ความสำคัญกับการนำสวิงจู้ไปใช้ในการปรับปรุงที่อยู่อาศัย เกี่ยวกับการตกแต่งบ้าน รวมถึงการจัดสวน การอยู่อาศัยในคอนโด การสร้างโรงงาน เป็นหนังสือสวิงจู้ส่วนใหญ่เน้นการอ่านที่ทำความเข้าใจได้ง่าย และสามารถนำไปใช้ได้ทันที หนังสือสวิงจู้ที่เน้นทางด้านธุรกิจ การค้าขาย สุขภาพ และความงาม มีการแลกเปลี่ยนความรู้ของสวิงจู้ออกเป็นความรู้เฉพาะด้าน เช่น สวิงจู้กับการออกแบบแฟชั่น และการนำสวิงจู้ไปผสมผสานกับศาสตร์อื่น ๆ และมีหนังสือเกี่ยวกับการนำสิ่งของที่เป็นมงคลเสริมสวิงจู้

การสร้างพื้นที่ของสวิงจู้จากหนังสือถือว่าเป็นจุดเริ่มที่สำคัญที่สุด จะเห็นได้ว่าในระยะแรกของการรับรู้เกี่ยวกับสวิงจู้ หนังสือได้เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากต่อการรับรู้ และการสร้างพื้นที่ของสวิงจู้ในสังคม เพราะเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมในเวลานั้นก่อนที่จะมีการเข้ามาของโซเชียลมีเดีย หนังสือ หรือเอกสารเกี่ยวกับสวิงจู้เป็นการนำตัวบท (Text) โลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) ของสวิงจู้ไปสู่ประชาชน ทำให้เกิดการแทรกตัวของสวิงจู้เข้ามาในสังคม ด้วยความรู้ที่แตกต่าง และมีอัตลักษณ์ (Identity) เกิดการผลิตซ้ำ ๆ (Reproductive) ของความรู้ และเริ่มมีการปิดกั้น ขัดขวาง ความรู้ของโหราศาสตร์อื่น ๆ ที่จะเข้ามา และเกิดช่วงชิงการนำ (Hegemony)

หนังสือฮวงจู้ทำหน้าที่ในการสั่นคลอนโลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) ของผู้คนในสังคม ให้เปิดรับความรู้ใหม่ๆ ด้วยความสะดวกและสามารถพกพาไปได้ ทุกๆ ที่ ทำให้สร้างการกดทับความคิดอย่างค่อยเป็นค่อยไป การเติบโตของระบบการพิมพ์ทำให้ต้นทุนหนังสือมีราคาถูกลง การเข้าถึงหนังสือฮวงจู้ยังทำได้ง่ายจากจำนวนหนังสือที่เพิ่มขึ้น เรื่องราวที่แตกแยกย่อยและความเกี่ยวข้องกับความรู้ในสาขาวิชาอื่น ๆ ประกอบกับระบบการกระจายสินค้าที่รวดเร็ว กว้างขวาง ยิ่งทำให้การกระจายความรู้ของฮวงจู้ไปสู่สังคมที่ไกล ๆ ทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างการผลิตซ้ำที่ทำได้อย่างต่อเนื่อง หนังสือฮวงจู้ได้สร้างความเป็นอื่น (The others) ที่แตกต่างจากโหราศาสตร์ที่มีอยู่ หนังสือฮวงจู้มีทั้งที่เป็นหนังสือต่างประเทศ และหนังสือแปล ทำให้เกิดการกดทับ เบียดขับหนังสือโหราศาสตร์อื่น ๆ ซึ่งแทบจะไม่มีหนังสือเลย ทำให้บทบาทของฮวงจู้ที่อยู่เฉพาะส่วนบุคคล (Individual Identity) ได้รับการเผยแพร่ออกสู่สังคม (Social Identity) และเริ่มสร้างการสยบยอมเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยความที่หนังสือฮวงจู้มีทั้งที่เป็นภาษาต่างประเทศ ทั้งภาษาจีน ภาษาอังกฤษ ยิ่งทำให้ความรู้เกี่ยวกับฮวงจู้มีความเป็นสากลเหนือโหราศาสตร์อื่น ๆ ยิ่งทำให้เกิดการกดทับทางความคิด และสร้างอำนาจ (Power) ให้เกิดการสยบยอม ทั้งจากบุคคล และโหราศาสตร์อื่น ๆ (รายชื่อหนังสือดูได้จาก ภาคผนวก)

หนังสือจึงเป็นตัวบท (Text) ที่แสดงอัตลักษณ์ (Identity) ที่แท้จริงของฮวงจู้ อย่างเป็นทางการ และง่ายต่อการเข้าถึง ที่สำคัญสามารถนำมาศึกษาเกี่ยวกับฮวงจู้ได้ตลอดเวลา เป็นการย้ายการสร้างการสยบยอมอย่างค่อยเป็นค่อยไป หนังสือยังเป็นสิ่งที่ไปเปลี่ยนโลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) ของผู้คนที่ต้องการหาความมั่นคง และกำลังใจจากคนที่ทำธุรกิจ คนที่ต้องการสร้างครอบครัวที่มีความสุข โดยอาศัยความรู้ทำเลที่ตั้ง บ้านที่อยู่อาศัย การกดทับต่อบุคคล และโหราศาสตร์ที่มีอยู่อย่างต่อเนื่องจากการที่มีหนังสือเกี่ยวกับฮวงจู้ออกสู่ตลาดและการที่มีหนังสือต่างประเทศที่แสดงความเป็นสากล ยิ่งเบียดขับสร้างความเป็นอื่น (The Others) ที่ชัดเจน และสร้างพื้นที่ในสังคมได้อย่างมั่นคงมากขึ้น

3.2 การขยายฐานอำนาจเพื่อสร้างสถาบันฮวงจู้

เป็นการสร้างพื้นที่และสร้างการปิดกั้นโหราศาสตร์อื่นๆ ที่มีอยู่ในสังคม โดยเกรียงไกร บุญชุกรานนท์ ได้ก่อตั้งชมรมภูมิโหราศาสตร์ ขึ้นในปี พ.ศ. 2532 และได้ให้ความรู้เรื่องฮวงจู้แก่ผู้ที่สนใจ มีการอบรมให้ความรู้ จนมีจำนวนของโหราจารย์ในเมืองไทยเพิ่มมากขึ้น มีการแยกตัวออกไปตั้งชมรมต่างๆ อีกมากมาย ซึ่งการเปิดเป็นชมรมก็จะมีการนำความรู้เรื่องฮวงจู้ไปเผยแพร่ด้วย เช่น สถาบันศาสตร์ฮวงจู้ในประเทศไทย สถาบันคั่นคว้าวิชาการฮวงจู้ ศูนย์วิชาการฮวงจู้ (ประเทศไทย) ชมรมฮวงจู้โฮเทค ชมรมโหราศาสตร์ และฮวงจู้

ถ้าเขาไปจัดฮวงจุ้ยกับคนอื่นที่ประสบความสำเร็จ มันก็มีโอกาสจะมีชื่อเสียง แล้วก็มี
นักธุรกิจคนอื่นไปจัดด้วย หรือแม้กระทั่งในยุคนี้ พอเจออาจารย์ที่ค่อนข้างเก่ง แล้ววิชาที่เขา
สอนๆกัน แล้วมันใช้ได้จริง แล้วมันตรงซัก 80% ลูกศิษย์ที่ไปเรียนแล้วเอาไปใช้ต่อ แล้วมันก็
ถูกอีก 70-80% มันก็ทำให้เกิดชินแสใหม่ๆขึ้นมาเยอะพอสมควร (โอฬาร กรองจิต, 2558)

ความรู้ฮวงจุ้ยที่ถูกต้อง เมื่อนำไปใช้งานเกิดผลจะทำให้เกิดการนำความรู้ไปสอน
หรือเผยแพร่ต่อ จะเป็นช่องทางที่ทำให้เกิดชินแสใหม่ ๆ และความรู้จะถูกเผยแพร่ออกไป เป็น
การสร้างพื้นที่ในสังคม



ภาพที่ 5 สถาบันต่าง ๆ ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับ ฮวงจุ้ย

การสร้างพื้นที่ทางสังคมด้วยวาทกรรมการสร้างสถาบันฮวงจุ้ยเพื่อทำหน้าที่ดำรงไว้
ซึ่งตัวของ ฮวงจุ้ย ก่อให้เกิดการช่วงชิงการนำ (Hegemony) กับ โหราศาสตร์อื่น ๆ ก่อให้เกิด
การเปลี่ยนแปลงโลกทัศน์ของผู้ที่เกี่ยวข้องกับฮวงจุ้ย ทำให้เกิดการยอมรับ เป็นการสร้างค่านิยม
(Value) ใหม่ที่เกิดขึ้นภายในสังคม ซึ่งก่อให้เกิดอำนาจ (Power) อย่างแยกขาด นอกจากนี้สถาบันยังมี

หน้าที่หลักในการสร้างผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้วาทกรรมของฮวงจู้ย ยังคงดำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ (Identity) ที่เป็นที่ยอมรับของสังคม

สถาบันฮวงจู้ยเปรียบประดุจเสาหลักของความรู้เรื่องฮวงจู้ย เป็นสถานที่บอกเล่าถึงรากเหง้าที่มาของความรู้เรื่อง อัตลักษณ์ (Identity) และความเป็นตัวตนที่แท้จริงของฮวงจู้ย สถาบันฮวงจู้ยก่อให้เกิดการสั่นคลอนความเชื่อโลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) เกี่ยวกับการหาความสุข ความสำเร็จในการใช้ชีวิต ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโลกทัศน์ของผู้ที่เกี่ยวข้องกับฮวงจู้ย ทำให้เกิดการยอมรับ เป็นการสร้างค่านิยม (Value) ใหม่ที่เกิดขึ้นภายในสังคม ความรู้ของฮวงจู้ยที่มีความเกี่ยวข้องกับงานก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม ทำให้ฮวงจู้ยสามารถสร้างความเป็นอื่น (The others) ได้อย่างมีเอกภาพ ซึ่งก่อให้เกิดอำนาจ (Power) อย่างแยบยล นอกเหนือจากโหราศาสตร์อื่น ๆ สถาบันฮวงจู้ยจึงทำหน้าที่ส่งต่อความรู้ และตอบคำถาม แก่ปัญหาเกี่ยวกับฮวงจู้ย เป็นการสร้างพื้นที่ทางสังคม (Social Identity) ช่วงชิงการนำ (Hegemony) ซึ่งทำให้ความรู้เรื่องฮวงจู้ยยังมีอำนาจ (Power) มากขึ้น และสร้างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากทั้งตัวบท (Text) และวาทกรรมที่ปรากฏในสังคม

3.3 การสร้างพื้นที่จากการขยายฐานด้วยการเพิ่มจำนวนของโหราจารย์

เป็นการสร้างพื้นที่ผ่านผู้เชี่ยวชาญจากการกดทับ และสร้างการสยบยอม การอ่านหนังสือเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำความเข้าใจในฮวงจู้ยได้ชัดเจน ผู้ที่สนใจจะนำฮวงจู้ยไปใช้จึงมีการศึกษาฮวงจู้ยทั้งจากหนังสือ และสื่อต่าง ๆ รอบตัว รวมถึงให้ความสนใจในการเข้าเรียน เข้ารับการอบรม โดยดูได้จากกรณีที่มิสถาบันให้ความรู้เรื่องฮวงจู้ยเกิดขึ้นจำนวนมาก ปัจจุบันฮวงจู้ยกลายเป็นธุรกิจที่มีการขยายตัวเป็นอย่างมาก มีการสร้างพื้นที่ทางสังคมด้วยภาคปฏิบัติการทางวาทกรรม มีโหราจารย์ หรือซินแส ที่ให้บริการดูฮวงจู้ย ซึ่งผู้ใช้บริการต้องเสียค่าใช้จ่ายให้กับโหราจารย์ หรือซินแส และมีการขายสินค้าเกี่ยวกับการแก้ไขฮวงจู้ย ซึ่งเป็นฮวงจู้ยสมัยใหม่ เรียกนิยายหมวกดำ เป็นสำนักที่มุ่งค้าขาย และเป็นการทำธุรกิจ จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์ พบว่าปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายมีผลต่อการเลือกใช้บริการจากโหราจารย์ หรือซินแส และการที่โหราจารย์ หรือซินแส ขายของที่แก้ไขฮวงจู้ย ผู้ให้สัมภาษณ์มีทั้งมองในแง่ลบ และ ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนถือเป็นเรื่องปกติ

เจ้าแรกเลย เป็นลูกศิษย์ของ มอ. ไล่ชุดดำมาเลย มาตั้งโต๊ะไหว้เจ้าด้วย แต่เขาไม่เคลียร์เรื่องค่าใช้จ่ายกับผม ซึ่งผมไหว ผมถามว่า 4,000 ทำแค่นี้ เขาบอกว่าตั้งโต๊ะไหว้เจ้า และดูฮวงจู้ยให้ ผมก็ให้มา สามี่เขาก็จับแท่งซี่มา พอมาถึงก็เปิดประตูเข้ามานั่งโต๊ะ แล้วก็เอา

ส้ม 4 ลูกไว้ แล้วก็เดินเข้ามาในบ้าน ผัวทักอย่างหนึ่ง เมียทักอย่างหนึ่ง ประคองอะไรชนกัน ต้องเอียงอะไร ผมฟังดูแล้ว 2 คนผัวเมีย นี่ขัดแย้งกันเอง แม้กระทั่งข้อเดียว ผมหมดความศรัทธาทันทีเลย ก็เลยบอกให้พอ เพราะไม่สามารถบอกได้ว่าให้ทำอะไร แค่นี้พอ สรุปเขาขอค่าใช้จ่ายอีก 3 พัน เขาบอกว่าค่าแท็กซี่เขาอะไรพวกนี้ เขาก็พูดทำนองว่าไม่จ่ายก็ไม่เป็นไร แต่ทั้งหมดที่เข้าไปเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เหมือนผม โกงเขา หายนะมันจะกลับมาหาผม เหมือนผมจะโกงเขา แค่ 3000 ผมจ่ายได้ แต่เสียวรู้คน มันเจ็บใจ ถ้าเราไม่ได้ยื่น 4000 มาก่อน จะไม่ว่าอะไร ในที่สุด พอสิ้นเดือนก็ฝากเลขเอาเงินไปให้ ไม่ให้มันคาใจ

นอกจากนี้ผู้ให้การสัมภาษณ์ยังได้เชิญ โหราจารย์ รายที่ 2 เข้ามาปรับปรุงพื้นที่ ซึ่งมี การแก้ไขที่แตกต่างจากซินแสคนแรก

รายที่ 2 ก่อนข้างจะไสยศาสตร์ แต่เก่งนะ เขาเห็นในสิ่งที่เรารู้คนเดียว แต่เขาฐานะ น่าจะสำนักเต๋าตำ พอเข้ามาบ๊อบ เขาไปทำนองสาวเสียหลายแสนเลย เกือบล้าน ที่พระราม 3 จนน้องสาวรวยขึ้น ค่าขายดีขึ้น เลยให้มาช่วยพี่ชายหน่อย ผมไม่รู้เลยว่าค่าใช้จ่ายเท่าไร ด้วย ความที่เขามีอายุ แต่เราเด็ก ในที่สุดก็ดูเสร็จแล้วเรียกหมื่นสอง ตอนนั้นเงินเดือนแค่ 7,500 บาท ผมก็เลยบอกน้องไปว่าเฮียไม่ไหว ไม่มีเงิน น้องถามว่ามีเท่าไรก็ใส่ไป แล้วพาซินแสไป กินข้าว ก็จับกันไป ไม่ได้แข่งอะไร ตอนนั้นเขาให้ทำดินนูนไว้ทางด้านขวามือของบ้าน ทาง ทิศตะวันออกของบ้าน แล้วทำให้มันเป็นขาเต่า หัวเต่า เพื่อช่วยให้ภรรยาผม แล้วให้อาเชือก แดงไปผูกคุ่มน้ำทุกคุ่ม ลดพลังของน้ำ แล้วทางทิศตะวันตกห้ามมีน้ำโดยเด็ดขาด ให้อ่าน้ำ ออกให้หมด แล้วให้ภรรยาอนขวามือผม ซึ่งปกติเคยนอนด้านซ้าย ผมถามเขาว่าซินแสรับ การดูดวงจู้ หรือการทำบ้านที่ซินแสแนะนำมันอยู่ได้กี่ปี ซินแสบอกว่ายุคเรอดอนนี่ก็เป็น 3 ปี ต่อไปก็จะเปลี่ยนเป็นยุค 8 แล้วแล้วซินแสก็ต้องมาใหม่ใช่ไหม เขาก็ยิ้ม ๆ

เพื่อให้เกิดความมั่นใจผู้ให้การสัมภาษณ์จึงได้เชิญ โหราจารย์ รายที่ 3 เข้ามาปรับปรุง พื้นที่เดิม ซึ่งมีการแก้ไขที่แตกต่างจากโหราจารย์ทั้ง 2 คน

รายที่ 3 ก็เป็นเพื่อนของเขาเอง ซึ่งเขาก็อุปปี อ.มอ แล้วก็มาเรียนด้วยญาณพิเศษของ เขาเอง รวม 3 อย่าง ที่บอกว่าให้สาดเกลือในทิศอุดร บางอย่างผมก็ทำเช่น ห้องคริสตัล เพราะ ผมเผชิญมืออยู่ 1 ลูก ซ้อมมา 199 บาท แล้วให้อ่าน้ำใส่อ่าง แล้วเอาเหรียญหกเหรียญมาวางใน ทิศนั้น ก็ไม่เสียดังเลยทำ แต่กะกะนิดหน่อย แล้วก็โรยเกลือไม่ได้ทำ เพราะว่าถ้าเกิดเราโรย

ในบ้าน แล้วเราต้องไปกวาด มันจะเก็บกวาดยาก เพราะติคเฟอร์นิเจอร์อีก (โทกิจ ทองกุลธรรมวงศ์, 2558)

การปฏิบัติตามคำแนะนำของโหราจารย์ฮวงจู้ทั้ง 3 ท่าน ซึ่งมีความแตกต่างกันทางด้านวิธีปฏิบัติ และการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย ทำให้เกิดความสับสน และไม่แน่ใจว่าฮวงจู้จะช่วยแก้ปัญหา และส่งเสริมให้ชีวิตมีความสุข ความสำเร็จ ได้หรือไม่ โหราจารย์มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างพื้นที่ทางวาทกรรมของฮวงจู้ เพราะเป็นผู้นำตัวบทของฮวงจู้ ไปสู่การยอมรับ การช่วงชิงการนำ (Hegemony) และการสร้างอำนาจ (Power) ครอบงำผู้ที่เกี่ยวข้อง

สำหรับประเทศไทย มีซินแสฮวงจู้ที่มีชื่อเสียง ที่เป็นที่ยุติจำนวนมาก ซินแสฮวงจู้แต่ละท่านต่างก็มีความรู้ความชำนาญ และเป็นที่ยุติ เช่น อาจารย์เกรียงไกร บุญชานนท์ และอาจารย์ วิศิษฐ์ เตชะเกษม ผู้ก่อตั้งชมรมภูมิโหราศาสตร์ อาจารย์อาจารย์มาโนช ประภาษานนท์ นักเขียน และผู้ดำเนินรายการฮวงจู้ อาจารย์มาศ เศรษฐศาสตร์ ผู้อำนวยการสถาบันค้นคว้าวิชาการฮวงจู้แห่งประเทศไทย อาจารย์วรธนัท อัครกุลโกวิท ฯลฯ ซึ่งอาจารย์บางท่านได้ให้บริการด้านการสอนความรู้เรื่องฮวงจู้ และยังให้บริการรับแก้ไขปัญหา โดยใช้ความรู้ทางด้านฮวงจู้

อาจารย์ที่ไปเรียนก็โอเค แต่มาตอนหลัง ขายของเยอะมาก แพง ที่ซื้อมาก็เกือบแสนแล้ว คิดว่าไม่ใช่ละ ไม่กล้าบอกที่บ้าน แต่เวลาพวกฤกษ์ยามยามดี ก็ถูกหวนนะ แต่เรื่องการตลาดนี้เยอะไปนิดนึง เลยทำให้ไม่ค่อยอยากจะเรียนต่อ แล้วเพื่อนๆในห้องก็มีคนบ่นหลายคน พอคอร์สแรกจะจบ ก็จะจบแบบค้างๆ ถ้าไม่เรียนต่อก็ไม่เข้าใจ เป็นอย่างนี้ทุกคอร์ส ถ้าเรียนจบคอร์ส 2 เขาก็ข้ามไป 4 พอเรียนจบก็ต้องกลับมาเรียน 3 อีก มันก็เลยไม่ต่อเนื่อง มันผูกกัน ไปผูกกันมา มีของขายก็แพงมาก คนบ่นเยอะเลย (รัตยา บวรภัทรเดช, 2558)

การเข้าเรียนกับโหราจารย์แต่พบว่ามีการสอนที่ค่อนข้างเอาเปรียบผู้เรียน และเน้นการตลาดการขายของมากเกินไป ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของฮวงจู้ในแง่ลบ ซึ่งจะส่งผลเสียต่อการดำรงอยู่ของฮวงจู้ได้ “หากแพงเป็นแสน แล้วไม่ได้มีที่มา ไม่ได้มีคนแนะนำมาว่าดี ตัวเองก็คงไม่เอา คงต้องใช้เวลาศึกษา และต้องเป็นซินแสที่เชื่อถือได้” (วนิฐา โททะนุ, 2558)

ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการบริการของโหราจารย์แพง ผู้ที่เชื่อถือก็พร้อมที่จะจ่ายแต่ต้องเป็นโหราจารย์ที่น่าเชื่อถือ แสดงให้เห็นว่าโหราจารย์ทางด้านฮวงจู้ทำหน้าที่เป็นเสมือนตัวแทนของวาทกรรมของฮวงจู้ที่มีต่อสังคมในการสร้างการยอมรับ และสร้างอำนาจ (Power) ของฮวงจู้ต่อบุคคล และสังคม “ถ้าเราไม่มีเงินมาก แต่ไปจ้างหมอดูเป็นหมื่นเป็นแสนมาดู แทนที่จะได้แต่

กลับเสียตรงนี้ไป เราต้องดูตามกำลังของเรา ว่าเราสามารถถึงจุดไหน ไม่ใช่เกินกำลังทรัพย์ของตัวเอง เสียไปหมด” (นวลพรรณ ไ้ม้แก, 2558)

นอกจากนี้ยังพบว่าค่าใช้จ่ายที่ควรดูตามกำลังของผู้ที่จะเชิญโหราจารย์มาดูหากค่าใช้จ่ายเกินกำลังจะทำให้เป็นปัญหาแก่ผู้ที่เชิญโหราจารย์มาปรับดวงจួយให้

มีคนแนะนำค่ะ แต่ก็เคยลองติดต่ออาจารย์ที่เจ๋งสุด มีชื่อที่สุด แพงที่สุดสุด ออกทีวี ตอนแรกก็คิดว่าแพงอาจจะดี แต่ก็ไม่ใช่อย่างนั้นเสมอไป เขาให้เวลากับเราไม่มาก มีเหมือนกันที่มาดูๆทำโน่นนี่ และบางอาจารย์ก็ให้ทำในสิ่งที่เราทำไม่ได้เต็มร้อยหรือทำไม่ได้ บ้างบางส่วน เพราะบางทีก็เกินกว่าแก้ไข บางครั้งถ้าเพิ่มเยอะไป เพราะเรามีโรงงาน เรามีสิ่ง อยู่แล้วคู่ละเท่านั้นเท่านั้นหึ่มั้น แต่จะมาให้เพิ่มเป็นคู่ละสองสามแสน เราก็รู้สึกรู้ว่าเราทำไม่ได้ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็เคยเจออาจารย์ที่ไม่ได้ให้เราแก้ไขอะไรเลย ไร้มากเกินไป และเราทำได้ เราเห็นผลว่า มันดีขึ้น” (สายแสง สุธิสร, 2558)

ถึงแม้ว่าจะเป็นซินแสที่ดัง ๆ เจ๋งที่สุด มีชื่อที่สุด แพงที่สุด แต่การให้คำแนะนำที่ไม่สามารถทำได้และเน้นการขายสินค้ามากเกินไป ก็จะไม่ได้รับการยอมรับ นอกจากนี้ในการดูดวงจួយ ต้องมีค่าดู ค่าบริการ ที่ต้องจ่ายให้กับโหราจารย์ดวงจួយ ซึ่งสามารถแยกได้เป็น 2 กลุ่มที่ชัดเจน ได้แก่

1. กลุ่มที่ไม่สามารถจ่ายค่าดู ค่าบริการให้โหราจารย์ได้ และมองว่ามีราคาค่อนข้างสูง จึงมีอคติกับความรูเรื่องดวงจួយ
2. กลุ่มที่สามารถจ่ายค่าดู ค่าบริการให้โหราจารย์ได้ จะเป็นบุคคลที่มีฐานะ หรือกิจการที่มีรายได้มาก ไม่มีอคติกับความรูเรื่องดวงจួយ และมีความต้องการใช้ความรู้เรื่องดวงจួយมาปรับปรุงการใช้ชีวิตให้ดีขึ้น ทั้งชีวิตครอบครัว การงาน และสุขภาพ ดังนั้นการนำความรู้เกี่ยวกับ ดวงจួយไปใช้จึงเกิดขึ้นเฉพาะผู้ที่มีรายได้มาก ซึ่งเป็นการเพิ่มความมั่นใจในการดำเนินชีวิต ให้สามารถประสบความสำเร็จตามที่ต้องการ ถือเป็นข้อจำกัดที่มีผลต่อการสร้างพื้นที่ทางสังคมของ ดวงจួយ และส่งผลกระทบต่อการคงอยู่ และอำนาจ (Power) ของดวงจួយ

โหราจารย์ด้านดวงจួយมีอิทธิพลต่อผู้ที่เข้ารับบริการมาก ด้วยความที่อยู่ใกล้ชิดกับผู้ที่มาขอคำแนะนำ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันสร้างอำนาจ (Power) และการกดทับที่มากด้วยแรงกดดัน เพราะโหราจารย์เป็นตัวแทนการของการนำโลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ของดวงจួយมาขัดแย้งให้ตรงที่สุด นอกจากนี้โหราจารย์ผู้เชี่ยวชาญยังเป็นผู้นำบริบท ความรู้ และวาทกรรมของดวงจួយมาใช้ และก่อให้เกิดการการผลิตซ้ำ ๆ (Reproductive) โหราจารย์จึงมีอำนาจ (Power) ในการกดทับ ความคิด และจินตนาการ สร้างการสขบยอมของผู้ที่เข้ารับบริการด้วยการสร้างความรู้ใหม่ๆ นอกจากนี้โหราจารย์ด้านดวงจួយยังปิดกั้น กีดกัน และขัดขวางการเข้ามา

ของโหราศาสตร์อื่น ๆ อย่างแยกย่อย อีกทั้งยังสร้างความเป็นใหญ่ ช่วงชิงการนำ (Hegemony) เหนือโหราศาสตร์อื่น ๆ การสร้างพื้นที่ของโหราจารย์ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจน เพราะลักษณะทางกายภาพของสถานที่จะมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้จะไปกดทับความคิดของคนที่มีความเกี่ยวข้องและสร้างความเชื่อ โลกทัศน์ (World view) และจินตนาการใหม่เกี่ยวกับดวงจัญ จนกลายเป็นค่านิยม (Value) ใหม่เกี่ยวกับดวงจัญในสังคม

การสร้างพื้นที่จากการเพิ่มของโหราจารย์ทำให้เกิดการแข่งขันของโหราจารย์หรือ ชินแส ในการนำความรู้เรื่อง ดวงจัญมาเผยแพร่กันมากขึ้น เป็นการเพิ่มจำนวนผู้เชี่ยวชาญโหราจารย์บางท่านเริ่มมีช่องรายการ โทรทัศน์ของตนเองในการให้ความรู้แก่ประชาชน มีการออกหนังสือเกี่ยวกับดวงจัญ ซึ่งเป็นผลิตซ้ำ หรือการให้สัมภาษณ์ทางวารสาร โหราจารย์ หรือชินแสบางท่านเริ่มให้บริการดูดวงจัญ และมีการขายของต่าง ๆ เพื่อใช้ในการแก้ดวงจัญ ทำให้เกิดการสร้างพื้นที่ขึ้นในสังคมอย่างกว้างขวาง ดังนั้นจะพบว่าผู้ที่จะสามารถเข้าถึงและใช้ดวงจัญได้อย่างจริงจังจึงเป็นกลุ่มของผู้ที่มีฐานะทางการเงินดีเป็นส่วนใหญ่ เพราะเฉพาะค่าดูดวงจัญก็มีค่าใช้จ่ายที่สูง และบางครั้งต้องมีการทูล รื้อทำลาย สถานที่ พื้นที่ของเดิม ก่อนการสร้างใหม่ซึ่งต้องมีค่าใช้จ่ายสูงเช่นกัน

3.4 การสร้างพื้นที่จากการขยายฐานสื่อประชาสัมพันธ์

ด้วยการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร โทรทัศน์ โซเชียลมีเดีย ผ่านภาคปฏิบัติการทางสังคมวัฒนธรรม ซึ่งการสร้างพื้นที่จากการพัฒนาด้านการสื่อสาร โทรทัศน์ โซเชียลมีเดีย ทำให้หลังปี พ.ศ. 2540 ถึงปัจจุบัน การพัฒนาทางด้านการสื่อสาร และโทรคมนาคม เติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้การกระจายตัวเพื่อสร้างพื้นที่ของ ดวงจัญมีมากขึ้น เป็นการช่วงชิงการนำ (Hegemony) เหนือโหราศาสตร์อื่น ๆ การหาความรู้เกี่ยวกับ ดวงจัญจากผู้เชี่ยวชาญด้านดวงจัญ ทำได้ง่าย และรวดเร็ว และสามารถดูได้ซ้ำ ๆ สามารถหาแนวทางการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้จากบทความ คำแนะนำ และผลการแก้ไข จากผู้ที่ได้นำไปทดลองปฏิบัติ รวมถึงทำให้เกิดธุรกิจเกี่ยวกับดวงจัญมากมาย เช่น การจัดอบรมสัมมนา จากสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับดวงจัญ การให้บริการด้านดูดวงจัญ แก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับดวงจัญ เป็นการสร้างพื้นที่ที่ทำได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว

จากการที่ระบบการสื่อสารมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว เกิดรายการโทรทัศน์ ที่นำความรู้เรื่องดวงจัญออกมาเผยแพร่ ส่งผลให้เกิดการรับรู้เรื่องดวงจัญภายในสังคมอย่างรวดเร็ว เช่น รายการ ดวงจัญ SME ดวงจัญเบญจธาตุ ดวงจัญเปลี่ยนชีวิต ดวงกับดวงจัญ รวยด้วยดวงจัญ รายการดวงจัญดีไซน์ ได้เข้ามามีบทบาทและเป็นช่องทางได้รับความนิยมจากประชาชน นอกจากรายการโทรทัศน์จะจัดรายการแล้ว ยังมีการจัดงานเกี่ยวกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เช่น การจัดงานมหกรรม

บ้านจัดสรร และคอนโด จะมีโหราจารย์ให้คำแนะนำเรื่องการใช้ฮวงจุ้ย หรือการจัดสัมมนาต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับที่อยู่อาศัยจะมีโหราจารย์เข้าไปให้ความรู้เกี่ยวกับฮวงจุ้ย และจากการสัมภาษณ์พบว่า ข้อมูลทางโหราศาสตร์มีเดีย เป็นข้อมูลที่ได้รับคามนิยม สามารถหาข้อมูลได้ง่าย และมีจำนวนข้อมูลที่มาจากการสร้างพื้นที่ทางวาทกรรมที่ทำให้เกิดตัวบทของฮวงจุ้ยถูกผลิตซ้ำ (Reproductive) โดยผู้เชี่ยวชาญ และสถาบันที่เกี่ยวข้องกับฮวงจุ้ย

เคยเจอ แต่ผมไม่ได้ไปศึกษาว่าเก่งจริงหรือไม่ ก็เจอใน โซเชียล มีคนมาอ้างอิง ประมาณ 10-20 คน ว่าเก่ง แต่คนอ้างอิงนั้นเราก็ไม่รู้จัก เลยไม่รู้ว่าจะเก่งจริงหรือเปล่านั้นจะโฆษณาว่าเขาไปคู่มือที่ฮ่องกง มาแล้ว มา แต่เราก็ไม่รู้ว่ามีคนที่มาพบกับเราไม่ใช่คนที่ใกล้ชิดเราซักคนเดียว ผมไม่ค่อยมั่นใจกับพวกนี้ เพราะมักจะมาด้วยราคา อาจจะมากเกินไป เพราะว่าเราต้องการแค่สมดุลของตัวเอง เราไม่ได้ต้องการอย่างอื่น เพราะฉะนั้นอาจารย์พวกนี้ก็มักจะมาพร้อมกับต้นทุนที่แพง แล้วก็ขายของด้วย (คุณรังสรรค์ ไชยชนวิสุทธิ, 2558)

ในโลกของโหราศาสตร์มีเดีย มีการอวดอ้างสรรพคุณของโหราจารย์ ว่ามีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับฮวงจุ้ย สร้างความไม่มั่นใจ และมีราคาค่าบริการค่อนข้างแพง



ภาพที่ 6 รายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับฮวงจุ้ย

อำนาจ (Power) ของสื่อต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นส่งผลต่อการส่งผ่านอัตลักษณ์ (Identity) ของฮวงจุ้ยไปสู่สังคม และเข้าไปเปลี่ยนโลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ของ

ผู้เกี่ยวข้อง ผู้ที่สนใจอย่างแยก การส่งผ่านความรู้ได้ส่งผ่านอำนาจ (Power) และการสยบยอมไปด้วย เหมือนเป็นการยึดเหนี่ยวความจงรักภักดี และต้องปฏิบัติตามอย่างไม่มีข้อแม้หากต้องการ ให้ธุรกิจเติบโต มีกำไร ร่ำรวย หรือต้องการให้ชีวิต และครอบครัวมีความสุข สื่อต่าง ๆ จะเร่งสร้างความเป็นอื่น (The others) สร้างการยอมรับและสร้างพื้นที่ให้กว้างขวางขึ้น

การสร้างพื้นที่ของสวิงจู้จากการพัฒนาด้านการสื่อสาร โทรทัศน์ โซเชียลมีเดีย เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยม เพราะเป็นช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ง่าย รวดเร็ว ค่าใช้จ่ายไม่แพง และสะดวกในการค้นหา ข้อมูลต่าง ๆ ของสวิงจู้ได้ถูกรวบรวม และเก็บไว้ มีผู้เชี่ยวชาญให้คำอธิบาย และให้คำแนะนำ ผู้สนใจสามารถสืบค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสวิงจู้ได้ทันที จึงเป็นการสร้างความรู้ใหม่ การผลิตซ้ำ ๆ (Reproductive) การสร้างอำนาจ (Power) และค่านิยม (Value) ที่เป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคม นอกจากนี้ยังเป็นการการช่วงชิงการนำ (Hegemony) เหนือ โหราศาสตร์อื่น ๆ เพราะมีรายการที่เกี่ยวกับสวิงจู้จำนวนมากขึ้น

3.5 การปิดกั้น กดทับและเบียดขับ โดยการสร้างความเป็นอื่น (The others)

สวิงจู้ จัดว่าเป็นโหราศาสตร์ชนิดหนึ่งที่มีมาแต่โบราณ และได้เข้ามาในเมืองไทยพร้อมกับประเพณี และวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา กว่า 6,000 ปี ความรู้ของสวิงจู้เป็นโหราศาสตร์ที่แตกต่างจากโหราศาสตร์อื่น ๆ เพราะมีอัตลักษณ์ (Identity) ที่ชัดเจน คือ “สวิงจู้ เรื่องของการจัดสถานที่ด้วย ทิศ และธาตุให้เหมาะสมกับผู้ใช้งาน” ความรู้ของสวิงจู้เป็นเรื่องเกี่ยวกับ ภูมิโหราศาสตร์เน้นเกี่ยวกับการจัดการทำเล ที่ตั้ง อาคาร สถานที่ ให้มีความเหมาะสมกับธาตุเกิดของผู้อยู่อาศัย โดยมีโลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) ของสวิงจู้ที่ก่อให้เกิดความสุข และความร่ำรวย ซึ่งมีความแตกต่างจากโหราศาสตร์อื่น ดังนั้นสวิงจู้จึงเป็นความรู้ที่สร้างความเป็นอื่นที่ชัดเจน (The others) เพราะเป็นความรู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม และมีการนำมาใช้ในการจัดการด้านที่อยู่อาศัย ด้านการออกแบบตกแต่งภายใน ด้านการบริหารบุคคล และธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์อย่างชัดเจน โดยเฉพาะด้านธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ มีการนำสวิงจู้มาใช้ในด้านการตลาด สวิงจู้ได้เข้ามาอยู่ในสังคมไทย และได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องอย่างมากกับการอยู่อาศัยการบริหารจัดการทั้งด้านครอบครัว และด้านการทำธุรกิจ โดยมีความเกี่ยวข้องกับครอบครัว ขยายไปสู่ชุมชน และขยายวงกว้างออกไปยังสังคม

การนำความรู้สวิงจู้ออกไปเผยแพร่ ทำให้สร้างปรากฏการณ์ต่าง ๆ มากมายในสังคม สร้างการยอมรับ และสยบยอม และปิดกั้น กดทับและเบียดขับ โหราศาสตร์อื่น ๆ ที่อยู่ในสังคม ซึ่งการสร้างพื้นที่ทางสังคม ของสวิงจู้ได้เพราะสวิงจู้ 1. สวิงจู้มีที่มาชัดเจนว่าเป็นความรู้ของคนจีน ที่ประวัติความเป็นมา กว่า 6,000 ปี ซึ่งโหราศาสตร์อื่น ๆ มีที่มาไม่ชัดเจน 2. สวิงจู้มี

สถาบันที่คงความรู้ไว้ และมีการเรียนการสอนที่เป็นหลักการที่แท้จริง 3. สวงจู้ยมีตัวแทนผู้สืบทอด และถ่ายทอดความรู้สวงจู้ย ได้แก่ โหราจารย์ ชินแส ที่ได้รับการยอมรับ 4. สวงจู้ยมีเอกสารตำราที่เป็นเครื่องยืนยัน และเป็นแหล่งข้อมูลความรู้ที่เป็นสากลโดยมีการแปลเป็นภาษาไทย จีน อังกฤษ 5. สวงจู้ยมีผลงานที่เป็นตัวบท (Text) และภาคปฏิบัติการทางวาทกรรมที่ปรากฏอยู่ เช่นอาคารสถานที่ ประเพณี วัฒนธรรม ขั้นตอนการปฏิบัติที่ชัดเจน ซึ่งพบเห็นได้โดยทั่วไป โดยเฉพาะในประเทศไทยจีนฮ่องกง สิงคโปร์ ไต้หวัน 6. สวงจู้ยมีหลักการที่สอดคล้องกับความรู้อื่น เช่น ก่อสร้างสถาปัตยกรรม และมีการนำมาใช้ในการออกแบบ และเชิงธุรกิจ การปิดกั้น กดทับและเบียดขับ โดยการสร้างความเป็นอื่น (The others) ของสวงจู้ยส่งผลโดยตรงต่อโหราศาสตร์อื่นๆ เป็นการสร้างพื้นที่ที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และเข้ามามีบทบาทต่อการตัดสินใจในการดำเนินชีวิต และการทำธุรกิจ ของผู้คนในสังคม เป็นการสร้างการสขยยอม และการค่านิยมที่ (Value) ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

3.6 การสร้างพื้นที่เพื่อการดำรงอยู่ของสวงจู้ยในสังคมไทย

สวงจู้ยจะยังคงอยู่คู่กับสังคมไทยเพราะสวงจู้ยเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิต และประเพณีการไหว้บรรพบุรุษของคนไทยเชื้อสายจีน สวงจู้ยเป็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรมซึ่งเป็นปัจจัย 4 ทางด้านที่อยู่อาศัยที่มนุษย์มีความต้องการ และตราบดีที่มนุษย์ยังมีความกลัวในสิ่งที่ผ่านมา และสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต การหาสิ่งยึดเหนี่ยวที่นำเชื่อถือจึงเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งสวงจู้ยได้สร้างโลกทัศน์ของการประสบความสำเร็จ ร่ำรวย และมีความสุข และตอบสนองต่อความกลัวของมนุษย์ และได้สร้างโลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ของมนุษย์ใหม่ ด้วยองค์ประกอบสำคัญ คือการมีความรู้ที่มีความแตกต่าง สามารถนำความรู้ไปใช้ในภาคปฏิบัติการทางวาทกรรม การมีตัวบททั้ง วจนภาษาที่เป็นอัตลักษณ์ (Identity) มีภาษา คำพูด หนังสือ สิ่งพิมพ์ที่ แสดงตัวตนที่ชัดเจน การมีวจนภาษาที่สามารถจับต้องได้ทางการปฏิบัติ และการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพที่สวงจู้ยเข้าไปมีบทบาท การมีองค์ประกอบประกอบของการผลิตซ้ำ ๆ (Reproductive) จากการมีหนังสือที่มีเรื่องราวใหม่ ๆ เกี่ยวกับสวงจู้ย การนำความรู้เกี่ยวกับสวงจู้ยไปใช้ซึ่งเกิดจากการทำตามผู้อื่น การมีสถาบันสวงจู้ย มีโหราจารย์ ที่ให้ความรู้เรื่องสวงจู้ย และการมีสื่อโซเชียลมีเดียที่ทันสมัย สามารถหาข้อมูลได้รวดเร็ว ทำให้เอื้อต่อการดำรงอยู่ของสวงจู้ยในสังคมไทย

สรุป การสร้างพื้นที่ทางสังคมของสวงจู้ยเป็นการนำความรู้ของสวงจู้ยที่ได้รับการยอมรับไป ปรับเปลี่ยน ครอบงำโลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) ของผู้เกี่ยวข้องอย่างแบบขล โดยอาศัยแนวคิดของ Foucault เรื่องความรู้ และอำนาจ (Power) นำกรอบ

3 ชั้น ของ Fairclough ได้แก่ 1) ตัวบท (Text) 2) ภาคปฏิบัติทางวาทกรรม (Discourse practice) 3) ภาคปฏิบัติทางสังคม และวัฒนธรรม (Social culture practice) ในการสร้างพื้นที่ทางสังคม จาก การวิจัยพบว่าตัวบท (Text) ของสวงจู้เป็นความรู้ที่ผ่านการครอบงำประเพณี และวัฒนธรรม การไหว้บรรพบุรุษ เป็นการกดทับที่สร้างการยอมรับอย่างแบบยล เป็นเรื่องของการสร้างพื้นที่จาก ส่วนเล็ก ๆ ของ ครอบครัว ชุมชนเล็ก ๆ ที่มีอัตลักษณ์ (Identity) เฉพาะตัว ต่อมาจากการพัฒนาของ หนังสือ และสิ่งพิมพ์ ทำให้ความรู้เกี่ยวกับสวงจู้มีการขยายสู่สังคมรอบข้าง ซึ่งความรู้นี้ได้สร้าง ปฏิบัติทางวาทกรรม มีการนำสวงจู้ไปใช้เกี่ยวกับการก่อสร้าง งานสถาปัตยกรรม ทำให้ความรู้ เกี่ยวกับสวงจู้ได้รับการยอมรับในวงกว้างก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบอาคารที่สอดคล้อง กับความรู้ด้านสวงจู้ และการนำมาใช้ในธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ ความรู้ของสวงจู้ได้สถาปนา เป็นอำนาจ (Power) ขึ้นมา และเข้าไปมีบทบาทต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้อง และสร้าง การเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นภายในสังคม

จากการจัดการความรู้ที่เป็นระบบ โดยมีกระบวนการต่าง ๆ ที่ชัดเจน จากหนังสือ ตำราต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสวงจู้ มีสถาบันสวงจู้ที่เป็นเหมือนเป็นแกนหลักของความรู้ที่สามารถสืบย้อน และเป็นฐานข้อมูลที่สำคัญ อีกทั้งยังเป็นแหล่งผลิตผู้เชี่ยวชาญด้านสวงจู้ออกสู่สังคม สถาบัน สวงจู้จึงทำหน้าที่ในการสร้างความน่าเชื่อถือ ค่านิยม (Value) และสร้างความเป็นใหญ่ในด้าน โหราศาสตร์ (Hegemony) ทำลาย ปิดกั้น ขัดขวางการเข้ามาของโหราศาสตร์ อื่นๆ ผู้เชี่ยวชาญด้าน สวงจู้ทำหน้าที่ทำหน้าที่ในการนำความรู้ ตัวบท (Text) และภาคปฏิบัติทางวาทกรรม (Discourse practice) ไปสู่ผู้เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด ผู้เชี่ยวชาญมีบทบาทสำคัญยิ่งในยึดเหนี่ยวความรู้ การครอบงำ และสร้างการสยบยอมจากผู้เกี่ยวข้องอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้เชี่ยวชาญยังทำลาย ถัดกัน วาทกรรมของสวงจู้อื่น ๆ ที่จะเข้ามา และสร้างพื้นที่ทางสังคมอย่างถาวร

การเผยแพร่ความรู้สวงจู้ ทางโซเชียลมีเดีย (Social Media) ทำให้การนำโลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) ของสวงจู้ เกี่ยวกับการเลือกอยู่อาศัย ในทำเลที่ดี จะส่งผลให้ การงานสำเร็จ ร่ำรวย ครอบครัวมีความสุข ให้เข้าถึง และเป็นการสร้างพื้นที่ภาคปฏิบัติทางสังคม และวัฒนธรรม (Social culture practice) เป็นการปิดกั้น กดทับ และเบียดขับ โดยการสร้างความ เป็นอื่น (The others) ที่ส่งผลต่อโหราศาสตร์อื่น ๆ อย่างแบบยล และเป็นการสร้างการคงอยู่ของ สวงจู้ในสังคมไทยโดยมีพื้นฐานการยอมรับที่มาจากความรู้ที่เป็นที่ยอมรับอย่างเป็นสากล

จากการวิจัยเรื่อง สวงจู้ ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม ผู้วิจัยได้จัดทำแผนภาพเพื่อให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ และการเกิด วาทกรรมตามกรอบของ Foucault และ Fairclough



แผนภูมิที่ 11 สวงจู้ย ความเชื่อ อำนาจ ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม ตามแนวความคิด
ของ Foucault และ Fairclough

จากแผนภูมิที่ 11 ผู้วิจัยได้ทำการสร้างความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นของปรากฏการณ์ ฮวงจุ้ย ความเชื่อ อำนาจ ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม ตามแนวความคิด ของ Fairclough โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า ฮวงจุ้ยเป็นศาสตร์โบราณที่มีมากกว่า 6,000 ปี เป็นความเชื่อที่ชาวจีน นำเข้ามาในประเทศไทย และได้รับการปฏิบัติสืบทอดต่อกันมาในหมู่คนไทยเชื้อสายจีน เป็นเรื่องเกี่ยวกับการเลือกทำเลที่ตั้ง เพื่อให้การเป็นอยู่ประสบความสำเร็จ ร่ำรวยและมีความสุข มีความเกี่ยวข้องกับประเพณีไหว้บรรพบุรุษ เช็งเม้ง การเลือกทำเลให้สุสาน บรรพบุรุษที่ดีจะส่งผลให้ ลูกหลานมีครอบครัวที่มีความสุขและมีธุรกิจที่ ร่ำรวย ฮวงจุ้ยถูกนำมาใช้เพื่อแก้ปัญหาจาก ภายใน และภายนอก

ผู้วิจัยได้แบ่งการวิจัยเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 การก่อรูป โลกทัศน์ อุดมคติ ความเชื่อที่เกี่ยวกับฮวงจุ้ยในสังคมไทย ตอนที่ 2 ภาควิชาปฏิบัติความรู้ และอำนาจของวาทกรรมฮวงจุ้ย ตอนที่ 3 การสร้างพื้นที่ของฮวงจุ้ยในสังคมไทย

ตอนที่ 1 การก่อรูปของโลกทัศน์ อุดมคติ และความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจุ้ย เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดจากการเข้ามาของฮวงจุ้ยผู้ตั้งคมไทยโดย 1.1 โลกทัศน์ของฮวงจุ้ยจะเป็นเรื่องของปฏิสัมพันธ์ระหว่างความสุขของมนุษย์กับสภาพแวดล้อม โลกทัศน์ของฮวงจุ้ย จึงหมายถึง “ทำเลที่อยู่อาศัย โดยการอยู่อาศัยในทำเลที่ดีจะสร้างความสุข” 1.2 อุดมคติ (Ideology) ของฮวงจุ้ย เป็นเรื่องของอุดมการณ์สูงสุดของมนุษย์ที่ต้องการความสำเร็จ ความสุข ซึ่งฮวงจุ้ยก็มีอุดมการณ์ เช่นเดียวกับอุดมคติ (Ideology) แต่มีส่วนเกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัย และการดำเนินธุรกิจ อุดมคติ (Ideology) ของ ฮวงจุ้ย จึงหมายถึง “ฮวงจุ้ยที่ดีส่งผลให้การงานประสบความสำเร็จ ครอบครัวมีความสุข” 1.3. การก่อรูปของฮวงจุ้ยยังเกิดจาก 1.3.1 ความเชื่อในประเพณีไหว้บรรพบุรุษที่มีการสืบทอดกันมา เป็นเรื่องของเลือกทำเลที่ดีให้ผู้เสียชีวิตที่ส่งผลให้ลูกหลานประสบความสำเร็จ มีความสุข และถูกนำมาใช้เพื่อปรับทำเล ที่อยู่อาศัย สำนักงานให้มีความสุข ดำเนิน ร่ำรวย 1.3.2 ความเชื่อเรื่องฮวงจุ้ยเกิดจากความกลัวในสิ่งที่ผ่านมาและสิ่งที่เกิดขึ้นทำ ทำให้ต้องหาสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ เพื่อสร้างความมั่นใจ ที่จะประสบความสำเร็จ ฮวงจุ้ยเป็นความรู้ที่สามารถแก้ไขความกลัวได้เพราะมีตัวอย่างของผู้ที่ประสบความสำเร็จปรากฏให้เห็นอยู่ 1.3.3 ความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจุ้ยเกิดจากการทำตามผู้อื่น เนื่องจากมีการนำฮวงจุ้ยไปใช้อย่างแพร่หลาย และพบเห็นการแก้ไขในการอาคาร สำนักงานต่าง ๆ ผู้ที่มีความเกี่ยวข้อง หรือมีความสนใจจึงได้นำความรู้เกี่ยวกับฮวงจุ้ย ไปปรับใช้กับการอยู่อาศัยของตนเอง ดังนั้นความเชื่อเกี่ยวกับ ฮวงจุ้ยในสังคมไทยจึงยังคงดำรงอยู่ได้

ตอนที่ 2 ภาคปฏิบัติการความรู้ และอำนาจของวาทกรรมสวิงจู้ สวงจู้ได้รับการยอมรับและทำให้เกิดภาคปฏิบัติการและการก่อรูปขึ้นในสังคมไทยเพราะ การเจริญเติบโตทางด้านธุรกิจเป็นอย่างมากระหว่างปี พ.ศ. 2530 – 2540 และความรู้ของสวิงจู้ที่หลักการของการก่อสร้าง สถาปัตยกรรม โดยภาคปฏิบัติการของสวิงจู้ เกิดจาก 2.1. สวงจู้คือความรู้ 2.2 ความรู้ของสวิงจู้คืออำนาจ 2.3 ผู้ใช้อำนาจของสวิงจู้คือสถาบันสวิงจู้ และผู้เชี่ยวชาญด้านสวิงจู้ จึงทำให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ (Identity) ของสวิงจู้ คือ “สวิงจู้ เรื่องของการจัดสถานที่ด้วย ทิศ และธาตุ ให้เหมาะสมกับผู้ใช้งาน” 2.4 ภาคปฏิบัติการของ สวงจู้ที่เกิดจากการนำไปใช้งาน 2.4.1 สวงจู้มีหลักการที่สอดคล้องกับการก่อสร้าง สถาปัตยกรรมในด้านต่าง ๆ เช่นการเลือกพื้นที่ก่อสร้าง การวางผัง การเลือกรูปทรง และการตกแต่งภายในอาคารความรู้เกี่ยวกับสวิงจู้ได้รับการยอมรับและสร้างอำนาจ (Power) ขึ้นในสังคม 2.4.1.1 การจัดการความรู้เกี่ยวกับสวิงจู้ได้ถูกนำไปใช้ ในการจัดการการบริหารงานก่อสร้าง สถาปัตยกรรมในเรื่องการเลือกทำเลทำโครงการ การบริหารจัดการงานออกแบบในเรื่องการจัดห้องต่าง ๆ การเลือกวัสดุ สี และการบริหารจัดการงานบุคคลในเรื่องการเป็นผู้นำ 2.4.1.2 การสร้างความเป็นอื่นด้วยความรู้ สถาบัน ผู้เชี่ยวชาญ ที่แตกต่างจาก โหราศาสตร์อื่น 2.4.2 การเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มีการนำความรู้เรื่องสวิงจู้มาใช้กันอย่างแพร่หลาย มีการเชิญผู้มีความรู้เรื่องสวิงจู้จากทั้งใน และต่างประเทศ มาช่วยปรับปรุงสถานที่ ทำเล อาคาร ที่ดิน โรงงาน และจากผลสำเร็จที่เกิดขึ้น ทำให้ความรู้สวิงจู้เข้ามามีอำนาจ (Power) ในการตัดสินใจทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มีการนำความรู้เกี่ยวกับสวิงจู้มาใช้ ในด้านการบริหารจัดการ และการนำสวิงจู้มาใช้ในกระบวนการ 4 P ในการบริหารการตลาดของโครงการเป็นการสร้าง การสขบยอมจากสังคมและเป็นการกีดกัน บดบัง โหราศาสตร์อื่น ๆ ที่จะเข้ามาในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

ตอนที่ 3 การสร้างพื้นที่ของสวิงจู้ เกิดขึ้นได้เพราะสวิงจู้เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อการทำธุรกิจ และการดำรงชีวิต ทำให้มีการเสาะแสวงหาความรู้เกี่ยวกับสวิงจู้ เพื่อทำธุรกิจประสบความสำเร็จ ร่ำรวย ชีวิตครอบครัวมีความสุข เป็นที่มาของการสร้างพื้นที่ทางสังคมของสวิงจู้ 3.1 การสร้างพื้นที่จากการขยายฐาน โดยใช้ สิ่งพิมพ์ หนังสือ ที่รวดเร็ว ระบบการพิมพ์ที่ก้าวหน้า และการนำเข้าหนังสือจากต่างประเทศทำได้ง่าย และรวดเร็ว การหาความรู้จากหนังสือทำได้ง่าย และมีความหลากหลาย การนำความรู้เกี่ยวกับสวิงจู้ไปแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างแพร่หลาย และมีและมีจำนวนหนังสือเกี่ยวกับสวิงจู้มากยิ่งขึ้น เป็นการสร้างการสขบยอมอย่างแยกแยะ และเป็น การกีดกัน ปิดกั้น โหราศาสตร์อื่น ๆ 3.2 การขยายฐานอำนาจเพื่อสร้างสถาบันสวิงจู้ เพื่อให้ความรู้ สวงจู้แก่ผู้ที่สนใจ เป็นการเผยแพร่ความรู้อย่างมีพื้นฐาน และเป็นระบบมากขึ้น สวงจู้ได้เข้ามามี

บทบาท โดยสร้างโลกทัศน์ (World view) ใหม่เกี่ยวกับการประสบความสำเร็จ ร่ำรวยและมีความสุข นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างจำนวนโหราจารย์ที่มีความรู้ ความสามารถเพิ่มขึ้นให้กับสังคม และการสร้างการกดทับ การสยบยอมจากผู้เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังทำลายโหราศาสตร์อื่น ๆ 3.3 การสร้างพื้นที่จากการขยายฐานด้วยการเพิ่มจำนวนของโหราจารย์ ในการทำหน้าที่ในการนำตัวบทของดวงจ्यूมาเผยแพร่ ให้คำแนะนำ จึงพบว่าโหราจารย์เป็นเหมือนอีกอำนาจ (Power) หนึ่งที่มีส่วนต่อการตัดสินใจของผู้ที่สนใจในดวงจ्यू และเป็นการสร้างพื้นที่ทาง สังคม เพราะคำแนะนำของโหราจารย์ดวงจ्यूเป็นความรู้ที่ได้รับการยอมรับ และกดทับ กีดกันโหราศาสตร์อื่น ๆ อย่างได้ผล 3.4 การสร้างพื้นที่จากการขยายฐานคือประชาสัมพันธ โขเซียลมีเดียได้อย่างกว้างขวาง รวดเร็ว รายการที่เกี่ยวข้องกับดวงจ्यूมีมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีคอร์สการอบรม และ การขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับดวงจ्यू เป็นการสร้างโลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) ใหม่เกี่ยวกับดวงจ्यू ให้เกิดขึ้นในสังคม และปิดกั้น ขัดขวาง โหราศาสตร์อื่น ๆ 3.5 การปิดกั้น กดทับและเบียดขับ โดยการสร้างความเป็นอื่น (The Others) เป็นการสร้างพื้นที่ทางสังคมด้วยความรู้ ที่ได้รับการยอมรับอย่างเป็นทางการ และเป็นสากล และส่งผลกระทบต่อโหราศาสตร์อื่น ๆ 3.6 การดำรงอยู่ของดวงจ्यूในสังคมไทย ความรู้ของดวงจ्यूที่ได้รับการยอมรับสามารถแก้ไขปัญหา และสร้างความมั่นใจในการดำเนินชีวิต ทำให้ดวงจ्यूยังเป็นที่ต้องการทั้งด้านครอบครัว และทางด้านธุรกิจ

ดวงจ्यूสร้างตัวบท (Text) และภาคปฏิบัติทางวาทกรรม (Discourse practice) ที่รายล้อมอยู่รอบตัว สร้างการกดทับ สร้างการสยบยอมอย่างแบบยล ปราบกฏการณ์ที่พบเห็นได้ในสังคม การปรับอาคาร สำนักงานให้เป็นที่ไปตามหลักดวงจ्यू ได้ส่งผ่านความเชื่อเกี่ยวกับดวงจ्यू ด้วยผลลัพธ์แทนคำพูดสร้างการสยบยอม และเกิดการผลิตซ้ำ การกระจายจากแหล่งหนึ่งไปยังอีกแหล่งหนึ่ง จากอาคาร ไปสู่สำนักงาน ไปสู่บ้าน ไปสู่ห้อง ไปสู่ของใช้ส่วนตัว ยิ่งช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของดวงจ्यूทำให้เกิดการแสวงหาความรู้จากแหล่งต่างๆ จากหนังสือ อินเทอร์เน็ต โขเซียลมีเดีย ส่งผลให้เกิดการครอบงำทางความคิด การมีสถาบันดวงจ्यूที่คอยให้ความรู้ และตอบคำถามยังสร้างความมั่นคงให้ดวงจ्यूสามารถดำรงอยู่อย่างมีตัวตน และได้รับการยอมรับ ผู้เชี่ยวชาญด้านดวงจ्यू เป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญที่สุดของการคงอยู่ของดวงจ्यूในสังคม เพราะมีความใกล้ชิดกับผู้เกี่ยวข้องมากที่สุด การนำความรู้ที่ถูกต้องไปช่วยแก้ไขปัญหา หรือไปเสริมให้พื้นที่นั้นประสบความสำเร็จ จะยิ่งสร้างการสยบยอม สร้างอำนาจ (Power) เพิ่มขึ้น และสร้างความ เป็นใหญ่ (Hegemony) การขยายจำนวนของผู้เชี่ยวชาญดวงจ्यू จะช่วยทำให้เกิด การผลิตซ้ำ (Reproductive) ของความรู้ ผู้สังคม สร้างการเปลี่ยนแปลงรวมถึงทำลายโหราศาสตร์อื่น ๆ อย่างช้า ๆ และสร้าง การดำรงอยู่ของ ดวงจ्यूในสังคมอย่างถาวร

ฮวงจู้ยจะยังคงอยู่กับสังคมไทยเพราะฮวงจู้ยเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิต และประเพณีการไหว้บรรพบุรุษของคนไทยเชื้อสายจีน ฮวงจู้ยเป็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรมซึ่งเป็นปัจจัย 4 ทางด้านที่อยู่อาศัยที่มนุษย์มีความต้องการ และตราบใจที่มนุษย์ยังมีความกลัวในสิ่งที่ผ่านมา และสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต การหาสิ่งยึดเหนี่ยวที่น่าเชื่อถือจึงเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งฮวงจู้ยได้สร้างโลกทัศน์ของการประสบความสำเร็จ ร่ำรวย และมีความสุข และตอบสนองต่อความกลัวของมนุษย์ และได้สร้างโลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ของมนุษย์ใหม่ ด้วยองค์ประกอบสำคัญ คือการมีความรู้ที่มีความแตกต่าง สามารถนำความรู้ไปใช้ในภาคปฏิบัติทางวาทกรรม การมีตัวตนทั้งงานภาษาที่เป็นอัตลักษณ์ (Identity) มีภาษา คำพูด หนังสือ สิ่งพิมพ์ที่ แสดงตัวตนที่ชัดเจน การมีวงงานภาษาที่สามารถจับต้องได้ทางการปฏิบัติ และการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพที่ฮวงจู้ยเข้าไปมีบทบาท การมีองค์ประกอบของการผลิตซ้ำ ๆ (Reproductive) จากการมีหนังสือที่มีเรื่องราวใหม่ๆ เกี่ยวกับฮวงจู้ย การนำความรู้เกี่ยวกับฮวงจู้ยไปใช้ซึ่งเกิดจากการทำตามผู้อื่น การมีสถาบันฮวงจู้ย มีโหราจารย์ ที่ให้ความรู้เรื่องฮวงจู้ย และการมีสื่อโซเชียลมีเดียที่ทันสมัย สามารถหาข้อมูลได้รวดเร็ว ทำให้เอื้อต่อการดำรงอยู่ของฮวงจู้ยในสังคมไทย



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สวงจู้ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1.เพื่อศึกษาความเชื่อ โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ที่เกี่ยวกับสวงจู้ยในสังคมไทย 2.เพื่อศึกษาภาคปฏิบัติการวาทกรรมของสวงจู้ยผ่านความรู้และอำนาจ (Power) 3.เพื่อศึกษาการสร้างพื้นที่ของสวงจู้ยในสังคมไทย แนวทางการศึกษาเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยศึกษาความเชื่อ อำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคมของสวงจู้ยโดยเน้นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ ผู้สนใจในสวงจู้ย จำนวน 32 คน โดยแยกเป็นผู้ที่สนใจจะใช้บริการสวงจู้ย 15 คน และ ผู้ที่มีประสบการณ์การใช้สวงจู้ย 15 คน และ โหราจารย์จำนวน 2 คน โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) และใช้กระบวนการเรื่องเล่า (Narrative) ในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ ตัวบท (Text Analysis) และการวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis) การศึกษาสวงจู้ย ความเชื่อ อำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ขั้นตอน โดยขั้นตอนที่ 1 เป็นการศึกษาความเชื่อ โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) เกี่ยวกับสวงจู้ย ว่าเกิดขึ้นมาได้อย่างไร โดยการศึกษาจากเอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ สวงจู้ย การตอบแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์แบบเรื่องเล่า (Narrative Approach) ขั้นตอนที่ 2 เป็นศึกษาภาคปฏิบัติการวาทกรรมของสวงจู้ยผ่านความรู้และอำนาจ (Power) โดยการศึกษาจากเอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ สวงจู้ย การตอบแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์แบบเรื่องเล่า (Narrative Approach) ขั้นตอนที่ 3 เป็นการศึกษาการสร้างพื้นที่ของสวงจู้ยในสังคมไทย โดยการศึกษาจากเอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสวงจู้ย การตอบแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์แบบเรื่องเล่า (Narrative Approach)

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเพื่อเป็นข้อมูลให้ทราบถึงปรากฏการณ์ของสวงจู้ยที่เกิดขึ้นในสังคมไทย เพื่อให้ทุกคนที่สนใจในสวงจู้ยได้ใช้เป็นข้อมูลเกี่ยวกับโลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) และอัตลักษณ์ (Identity) ของสวงจู้ย นอกจากนี้ยังได้ทราบถึงความเชื่อ ความรู้ อำนาจ (Power) และการสร้างพื้นที่ทางสังคมของสวงจู้ย การวิจัยครั้งนี้ยังมุ่งหวังให้ผู้ที่เกี่ยวข้องจะนำสวงจู้ยไปใช้ได้ตระหนักถึงข้อดี ข้อเสีย ข้อพึงควรระวังที่อาจเกิดขึ้นได้ และสามารถนำความรู้เกี่ยวกับสวงจู้ยไปใช้ประโยชน์ได้สูงสุด

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ฮวงจุ้ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

ตอนที่ 1 การก่อรูป โลกทัศน์ อุดมคติ ความเชื่อที่เกี่ยวกับฮวงจุ้ยในสังคมไทย

ความเป็นมาของฮวงจุ้ยในประเทศไทย

ฮวงจุ้ย เป็นความรู้ของชาวจีนที่มีมากกว่า 6,000 ปี โดยเป็นการนำมาใช้เกี่ยวกับการจัดชัยภูมิการตั้งเมือง และการสร้างพระราชวังขององค์จักรพรรดิ เพื่อป้องกันการรุกรานของศัตรู และสร้างความอุดมสมบูรณ์แก่เมือง ต่อมาปราชญ์ชาวจีนได้นำความรู้เรื่องฮวงจุ้ยออกมาใช้กับราษฎรเพื่อใช้ในการอยู่อาศัยในบ้านเรือนที่มีความสุข และด้านการค้าที่ประสบความสำเร็จ สร้างผลกำไร ฮวงจุ้ยเข้ามาในประเทศไทยพร้อมกับชาวจีนที่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐาน การนำฮวงจุ้ยเข้ามาของคนจีนซ่อนอยู่ในวัฒนธรรมที่ยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมา การไหว้เจ้าตามเทศกาลต่าง ๆ และการไหว้บรรพบุรุษ เป็นสิ่งที่ได้รับการสืบทอดกันมา เพื่อเป็นที่ยึดเหนี่ยวให้คนจีนยังมีความสำนึกถึงรากเหง้าของเผ่าพันธุ์มังกร (วิศิษฎ์ เศรษฐเกษตร) คนจีนที่เข้ามาตั้งรกรากอยู่ในประเทศไทย ยังคงมีความเชื่อ และยึดมั่นต่อประเพณีที่เคยปฏิบัติสืบต่อกันมาจากบรรพบุรุษอย่างมั่นคง ถึงแม้ว่าจะมีวัฒนธรรมอื่นเข้ามาปะปนก็ตาม แต่ก็ไม่สามารถที่จะทำลายวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวจีนได้ โดยคนจีนยังมีการดำรงรักษาประเพณีความเชื่อของตนเอง โดยที่ไม่ยอมให้วัฒนธรรมอื่นใดเข้ามาผสมปะปนได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้ชาวจีนในประเทศไทยยังคงมีความเชื่อและยึดถือแนวปฏิบัติดั้งเดิมในการดำเนินชีวิตที่ได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษถึงปัจจุบันอย่างเหนียวแน่น (ขจัดภัย บุรุษพัฒน์, 2545: 34-35) ประเพณีการไหว้บรรพบุรุษ ความเชื่อเรื่องการจัดฮวงจุ้ยที่ดีให้แก่ที่ฝังศพบรรพบุรุษจะส่งผลต่อลูกหลานให้มีครอบครัวที่มีความสุข มีกิจการที่ประสบความสำเร็จ ร่ำรวยเงินทอง เป็นสิ่งที่สะท้อนภาพถึงความเชื่อในการนำฮวงจุ้ยไปใช้ในการจัดที่อยู่อาศัย สำนักงาน อาคาร ที่ดิน เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดี คนจีนที่เข้ามาในประเทศไทยได้ส่งถ่ายวัฒนธรรมในการดำเนินชีวิตแก่คนไทยเชื้อสายจีนในรุ่นถัดมาโดยยึดหลักที่ว่า คนที่จะประสบความสำเร็จต้องประกอบด้วย มีวาสนาที่ดี มีโชคชะตาที่ดี อยู่ในฮวงจุ้ยที่ดี มีการศึกษาที่ดี และมีจริยธรรมที่ดี ซึ่งการอยู่ในฮวงจุ้ยที่ดีถือเป็นเรื่องสำคัญอย่างหนึ่งของผู้ที่ประสบความสำเร็จ

1.1 การก่อรูปโลกทัศน์ (World view) เกี่ยวกับฮวงจุ้ย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาเกี่ยวกับโลกทัศน์ของผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีต่อฮวงจุ้ย และพบว่า โลกทัศน์ของฮวงจุ้ยเกิดจากการรับรู้เรื่องภาษา ซึ่งมีรากเหง้าภาษามาจากภาษาจีน โดยมีความเข้าใจถึงความหมายของคำว่า ฮวงที่แปลว่า ลม และ จู้ยที่แปลว่าน้ำ และ

เชื่อมโยง ไปถึงเรื่องของภาคปฏิบัติการทางวาทกรรมในเรื่องของการอยู่อาศัยร่วมกับธรรมชาติอย่างสมดุลสวางจู้ยใน โลกทัศน์ของผู้ให้สัมภาษณ์จึงเป็นความรู้ของจีนที่เป็นการอยู่อาศัยร่วมกับธรรมชาติ โดยอยู่ในทำเลที่ดีจะสามารถส่งเสริมให้ธุรกิจก้าวหน้า ประสบความสำเร็จ มีครอบครัวที่ดี มีความสุข โลกทัศน์ของสวางจู้ยจึงเป็น “สวางจู้ย การอยู่อาศัยในทำเลที่ดี และมีความสุข”

1.2 การก่อรูปอุดมคติ (Ideology) เกี่ยวกับสวางจู้ย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาเกี่ยวกับอุดมคติ (Ideology) ของผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีต่อสวางจู้ย อุดมคติ (Ideology) คือจินตนาการที่ถือว่าเป็นมาตรฐานแห่งความดี ความงาม และความจริง ทางใดทางหนึ่งที่มนุษย์ถือว่าเป็นเป้าหมายแห่งชีวิตของตน และพบว่า สวางจู้ยก็มีเป้าหมายที่จะทำให้การดำเนินชีวิตของมนุษย์มีความสุข ประสบความสำเร็จ โดยไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน สวางจู้ยกับอุดมคติ (Ideology) จึงมีเป้าหมายที่สอดคล้อง และเป็นไปในทางเดียวกัน ดังนั้นจึงสามารถใช้สวางจู้ยเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงอุดมคติ (Ideology) ได้ อุดมคติ (Ideology) ของสวางจู้ยจึงเป็น “สวางจู้ย ทำให้การทำงานสำเร็จ ครอบครัวมีความสุข”

1.3 ความเชื่อเกี่ยวกับสวางจู้ย

ความเชื่อว่าสวางจู้ยสามารถปรับปรุงชีวิตครอบครัว การงาน และสุขภาพให้ดีขึ้นได้นั้น เป็นความเชื่อที่ผู้ให้สัมภาษณ์ ต่างมีความเห็นและเชื่อว่ามีความเป็นไปได้ โดยเฉพาะมีความเชื่อว่าจะสามารถทำให้ชีวิตด้านการงานดีขึ้น มากที่สุด รองลงมาคือด้าน ครอบครัว และสุขภาพ ตามลำดับ

จากการวิจัยพบว่าความเชื่อเรื่องสวางจู้ย เกิดจาก ความเชื่อเรื่องการไหว้บรรพบุรุษ ความกลัว และ ความเชื่อที่เกิดจากการทำตามผู้อื่น

1.3.1 ความเชื่อเกี่ยวกับสวางจู้ยที่เกิดจากประเพณี การไหว้บรรพบุรุษ

สวางจู้ยได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของความเชื่อของคนไทยเชื้อสายจีนที่อยู่ในเมืองไทย ที่มีความเชื่อว่าจะเลือกทำเลในการฝังศพให้บรรพบุรุษที่เสียชีวิตไปแล้วในทำเลที่ดีที่ถูกหลักสวางจู้ยจะทำให้บรรพบุรุษกลับมาช่วยส่งเสริมทำให้ลูกหลานประสบความสำเร็จในด้านธุรกิจการงาน ครอบครัวมีความสุข และมีลูกหลานเพิ่มขึ้น ตัวบท (Text) ของสวางจู้ยที่กดทับและครอบงำความคิดของลูกหลานทำให้เกิดเป็นความเชื่อ และกลายเป็นประเพณีที่สำคัญ ที่คนไทยเชื้อสายจีนทุกครอบครัวจะต้องปฏิบัติ เพราะถือเป็นอุดมคติ (Ideology) ที่ดีงาม ได้ก่อให้เกิดการผลิตซ้ำ (Reproductive) ในด้านพฤติกรรม ที่เป็นต้นทางของความเชื่อที่ว่า การนำความรู้เกี่ยวกับสวางจู้ยมาใช้จะส่งผลดีต่อทั้งเรื่องงานและเรื่องครอบครัว เช่นเดียวกัน ความเชื่อเกี่ยวกับการเลือกทำเลที่ดี ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของโลกทัศน์ของสวางจู้ยที่มุ่งเน้นการเลือกทำเลที่ดีที่ส่งผลให้

เกิดความสุข ความเชื่อฮวงจุ้ยที่เกิดจากประเพณีไหว้บรรพบุรุษจะเกิดขึ้นกับครอบครัวคนไทย เชื่อสายจีนเกิดจากการครอบงำทางความคิด และจินตนาการ และเป็นอุดมคติ (Ideology) ในรูปแบบของบริบทที่ได้รับการถ่ายทอดแบบการครอบงำ และการสยบยอม

1.3.2 ความเชื่อในฮวงจุ้ยเกิดจากความกลัว

จากการที่มนุษย์มีความกลัวในสิ่งที่จะเกิดขึ้นมาแล้ว และสิ่งที่ยังไม่เกิดขึ้น ในอนาคต ทำให้มนุษย์ต้องหาสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจเพื่อสร้างความมั่นใจในการดำรงชีวิต ฮวงจุ้ยเป็นตัวเลือกที่ได้รับการยอมรับ เพราะฮวงจุ้ยเป็นสิ่งที่มีความรู้ และสามารถนำไปปฏิบัติได้ ฮวงจุ้ยถูกนำมาใช้แก้ไขในด้านธุรกิจ และด้านครอบครัว โดยถูกนำมาใช้ในการปรับภูมิทัศน์ สถานที่ อาคาร โรงงาน ร้านค้า และสวน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ มีกำไร มีการขยายงาน และป้องกันอุปสรรคที่จะเกิดขึ้น สำหรับครอบครัวการนำฮวงจุ้ยมาใช้นั้น จะนำมาเพื่อปรับปรุงที่อยู่อาศัย ให้ครอบครัวมีความสุข ส่งผลดีด้านการเงิน และมีสุขภาพที่แข็งแรงสมบูรณ์ ความเชื่อฮวงจุ้ยที่เกิดจากความกลัว เป็นการนำโลกทัศน์ (World view) ของฮวงจุ้ยไปใช้ เพื่อให้เกิดความมั่นใจ และส่งผลให้ได้อุดมคติ (Ideology) ตามที่ต้องการ ฮวงจุ้ยจะเข้าไปกดทับทางความคิด และจินตนาการ ด้วยความรู้ใหม่ที่เกิดจากการการผลิตซ้ำ ๆ (Reproductive) และก่อให้เกิดค่านิยม (Value) เกี่ยวกับฮวงจุ้ยในสังคม

1.3.3 ความเชื่อในฮวงจุ้ยที่เกิดจากการกระทำตามผู้อื่น

เป็นความเชื่อที่เกิดจากการเรียนรู้จากภายใน และจากภายนอกครอบครัว จากเพื่อน คนรู้จัก และจากที่ทำงาน ความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจุ้ยส่วนใหญ่จะเกิดจากการได้รับคำแนะนำจากคนที่รู้จัก แต่การนำฮวงจุ้ยไปใช้จะเกิดขึ้นจากคำแนะนำของบุคคลที่เรานับถือ หรือเป็นผู้มีประสบการณ์ในการนำฮวงจุ้ยไปใช้แก้ปัญหาความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจุ้ยยังเกิดจากสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบตัว โดยเฉพาะจากสถานที่ทำงาน บริษัท หรือองค์กรที่มีผู้บริหารเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมจีน จะพบว่ามีผู้นำความรู้เกี่ยวกับฮวงจุ้ยมาใช้ในการปรับปรุงอาคาร สถานที่ หรือแม้แต่การปรับปรุงตกแต่งสำนักงาน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพของอาคารสถานที่ และพฤติกรรมของบุคคล ความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจุ้ยที่เกิดจากการกระทำตามผู้อื่น ฮวงจุ้ยจะไปการกดทับ และสร้างสยบยอมต่ออำนาจ (Power) ของฮวงจุ้ย และแสดงออกในรูปแบบการเปลี่ยนแปลงทางความคิด จินตนาการ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทำให้เกิดภาคปฏิบัติที่ปรากฏตามสถานที่ต่าง ๆ เกิดกิจกรรม การทำธุรกิจ และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของคนในสังคม เช่น การปรับอาคารสถานที่ให้เป็นไปตามความรู้เกี่ยวกับ ฮวงจุ้ย การใช้สิ่งของ เครื่องประดับให้เหมาะสมกับฮวงจุ้ย เป็นต้น

ตอนที่ 2 ภาคปฏิบัติการวาทกรรมของสวงจู้ผ่านความรู้และอำนาจ

ภาคปฏิบัติการทางวาทกรรม (Discourse Practice) เป็นการศึกษาคำพูด (Text) ของสวงจู้ที่เกิดขึ้น และการได้รับการยอมรับจากชุมชน และสังคม การที่สวงจู้ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของสังคมได้เพราะ

2.1 สวงจู้เป็นการสร้างความรู้

เป็นความรู้ที่มีความยาวนานกว่า 6,000 ปี มีการสืบทอด และมีความสอดคล้องกับหลักการของการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรมในปัจจุบัน ทำให้ความรู้เกี่ยวกับสวงจู้เป็นความรู้ที่มีความเป็นสากล และได้รับการยอมรับ ด้วยความที่สวงจู้มีความเกี่ยวข้องกับทำเล ที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ขาดไม่ได้ และสำคัญต่อการดำเนินชีวิต มีการนำความรู้เกี่ยวกับสวงจู้มาใช้กันอย่างแพร่หลาย ทำให้ความรู้ของสวงจู้สถาปนาอำนาจ (Power) ของตัวเองขึ้นมาอย่างแบบพล

2.2 ความรู้สวงจู้เป็นการสร้างอำนาจ (Power)

ได้สร้างปรากฏการณ์ที่เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคม ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และการอยู่อาศัย โดยเฉพาะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีการนำสวงจู้มาใช้ในการช่วงชิงการนำ (Hegemony) นำความรู้เรื่องสวงจู้มาเปลี่ยนแปลงโลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) ของผู้ที่สนใจจะซื้อบ้าน และสร้างการครอบงำทางความคิดจากการนำอัตลักษณ์ (Identity) เฉพาะตัวของสวงจู้ จนเกิดการศยบยอม ซึ่งอัตลักษณ์ (Identity) ของสวงจู้คือ “สวงจู้ เรื่องของการจัดสถานที่ด้วย ทิศ และธาตุ ให้เหมาะสมกับผู้ใช้งาน” นอกจากนี้ความรู้และอำนาจ (Power) ของสวงจู้ยังได้สร้างปรากฏการณ์และสร้างค่านิยม (Value) ใหม่ขึ้นในสังคมอีกทั้งยัง กีดกัน ทำลายความเชื่อของโหราศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการอยู่อาศัย และการทำธุรกิจ

2.3 ความรู้ และการใช้อำนาจ (Power)

ด้วยความที่ความรู้ของสวงจู้ เป็นความรู้ที่ได้รับการยอมรับทำให้อำนาจที่เกิดขึ้นมีการนำไปใช้ในสังคม โดยอำนาจนี้ได้ถูกนำไปใช้โดยสถาบันสวงจู้ และผู้เชี่ยวชาญสวงจู้

2.3.1 อำนาจ สถาบันสวงจู้ (Power of Institution) สถาบันสวงจู้ ได้รับการยอมรับจากสภาพสังคมที่ต้องการสิ่งยึดเหนี่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจ และตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานด้านธุรกิจ และครอบครัว เป็นการคงไว้ซึ่งอำนาจของสวงจู้ อำนาจ (Power) ของสถาบันสวงจู้ได้สร้างความสัมพันธ์กับชุมชน เกิดเป็นวิถีประชาที่นำมาปฏิบัติ สถาบันสวงจู้ได้สร้างจารีตประเพณีที่ได้รับการยอมรับ และได้สร้างผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำความรู้สวงจู้เผยแพร่ นอกจากนี้ เป็นสถานที่รวบรวมความรู้ต่าง ๆ สร้างสัญลักษณ์ สร้าง และดูแลกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อการสืบค้น และดำรงไว้ซึ่งความรู้เกี่ยวกับสวงจู้ สถาบันสวงจู้ยังได้ทำลาย และบดบังความรู้ของ

โหราศาสตร์อื่น ๆ ด้วยความรู้ที่แตกต่าง (The Others) ความรู้ที่กลายเป็นอำนาจ (Power) และกลายเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และสร้างการสยบยอมจากสังคม

2.3.2 อำนาจจากผู้เชี่ยวชาญฮวงจุ้ย (Power of Expert) ผู้เชี่ยวชาญ (Expert) เป็นตัวแทนของระบอบความจริง (Regime of Truth) ด้วยอำนาจ (Power) ที่สร้างความเป็นใหญ่ (Hegemony) ที่มีเอกลักษณ์และวิธีการเฉพาะตัวผ่านเทคโนโลยีแห่งตัวตน (Technology of Self) มีการจัดการเพื่อสร้างการกดทับ และสยบยอมจากบุคคล ผู้เชี่ยวชาญจึงเปรียบเสมือนผู้พิพากษาที่สามารถกำหนดให้ผู้เกี่ยวข้องต้องดำเนินการทุกอย่างตามที่ได้ตัดสินใจไว้ ด้วยขบวนการครอบงำยึดยึดความรู้ให้ผู้อื่นอย่างแยกขาด และหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยใช้กฎระเบียบ ข้อบังคับแนวทางปฏิบัติที่ทุกคนยอมรับอย่างไม่มีข้อโต้แย้ง โดยกล่าวอ้างถึงผลสำเร็จตามมโนภาพที่ได้ตั้งไว้ และหากไม่ยินยอมปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ ที่ได้กำหนดไว้จะส่งผลร้ายแก่ผู้นั้น นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญยังทำลาย ปิดกั้น การเข้ามาของโหราศาสตร์อื่น ๆ สู่ตัวบุคคล จึงเป็นการกุมอำนาจ (Power) แบบเบ็ดเสร็จ และทรงอิทธิพลมากที่สุด

2.4 ภาคปฏิบัติการของฮวงจุ้ย

เป็นการนำความรู้และอำนาจที่เกิดขึ้นของฮวงจุ้ยไปใช้ ซึ่งเป็นการจัดการด้านความรู้ และอำนาจที่ก่อให้เกิดภาคปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน มีการนำความรู้ด้านการตลาด ด้านการจัดการมาใช้โดยความรู้และอำนาจของฮวงจุ้ยทำหน้าที่เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ และเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง สถาปัตยกรรม และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

2.4.1 ภาคปฏิบัติการของวาทกรรมฮวงจุ้ยผ่านความรู้และอำนาจ (Power) ที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง สถาปัตยกรรม

ฮวงจุ้ยมีความแตกต่างจากโหราศาสตร์ประเภทอื่น ๆ เพราะฮวงจุ้ยมีหลักการที่สอดคล้องกับการก่อสร้าง สถาปัตยกรรมในด้านต่าง ๆ เช่น การเลือกพื้นที่ก่อสร้าง การวางผัง การเลือกรูปทรง และการตกแต่งภายในอาคาร (ชูพงษ์ ทองคำสมุทร, 2554) ฮวงจุ้ยมีกระบวนการนำความรู้ไปใช้ และการแก้ปัญหาที่ชัดเจนทำให้ได้รับการยอมรับ ก่อให้เกิดเป็นอำนาจ (Power) ที่ปรากฏอยู่ในสังคม โดยสะท้อนออกมาในรูปของการออกแบบอาคาร สถานที่ การจัดพื้นที่ที่ใช้สอยที่สามารถพบเห็นได้โดยทั่วไป นอกจากนี้อำนาจ (Power) ของฮวงจุ้ยยังถูกนำมาใช้กับความรู้อื่น ๆ อีก เช่นการออกแบบป้าย สัญลักษณ์ ผลที่ได้จากการนำวิธีการของฮวงจุ้ยไปใช้จะเป็นตัวยืนยันว่าฮวงจุ้ยมีความแม่นยำ ถูกต้องและน่าเชื่อถือ ภาคปฏิบัติการของวาทกรรม (Discourse practice) ฮวงจุ้ยผ่านความรู้ และอำนาจ (Power) ที่เกิดขึ้นในสังคมจะเกี่ยวข้องกับเรื่องของที่อยู่

อาศัยเป็นหลัก เพราะอัตลักษณ์ (Identity) ของสวิงจู้เป็นเรื่องเกี่ยวกับธาตุของเจ้าของ ทิศ และทำเลที่ตั้งของพื้นที่ ภาวปฏิบัติการณ์ที่เกิดขึ้นคือการนำความรู้เกี่ยวกับสวิงจู้ไปใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือปรับปรุงที่อยู่อาศัย ความรู้เกี่ยวกับสวิงจู้เป็นสิ่งสำคัญที่สร้างอำนาจ (Power) ในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยความมั่นใจ อำนาจ (Power) ของสวิงจู้ที่เกิดจากความรู้ที่เกี่ยวกับการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม เป็นสิ่งที่ทำให้สวิงจู้ปิดกั้น ขัดขวาง ทำลาย โหราศาสตร์ประเภทอื่น ๆ ที่จะเข้ามาในงานการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม เป็นการสร้างการยอมรับ เกิดการสยบยอมของผู้ที่ต้องการใช้สวิงจู้ และค่านิยม (Value) ในงานการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม ทำให้ผู้เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นสถาปนิก วิศวกร นักออกแบบต้องเปลี่ยนแปลงโลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) เกี่ยวกับ สวิงจู้ใหม่

2.4.1.1 การจัดการความรู้เกี่ยวกับสวิงจู้ ความรู้ของสวิงจู้ที่มีหลักการที่สอดคล้องกับการก่อสร้างสถาปัตยกรรม เป็นการสร้างอำนาจ (Power) ที่ยิ่งใหญ่ เพราะเป็นอำนาจ (Power) ที่มาจากความรู้จริง ๆ ที่ได้รับการยอมรับ เป็นการสร้างการยอมรับ และค่านิยม (Value) ในงานการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม ทำให้ผู้เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นสถาปนิก วิศวกร นักออกแบบต้องเปลี่ยนแปลงโลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) เกี่ยวกับสวิงจู้ใหม่ นอกจากนี้การที่ สวิงจู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับความรู้ทั้งหลาย ๆ ด้าน เช่น สาธารณสุข การออกแบบตกแต่งภายใน ทำให้ยังสร้างความน่าเชื่อถือ และแตกต่างอย่างสิ้นเชิงจากโหราศาสตร์อื่น ๆ ที่มีอยู่ในสังคมปัจจุบันซึ่งไม่สามารถอ้างอิงความรู้ใด ๆ มาเป็นเครื่องรับรองความถูกต้อง ความรู้ของสวิงจู้ถูกนำไปใช้ในการบริหารจัดการด้านการก่อสร้าง สถาปัตยกรรม การออกแบบตกแต่ง และการบริหารจัดการบุคลากร อำนาจ (Power) ทำให้สวิงจู้ยังมีอำนาจ (Power) มากยิ่งขึ้น และสร้างการสยบยอมจากบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงทำลาย บดบัง โหราศาสตร์อื่นๆ ได้มากขึ้นด้วย

2.4.1.2 การสร้างความเป็นอื่น (The others) ความรู้ของสวิงจู้ที่สอดคล้องกับการก่อสร้าง สถาปัตยกรรม เป็นความรู้เฉพาะที่ต้องอาศัยความเข้าใจ จึงจะนำมาใช้หรือนำมาแก้ไขได้อย่างถูกต้อง สวิงจู้แตกต่างจากโหราศาสตร์ชนิดอื่น คือมีวิธีการปฏิบัติทางวาทกรรมที่มีกระบวนการชัดเจนมีรายละเอียดในการใช้ ในการแก้ปัญหาชัดเจน มีการปฏิบัติจริงเป็นขั้นตอน และมีกำหนดการในการดำเนินการ มีเหตุผลในการใช้ และการแก้ปัญหา รวมถึงมีผลลัพธ์ที่สามารถพิสูจน์ได้ หรือสามารถนำมาอ้างอิงได้ ต่างกับโหราศาสตร์ชนิดอื่น ๆ ที่ไม่สามารถนำมาอ้างอิง หรือมีหลักฐานมาเป็นตัวบ่งชี้ ว่าก่อให้เกิดสิ่งต่าง ๆ ขึ้นมา ทำให้สวิงจู้ได้รับการยอมรับ และสามารถสร้างความรู้ที่แตกต่าง ที่มีตัวบทเป็นอัตลักษณ์ (Identity) ของตัวเอง ที่มีความเป็นอื่น (The others) ดังนั้นอัตลักษณ์ (Identity) ของสวิงจู้ คือ “สวิงจู้ เรื่องของการจัด

สถานที่ด้วย ทิศ และธาตุให้เหมาะสมกับผู้ใช้งาน” สวงจู้ยสร้างอำนาจ (Power) และการปรับเปลี่ยนโลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) กดทับ ความคิด และจินตนาการของผู้คนให้เกิดการสยบยอมอย่างเลี่ยงไม่ได้ และปิดกั้น กดทับ เบียดขับ โหราศาสตร์อื่น ๆ อย่างแยบยล

2.4.2 ภาคปฏิบัติกรของวาทกรรมสวงจู้ยผ่านความรู้ และอำนาจ (Power) ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์

จากองค์ประกอบที่สำคัญคือ ระหว่างปี 2532 – 2540 อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยอยู่ในอัตราที่สูงมากและการขยายตัวทางด้านธุรกิจทางด้านอสังหาริมทรัพย์ก็สูงมากที่สุด จึงถือได้ว่าธุรกิจทางด้านอสังหาริมทรัพย์ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการก่อรูปของสวงจู้ยในสังคมไทย มีการนำความรู้เรื่องสวงจู้ยมาใช้กันอย่างแพร่หลาย การเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทำให้เกิดการแข่งกันในด้านธุรกิจ การสร้างความแตกต่าง และการสร้างการยอมรับจึงเป็นเรื่องที่ถูกนำมาใช้ จากปรากฏการณ์ทางสังคม พบว่ามีการนำสวงจู้ยมาใช้เพื่อเป็นจุดขาย และตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ โดยนำความรู้ของสวงจู้ยมาใช้ในการทำการตลาดในรูปแบบ 4 P ได้แก่ 1) บ้าน หรือโครงการ (Product) มีการนำความรู้เรื่องสวงจู้ยมารออกแบบ 2) ราคา (Price) โครงการที่อยู่ในทำเลที่สวงจู้ยดีสามารถตั้งราคาที่สูงได้ 3. ทำเล (Place) มีการเลือกทำเลสำหรับทำโครงการที่ถูกหลักสวงจู้ย 4) การประชาสัมพันธ์ (Promotion) โดยอาศัยโลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) ของสวงจู้ยเป็นเครื่องมือในการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยอำนาจ (Power) ของสวงจู้ยได้สร้างความแตกต่าง และกีดกันผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำความรู้เรื่องสวงจู้ยมาใช้ นอกจากนี้การบริหารจัดการด้านความรู้ และอำนาจ (Power) ไม่ได้ส่งผลเฉพาะเจ้าของโครงการ แต่ส่งผลโดยตรงต่อผู้ซื้อ และยังส่งต่อผู้เกี่ยวข้องจำนวนมาก ให้ปรับโลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) ใหม่เกี่ยวกับสวงจู้ย เช่น สถาปนิก มัณฑนากร วิศวกร คนทำป้ายโฆษณา หรือรวมแม้กระทั่งคนที่เห็นป้าย หรือข้อความที่เกี่ยวข้องระหว่างสวงจู้ยกับโครงการ ซึ่งทำให้เกิดปรากฏการณ์ใหม่ขึ้นในสังคมเกี่ยวกับวงการอสังหาริมทรัพย์

สวงจู้ยสร้างอำนาจ (Power) จากความรู้ และมีโครงการอสังหาริมทรัพย์เป็นผู้นำอำนาจ (Power) ของสวงจู้ยไปใช้ การจัดการด้านความรู้ และอำนาจของสวงจู้ยมีส่วนสำคัญต่อการทำให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประสบความสำเร็จ ความสำคัญนี้เองทำให้เกิดเป็นอำนาจ (Power) ในการทำลายปิดกั้น ขัดขวางการเข้ามาของโหราศาสตร์อื่น ๆ และส่งผลกระทบต่อผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในการปรับโลกทัศน์ (World view) และอุดมการณ์เกี่ยวกับสวงจู้ย

ตอนที่ 3 การสร้างพื้นที่ของฮวงจุ้ยในสังคมไทย

การสร้างพื้นที่ของฮวงจุ้ยในสังคมไทย เป็นปฏิบัติการทางสังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Practice) ที่สร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และส่งผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม ฮวงจุ้ยเป็นความรู้ที่มาจากประเทศจีน ระยะเวลาการสร้างพื้นที่ของฮวงจุ้ยจะอยู่ในกลุ่มชนชาวไทยเชื้อสายจีน ซึ่งเป็นกลุ่มเฉพาะ การนำฮวงจุ้ยมาใช้เป็นเรื่องที่พิเศษ เนื่องจากครั้งแรกในประเทศไทยยังไม่มีโหราจารย์ที่มีความรู้เรื่องฮวงจุ้ยมากนักอาศัยเพียงผู้ที่อยู่ในครอบครัวที่มีผู้มีความรู้เรื่องฮวงจุ้ยมาแนะนำบ้าง ซึ่งสำหรับผู้ที่มีความต้องการใช้ความรู้เรื่องฮวงจุ้ยอย่างจริงจัง และมีฐานะการเงินที่ดี จะใช้วิธีเชิญโหราจารย์จากเมืองจีนเข้ามาช่วยแนะนำ และปรับสถานที่ เพื่อให้เกิดความสุข และความเจริญรุ่งเรือง ฮวงจุ้ยเป็น โหราศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับที่ดิน และ สิ่งปลูกสร้าง ได้แก่ ที่อยู่อาศัย บ้าน อาคาร โรงงาน ทรายใดก็ตาม หากที่อยู่อาศัยยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต การนำฮวงจุ้ยมาใช้เพื่อแก้ไขความกลัวที่เกิดจากต้องการอยู่อาศัยในบ้านอย่างมีความสุข ผลจากการเติบโตทางเศรษฐกิจ ระหว่างปี 2532 – 2540 จากการพัฒนาเศรษฐกิจโลกทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ประสบความสำเร็จ และเติบโต โดยเฉพาะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรบริษัท ต่าง ๆ ที่ใช้ความรู้เรื่องฮวงจุ้ยมาประกอบในการทำธุรกิจก็จะเกิดความเชื่อและนำมาใช้ในการตัดสินใจครั้งต่อไป การสร้างพื้นที่ในสังคมจึงเริ่มเติบโตและกระจายออกไปจากบุคคลากรขององค์กร นำความรู้ที่ได้พบเห็นจากสถานที่ทำงานมาปรับใช้กับบ้าน ที่อยู่อาศัย และเมื่อมีโอกาสเปิดกิจการของตนเองขึ้นมาก็ำความรู้เรื่องฮวงจุ้ยไปใช้ด้วย การสร้างพื้นที่ของฮวงจุ้ยเกิดจาก

3.1 การสร้างพื้นที่จากการขยายฐานโดยใช้สิ่งพิมพ์ หนังสือ ที่รวดเร็ว

จากการพัฒนาด้านสิ่งพิมพ์ทำให้ระบบการจัดพิมพ์หนังสือเกี่ยวกับฮวงจุ้ยทำได้ง่ายขึ้น ระยะเวลาแรกเป็นการนำหนังสือจากต่างประเทศมาแปลเป็นภาษาไทย ซึ่งได้แก่ภาษาจีนและภาษาอังกฤษ ต่อมาเมื่อความรู้เรื่องฮวงจุ้ยได้รับการยอมรับ และเริ่มมีการเผยแพร่ความรู้เรื่องฮวงจุ้ย หนังสือถือเป็นตัวเลือกที่ง่ายและเหมาะสมกับเทคโนโลยีในเวลานั้น จำนวนหนังสือเกี่ยวกับฮวงจุ้ยมีเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปี และหนังสือฮวงจุ้ยเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไป โดยเริ่มจากประวัติความเป็นมาของฮวงจุ้ย ความรู้พื้นฐานของฮวงจุ้ยที่เกี่ยวกับที่ดิน บ้าน อาคาร ต่อจากนั้นมีการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับฮวงจุ้ยในด้านการออกแบบสวน สัญลักษณ์ แฟชั่น ความรู้ของฮวงจุ้ยได้ถูกปรับเปลี่ยนจากการอ่านเพื่อทำความเข้าใจ เป็นการเรียนรู้ปัญหาที่เกิดจากการวางฮวงจุ้ยผิด การเลือกใช้สิ่งของที่สามารแก้ไขฮวงจุ้ยได้ และเปลี่ยนเป็นการเรียนรู้ที่จะปรับแก้ฮวงจุ้ยที่เป็นปัญหาได้ด้วยตนเอง

หนังสือเป็นช่องทางที่สามารถนำค่านิยมของวงจ้อยเข้าสู่สังคมได้ในระยะแรก และสร้างพื้นที่อย่างได้ผล ทำให้เกิดการยอมรับใน โลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) ของวงจ้อยจากพัฒนาการของหนังสือเกี่ยวกับวงจ้อย ได้ครอบงำความคิดของผู้ที่สนใจ และได้ปิดกั้น ขัดขวาง โหราศาสตร์อื่น ๆ ด้วยอำนาจ (Power) ของความรู้ที่แตกต่างที่เกี่ยวข้องกับความรู้ด้าน ก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม และความรู้ด้านอื่น ๆ หนังสือยังสามารถถ่ายทอดค่านิยมของวงจ้อยได้อย่างละเอียด และก่อให้เกิดการผลิตซ้ำ ๆ (Reproductive) ของความรู้ที่ส่งเข้าสู่สังคม สร้างการคง อยู่ของวงจ้อยในสังคม

3.2 การขยายฐานอำนาจเพื่อสร้างสถาบันวงจ้อย

ภายหลังจากที่อาจารย์เกรียงไกร บุญธกานนท์ ได้ก่อตั้งชมรมภูมิโหราศาสตร์ และได้ให้ความรู้เรื่องวงจ้อย แก่ผู้ที่สนใจ จนมีจำนวน โหราจารย์ในเมืองไทยเพิ่มมากขึ้น มีการแยกตัวออกไปตั้งชมรมต่าง ๆ เพื่อให้การอบรม และให้ความรู้เกี่ยวกับวงจ้อยแก่ผู้ที่สนใจ การอบรมเกี่ยวกับวงจ้อยได้มีการพัฒนาจากการอบรมด้วยอาจารย์เป็นการเรียนรู้และอบรมผ่านทาง ระบบออนไลน์ซึ่งมีความสะดวกเพิ่มขึ้น สถาบันที่ให้ความรู้เกี่ยวกับวงจ้อยได้ทำให้บริบท ของความรู้เกี่ยวกับวงจ้อยได้ถูกนำออกไปเปิดเผยอย่างมั่นคง และสร้างความน่าเชื่อถือขึ้นใน สังคม สถาบัน วงจ้อยเป็นการแสดงออกของอำนาจ (Power) ที่บ่งบอกถึงการยอมรับของวงจ้อยใน สังคม และปิดกั้น ขัดขวาง โหราศาสตร์อื่น ๆ สร้างการช่วงชิงการนำ (Hegemony) และสร้าง ผู้เชี่ยวชาญ เป็นการสร้างพื้นที่ที่ก่อให้เกิดการยอมรับ และสร้าง โลกทัศน์ใหม่ให้สังคม

3.3 การสร้างพื้นที่จากการขยายฐานด้วยการเพิ่มจำนวนของโหราจารย์

โหราจารย์ด้าน วงจ้อย เป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างพื้นที่ของวงจ้อยในสังคม เพราะการอ่านหนังสือเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำความเข้าใจในวงจ้อยได้ชัดเจนผู้ที่สนใจจะนำ วงจ้อยไปใช้จึงมีการศึกษาวงจ้อยทั้งจากหนังสือ และสื่อต่าง ๆ รอบตัว รวมถึงให้ความสนใจในการ เข้าเรียน เข้ารับการอบรม โดยคุณได้จากการที่มีสถาบันให้ความรู้เรื่องวงจ้อยเกิดขึ้นจำนวนมาก

โหราจารย์ทางด้านวงจ้อยจะมีความรู้ที่มากกว่า และมีความแม่นยำในการปรับเปลี่ยน พื้นที่สถานที่ให้เหมาะสม เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ที่มีความต้องการใช้ โหราจารย์ วงจ้อยจึงเข้ามามีบทบาท และสร้างความมั่นใจในการอยู่อาศัย และการประกอบธุรกิจ ซึ่งวงจ้อยที่ ใช้อยู่ในสังคมปัจจุบันมีทั้งวงจ้อยดั้งเดิม และวงจ้อยสมัยใหม่ ความแตกต่างระหว่างวงจ้อยดั้งเดิม กับวงจ้อยสมัยใหม่ ที่เห็นได้ชัด คือ วงจ้อยดั้งเดิม มีแนวคิดในการใช้ธาตุของเจ้าของให้สัมพันธ์กับ ทิศทางของอาคาร ที่อยู่อาศัย ปรับวงจ้อยให้กลมกลืนไปกับธรรมชาติ สามารถปรับพื้นที่ได้โดย ไม่ยากนัก แต่สำหรับวงจ้อยสมัยใหม่ เรียกนิยามหมวกดำ เป็นสำนักที่มุ่งเน้นด้านพาณิชย์ มุ่งค้าขาย

และเป็นธุรกิจ การนำความปรารถนาของชีวิต มาเป็นจุดหมายแปลประการ ได้แก่ อาชีพ ความรู้ ครอบครั้ว ความมั่นคง ชื่อเสียง การแต่งงาน ลูกหลาน และผู้ช่วยเหลือ และยังเน้นวิถีแก้ไขของจู้ด้วยสิ่งของต่าง ๆ เช่น รูปปั้นสิงโต ขลุ่ย น้ำเต้า กระจกเงา คริสตัล กบ แมว หรือสิ่งที่เป็นตัวแทน ความร่ำรวยต่าง ๆ โหราจารย์ของจู้ที่มีความสามารถเป็นที่ต้องการของสังคม แต่จากการวิจัยพบว่า ผู้ที่เคยใช้บริการจากโหราจารย์บางคนไม่สามารถแก้ปัญหาตามที่ตนเองต้องการได้ และมีการขอคำแนะนำจากโหราจารย์อีกหลาย ๆ ท่านเพื่อมาแก้ไขปัญหาให้ดีขึ้น และสำหรับโหราจารย์ที่มุ่งเน้นการขายสินค้า เพื่อใช้ในการแก้ไขของจู้ หรือประชาสัมพันธ์ตัวเองว่ามีความรู้ ความสามารถ มากเกินไป จะได้รับความเชื่อถือน้อยลงไป รวมถึงค่าใช้จ่ายที่มากเกินไปในการเชิญโหราจารย์มา ปรับแก้ไขพื้นที่ ก็เป็นอุปสรรคในการสร้างพื้นที่ของของจู้ในสังคม แต่สำหรับผู้ที่มีความเชื่อและมีฐานะทางการเงินที่สามารถยอมรับค่าใช้จ่ายได้ ก็ไม่เป็นอุปสรรคในการที่จะใช้ความรู้ของจู้ในการปรับปรุงให้ครอบครัว และการทำธุรกิจดีขึ้น ในการสร้างพื้นที่ของโหราจารย์นั้น โหราจารย์ของจู้จะใช้ความรู้ที่กลายมาเป็นอำนาจ (Power) กดทับความคิดของผู้ที่สนใจให้เกิดการสยบยอม ปิดกั้น ขัดขวางการเข้ามาของโหราศาสตร์อื่นอย่างแยบยล สร้างการผลิตซ้ำ ๆ (Reproductive) ความรู้ของของจู้

3.4 การสร้างพื้นที่จากการขยายฐานสื่อประชาสัมพันธ์

ด้วยการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร โทรทัศน์ โซเชียลมีเดีย การพัฒนาด้านการสื่อสาร และโทรทัศน์ เป็นไปอย่างรวดเร็ว เกิดรายการโทรทัศน์ ที่นำความรู้เกี่ยวกับของจู้ออกมาเผยแพร่ และทำให้เกิดการรับรู้เรื่องของจู้ภายในสังคมอย่างรวดเร็ว รายการโทรทัศน์ในปัจจุบัน ที่เกี่ยวกับของจู้มีจำนวนมาก รวมถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่สามารถหาได้อย่างมากมาย และใช้เวลาไม่นาน มีการนำข้อมูลจากโซเชียลมีเดียไปใช้กันอย่างแพร่หลาย และมีการแจ้งผลจากการใช้เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ที่สนใจทราบ แต่การนำข้อมูลมาใช้จึงต้องมีความรอบคอบและระมัดระวัง เนื่องจากมีทั้งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือ นอกจากนี้ในโซเชียลมีเดียยังมีการใช้พื้นที่ในการทำธุรกิจเกี่ยวกับของจู้ ซึ่งการรับรู้เกี่ยวกับของจู้ของผู้ให้สัมภาษณ์มีความไม่พอใจนักกับโหราจารย์ หรือสถาบันที่มุ่งหาประโยชน์มากเกินไป และจากการวิจัยผู้ที่สามารถนำของจู้มาใช้ได้จะต้องเป็นผู้ที่มีความพร้อมทางด้านทางการเงินการสร้างพื้นที่ของของจู้จากการสื่อสาร โทรทัศน์ โซเชียลมีเดีย เป็นการการช่วงชิงการนำ (Hegemony) ที่เหนือกว่าโหราศาสตร์อื่น ๆ และเป็นการสร้างความรู้ที่แตกต่าง สร้างค่านิยม (Value) เพื่อการคงอยู่ของของจู้ในสังคม

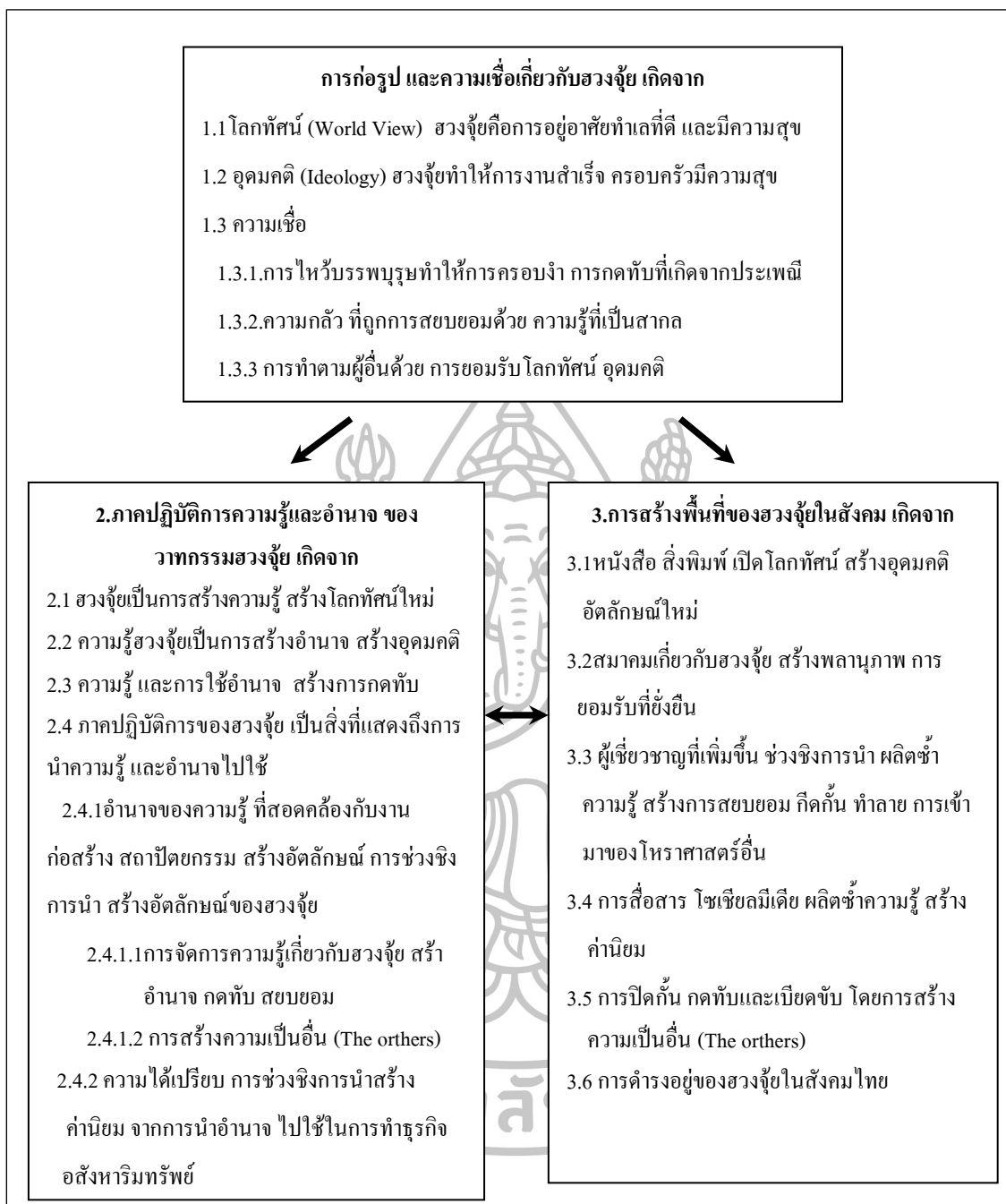
3.5 การปิดกั้น กดทับและเบียดขับ โดยการสร้างความเป็นอื่น (The others)

ฮวงจู้ยเป็นภูมิโหราศาสตร์เน้นเกี่ยวกับการจัดการทำเล ที่ตั้ง อาคาร สถานที่ ซึ่งมีความแตกต่างจากโหราศาสตร์อื่นเป็นความรู้ที่สร้างความเป็นอื่นที่ชัดเจน (The others) มีการนำมาใช้ในการจัดการด้านการก่อสร้าง สถาปัตยกรรม การจัดการด้านการออกแบบ การจัดการด้านบุคคล และธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์อย่างชัดเจน โดยเฉพาะด้านธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ มีการนำฮวงจู้ยมาใช้ในการตลาด ซึ่งประกอบด้วย 4 P คือ 1.ด้านตัวสินค้า(Product) 2. ด้านราคา (Price) 3. ด้านสถานที่ (Place) 4. ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ (Promotion) ความรู้เกี่ยวกับฮวงจู้ยเป็นความรู้ที่เป็นสากลมีการนำฮวงจู้ยมานำบริหารจัดการอย่างเป็นขั้นเป็นตอน ประกอบไปด้วย ตัวบท (Text) สถาบัน ฮวงจู้ย ผู้เชี่ยวชาญด้านฮวงจู้ย มีการผลิตความรู้ซ้ำ ๆ กระจายความรู้ออกไปทำให้สร้างปรากฏการณ์ต่าง ๆ มากมายในสังคม สร้างการยอมรับ และสยบยอมจากผู้เกี่ยวข้อง และปิดกั้น กดทับ เบียดขับโหราศาสตร์อื่น ๆ อย่าง

3.6 การสร้างพื้นที่เพื่อการดำรงอยู่ของฮวงจู้ยในสังคมไทย

ฮวงจู้ยเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิต และประเพณีการไหว้บรรพบุรุษของคนไทยเชื้อสายจีน ฮวงจู้ยเป็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรมซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่สำคัญต่อการดำรงชีวิต ฮวงจู้ยได้สร้างโลกทัศน์ของการประสบความสำเร็จ ร่ำรวย และมีความสุข และตอบสนองต่อความกลัวของมนุษย์ และได้สร้างโลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ของมนุษย์ใหม่ ด้วยองค์ประกอบสำคัญ คือการมีความรู้ที่มีความแตกต่าง สามารถนำความรู้ไปใช้ในภาคปฏิบัติทางวาทกรรม การมีตัวอย่างของสถานที่ที่นำฮวงจู้ยไปใช้แล้วประสบความสำเร็จจะเป็นเรื่องยืนยัน และเป็นการส่งต่อความรู้ต่อไปในสังคมภายภาคหน้า สร้างการคงอยู่ของฮวงจู้ยในสังคม ความรู้ของฮวงจู้ยสร้างอำนาจ (Power) ที่ก่อให้เกิดการสยบยอม และเบียดบังกดทับโหราศาสตร์อื่น ๆ แต่ความรู้ของฮวงจู้ยจำเป็นต้องเป็นความรู้ที่ถูกต้อง สามารถนำไปแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการอยู่อาศัยได้ หากว่าความรู้ที่นำไปใช้นั้นเป็นความรู้ที่ไม่ถูกต้อง และไม่สามารถแก้ปัญหาได้ ก็จะส่งผลกระทบต่อการดำรงอยู่ของฮวงจู้ยในสังคมไทย

เพื่อให้งานวิจัยเรื่องฮวงจู้ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม สะท้อนภาพของวาทกรรมที่เกิดขึ้นในสังคม ที่มีองค์ประกอบของความรู้ อำนาจ (Power) การต่อสู้ทางสังคมเพื่อการอยู่รอด การสร้างอัตลักษณ์ (Identity) โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ที่เกิดขึ้นมาใหม่ (Individual Identity) ที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงของสังคม (Social Identity) ผู้วิจัยได้ทำแผนภูมิ เพื่อให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น



แผนภูมิที่ 12 แสดงความสัมพันธ์ของ ความเชื่อ อำนาจ การสร้างพื้นที่ของสวงจู้ย ในสังคมไทย

การอภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง สวงจู้ย ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม ผู้วิจัยพบว่า จากแนวคิดวาทกรรมของ Foucault (1980) ที่กล่าวถึง ความรู้

ของสวงจู้สร้างอำนาจ (Power) ซึ่งทำให้เกิดการช่วงชิงการนำ (Hegemony) การสถาปนาอำนาจ (Power) ตามทฤษฎีทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมในเรื่องของตัวบทและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมนั้น อำนาจ (Power) ของสวงจู้ที่เกิดขึ้นก่อให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ (Identity) เฉพาะตัว และเปลี่ยนแปลงทางสังคม เกี่ยวกับท่าเล อาคาร ที่อยู่อาศัย การใช้พื้นที่ มีการนำความรู้เกี่ยวกับสวงจู้มาใช้ในด้านธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และการดำรงชีวิต สวงจู้ได้สร้างโลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยกับความสุข โดยมีเป้าหมายว่าการอยู่อาศัยที่ถูกต้องตามหลักสวงจู้ จะทำให้ผู้อยู่อาศัยมีความสุข ความรู้และอำนาจ (Power) ของสวงจู้ได้สร้างการยอมรับ และการสขบยอมจากผู้สนใจ อีกทั้งสร้างการทำลาย กีดกัน กดทับ วาทกรรมของ โหราศาสตร์อื่น ๆ ที่อยู่ในสังคมด้วย ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิด 3 ขั้นตอนของ Fairclough (2000: 167) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์วาทกรรมโดยใช้ ตัวบท (Text) ภาคปฏิบัติการทางวาทกรรม (Discourse practice) และ ภาคปฏิบัติการทางสังคมวัฒนธรรม (Social cultural practice) มาเป็นแนวทางในการวิจัย และพบว่า **ตัวบทของสวงจู้ (Text)** ได้สร้างความเป็นตัวตนจากรากเหง้าของคำเรียกที่เป็นภาษาจีน ทำให้รู้ที่มาอย่างชัดเจน การปฏิบัติที่เป็นเอกลักษณ์ มีหนังสือ ตำราเอกสารที่ยืนยันความเป็นตัวตน เป็นการสร้างความเป็นอื่น (The other) ด้วยความรู้ที่แตกต่าง **ภาคปฏิบัติการวาทกรรม (Discourse practice)** ของสวงจู้ผ่านความรู้และอำนาจ (Power) ที่เป็นสากล เกี่ยวข้องกับความรู้ที่ได้รับการยอมรับทางด้านก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม มีการนำความรู้ไปใช้ทำให้เกิดรูปแบบของสถาปัตยกรรมใหม่ ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ สร้างความเป็นใหญ่ (Hegemony) ก่อให้เกิดการผลิตซ้ำ การนำไปใช้ทำให้เกิดการยอมรับ สร้างการสขบยอม และทำลาย บดบัง ชัดขวาง โหราศาสตร์อื่น ๆ ที่มีอยู่ในสังคม **ภาคปฏิบัติการทางสังคม วัฒนธรรม (Social cultural practice)** สวงจู้ได้สร้างโลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ใหม่ ผ่านหนังสือ สถาบันความรู้สวงจู้ ผู้เชี่ยวชาญ การสื่อสาร ทำให้การเผยแพร่ความรู้จากชุมชนเล็ก ๆ ไปสู่สังคมใหญ่ ด้วยความที่เป็นความรู้สากลได้รับการยอมรับอย่างมั่นใจ มีการนำไปใช้ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจอื่น ๆ รวมถึงการนำไปใช้กับการออกแบบ ที่อยู่อาศัยของประชาชนทั่วไป ก่อให้เกิดการผลิตซ้ำ จนเป็นค่านิยม (Value) ต่อยอดการดำรงอยู่ของวาทกรรมสวงจู้ในการเสริมสร้างความสุข ความร่ำรวยให้บุคคล และสังคม สำหรับการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ตอน คือตอนที่ 1 เพื่อศึกษาการก่อรูป โลกทัศน์ อุดมคติ ความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับ

ฮวงจู้ยในสังคมไทย ตอนที่ 2 เพื่อศึกษาภาคปฏิบัติการความรู้ และอำนาจ ของวาทกรรมฮวงจู้ย ตอนที่ 3 เพื่อศึกษาการสร้างพื้นที่ของฮวงจู้ยในสังคมไทย

ตอนที่ 1 การศึกษาการก่อรูป โลกทัศน์ อุดมคติ ความเชื่อที่เกี่ยวกับฮวงจู้ยในสังคมไทย พบว่า 1.1 การก่อรูปโลกทัศน์เกี่ยวกับฮวงจู้ย เป็นเรื่องเกี่ยวกับทำเลที่อยู่อาศัยความเข้าใจที่มุ่งเน้น การเลือกและอาศัยอยู่ในทำเลที่ดี ส่งผลให้มีความสุข โลกทัศน์ของฮวงจู้ยมุ่งเน้นการสร้าง ความชัดเจนเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย และทำเลโดยเฉพาะเพื่อการอยู่อาศัยอย่างมีความสุข จึงสร้าง ความชัดเจน และจากความเป็นความรู้โบราณ มีการนำมาใช้ร่วมกับความรู้สมัยใหม่ด้านการ ก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม จึงสร้างการยอมรับ และการสขบยอม อย่างแบบล อีกทั้งไปกดทับวาท กรรมของโหราศาสตร์อื่น ๆ ที่ไม่มีความชัดเจน สำหรับ 1.2 การก่อรูปอุดมคติเกี่ยวกับฮวงจู้ย มีความสอดคล้องกับอุดมคติ (Ideology) ของมนุษย์ทั่วไป คือจินตนาการของความสำเร็จ ทั้งงาน และครอบครัว การที่อุดมคติ (Ideology) ของฮวงจู้ยสามารถสร้างอุดมคติ (Ideology) ใหม่แก่สังคม ได้เพราะอุดมคติ (Ideology) ของฮวงจู้ยเป็นเรื่องที่สามารถจับต้องได้ มีแนวทางการปฏิบัติ และ ผลที่ออกมาชัดเจน ต่างกับอุดมคติ (Ideology) ของโหราศาสตร์อื่น ๆ ที่เป็นเพียงจินตนาการ หรือ ความเพ้อฝัน ทำให้อุดมคติ (Ideology) ของฮวงจู้ยสามารถช่วงชิงการนำ และสร้างความเป็นใหญ่ สร้างความรู้ใหม่ ๆ ปิดกั้น ชัดขวาง โหราศาสตร์อื่น ๆ สร้างการสขบยอม และการยอมรับจากผู้คน ในสังคมที่สนใจในฮวงจู้ย 1.3 การก่อรูปความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจู้ย เกิดจาก 1.3.1 ความเชื่อเกี่ยวกับ ฮวงจู้ยที่เกิดจากที่เกิดจากประเพณีการไหว้บรรพบุรุษ โดยมีความเชื่อว่าการฝังศพบรรพบุรุษใน ทำเลดี และการเลือกอยู่อาศัยในทำเลดีเช่นบรรพบุรุษ จะส่งผลดีต่อการดำเนินชีวิต คนจีนยึดถือ เรื่องความกตัญญูเป็นเรื่องสำคัญ ดังนั้นวาทกรรมของฮวงจู้ยจึงก่อให้เกิดจากการครอบงำ และ สร้างการสขบยอมจากประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติสืบทอดกันมา และกลายมาเป็นค่านิยม (Value) ซึ่ง ความเชื่อเรื่องฮวงจู้ยในลักษณะนี้เป็นความเชื่อที่ฝังรากลึก ยากต่อการเปลี่ยนแปลง และปิดกั้นบดบัง วาทกรรมของโหราศาสตร์อื่น ๆ ซึ่ง สอดคล้องกับงานเขียนของขจี้กั๊ย บรูซพัฒนา (2545: 34-35) ได้กล่าวว่า คนจีนที่เข้ามาตั้งรกรากอยู่ในประเทศไทย ยังคงมีความเชื่อ และยึดมั่นต่อประเพณีที่เคย ปฏิบัติสืบทอดต่อกันมาจากบรรพบุรุษ โดยคนจีนยังมีการดำรงรักษาประเพณีความเชื่อของตนเอง โดยที่ไม่ยอมให้วัฒนธรรมอื่นใดเข้ามาผสมปะปน เช่น ความเชื่อเก่าแก่เรื่องฮวงจู้ย ได้ถูกนำมา คัดแปลงใช้กับการประกอบอาชีพการค้าซึ่งถือได้ว่าเป็นอาชีพดั้งเดิมของคนจีนตั้งแต่อดีตจนถึง ปัจจุบัน 1.3.2 ความเชื่อในฮวงจู้ยเกิดจากความกลัว ผลักดันให้เกิดการแสวงหาความมั่นใจใน การดำรงชีวิต และการทำธุรกิจ มีการนำฮวงจู้ยมาใช้สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิมลรัตน์ หงส์ร่อน

(2537) ได้วิจัยมาแล้วกว่า 20 ปีในเรื่องฮวงจู้ บทบาทความเชื่อเรื่องฮวงจู้ต่อการทำกิจการของชาวจีนแต่จิ๋ว : กรณีศึกษา ธุรกิจการค้ายานเขวราช ตั้งแต่วงเวียน โอเดียนถึงสี่แยกราชวงศ์ และได้ผลสรุปว่า เจ้าของกิจการ โดยมากมีความเชื่อว่าฮวงจู้มีบทบาทต่อการทำธุรกิจ และเป็นตัวบ่งชี้ถึงความเจริญรุ่งเรืองและความล้มเหลวของกิจการตนเองได้ การจัดฮวงจู้ที่ถูกเป็นเหมือนขวัญและกำลังใจในการทำธุรกิจให้ก้าวหน้าต่อไปในอนาคต และจะยังคงอยู่เพื่อสร้างความมั่นคงต่อการทำธุรกิจความรู้ของฮวงจู้เป็นความรู้ที่ได้รับการยอมรับ ฮวงจู้ใช้ความมีเหตุผลสยบความเชื่ออย่างไม่มีหลักการ จึงทำให้เกิดการสร้างความรู้ที่แตกต่าง สร้าง การยอมรับ และการสยบยอมต่อผู้เกี่ยวข้อง สร้างความเป็นใหญ่ (Hegemony) อีกทั้งยังเป็นการทำลาย กีดกัน ขวางกั้น โหราศาสตร์อื่น ๆ ที่มีอยู่ในสังคม 1.3.3 ความเชื่อในฮวงจู้ที่เกิดจากการกระทำตามผู้อื่น เกิดจากการก่อรูป และแพร่กระจายความรู้ฮวงจู้ไปสู่การยอมรับจนเป็นค่านิยม (Value) โดยสิ่งที่ปรากฏ ได้แก่ ลักษณะอาคาร การจัดบริเวณ ที่มีฮวงจู้เข้ามาเกี่ยวข้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุตราสาริผล (2545) ได้วิจัยเรื่อง “ฮวงจู้ : ความเชื่อเชิงพาณิชย์ศึกษารณี หมู่บ้าน โนเบิล วานา สาขา ปิ่นเกล้า ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ายส่วนใหญ่พอใจที่โครงการนำหลักฮวงจู้มาใช้ในการออกแบบ และสร้างบ้าน เนื่องจากมีความเชื่อว่าจะช่วยเสริมดวงที่อยู่อาศัย และ ทำให้บ้านน่าอยู่ขึ้น ทางด้านสถาปนิกจึงมีการนำฮวงจู้มาใช้ในการออกแบบตามความต้องการของลูกค้าในเชิงพาณิชย์มาก แสดงถึงการสยบยอมต่อ โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ของฮวงจู้ เกิดการผลิตซ้ำ และกดทับ ปิดกั้น การเข้ามาโหราศาสตร์อื่น ๆ จึงเห็นได้ว่าฮวงจู้มีการก่อรูปและมีการพัฒนาผ่าน โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) และสร้างความเชื่อให้กับคนในสังคมไทย เนื่องจากฮวงจู้เป็นความรู้ที่เป็นสากล มีโลกทัศน์ (World view) และอุดมคติ (Ideology) ที่ว่าเมื่อนำฮวงจู้ไปปฏิบัติแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความเจริญรุ่งเรือง ร่ำรวย มีความสุข จึงเป็นวาทกรรมของความรู้และอำนาจ (Power) ของภาคปฏิบัติการทางวาทกรรม (Discourse practice)

ตอนที่ 2 ภาคปฏิบัติการของวาทกรรมฮวงจู้ผ่านความรู้และอำนาจ (Power) เป็นการนำความรู้และอำนาจของฮวงจู้ไปใช้ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง สถาปัตยกรรม และธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ 2.1 ฮวงจู้เป็นการสร้างความรู้ โดยความรู้ของฮวงจู้มีความเกี่ยวข้องกับหลักการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม 2.2 ความรู้ฮวงจู้เป็นการสร้างอำนาจ (Power) สอดคล้องกับแนวคิดวาทกรรมของ Foucault (1980) ที่กล่าวถึง ความรู้กับอำนาจ (Power) ซึ่งทำให้เกิดการช่วงชิงการนำด้วยความรู้ที่แตกต่าง มีความเป็นเอกลักษณ์ และบดบัง ทำลายเหนือ โหราศาสตร์ อื่น ๆ 2.3 ความรู้ และการใช้อำนาจ (Power) ของฮวงจู้ได้ถูกนำไปใช้ โดย 2.3.1 อำนาจ สถาบันฮวงจู้ (Power of Institution) เป็นการคงไว้ซึ่งอำนาจ และสร้างความมั่นคงให้กับฮวงจู้โดยทำ

หน้าที่รวบรวมความรู้ต่าง ๆ สร้างสัญลักษณ์ สร้างผู้เชี่ยวชาญทางด้านดวงจ्यू คุณลักษณะเบียบที่ เกี่ยวข้องเพื่อการสืบค้น และดำรงไว้ซึ่งความรู้เกี่ยวกับดวงจ्यू สถาบันดวงจ्यूยังได้ทำลาย และบด บังความรู้ของโหราศาสตร์อื่น ๆ ด้วยความรู้ที่แตกต่าง (The others) ความรู้ที่กลายเป็นอำนาจ (Power) และกลายเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และสร้างการสยบยอมจากสังคม 2.3.2 อำนาจจาก ผู้เชี่ยวชาญดวงจ्यू (Power of Expert) เป็นตัวแทนของระบอบความจริง (Regime of Truth) ด้วย อำนาจ (Power) ที่สร้างความเป็นใหญ่ (Hegemony) ที่มีเอกลักษณ์และวิธีการเฉพาะตัวผ่าน เทคโนโลยีแห่งตัวตน (Technology of Self) สร้างการกดทับ และสยบยอมจากบุคคล ผู้เชี่ยวชาญ จึงเปรียบเสมือนผู้พิพากษาที่สามารถกำหนดให้ผู้เกี่ยวข้องต้องดำเนินการทุกอย่างตามที่ได้ตัดสินใจให้ ด้วยกระบวนการครอบงำ ชัดชัดความรู้ให้ผู้อื่นอย่างแบบยล นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญยังทำลาย ปิดกั้น การเข้ามาของโหราศาสตร์อื่น ๆ ผู้ตัวบุคคล จึงเป็นการกุมอำนาจ (Power) แบบเบ็ดเสร็จ และทรง อิทธิพลมากที่สุด 2.4. ภาคปฏิบัติการของดวงจ्यू เป็นสิ่งที่แสดงถึงการนำความรู้ และอำนาจไปใช้ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง สถาปัตยกรรม และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ 2.4.1 ภาคปฏิบัติการของ วาทกรรมดวงจ्यूผ่านความรู้และอำนาจ (Power) ที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม หลักการของดวงจ्यूที่สอดคล้องกับความรู้ทางด้าน การก่อสร้าง สถาปัตยกรรม วิศวกรรม การวางผัง การตกแต่งภายใน การจัดสวน และการเลือกพื้นที่ ทำให้ 2.4.1.1 การจัดการความรู้เกี่ยวกับดวงจ्यू อำนาจ (Power) ของดวงจ्यूที่เกิดจากความรู้ มีความยิ่งใหญ่มาก เพราะเป็นเครื่องรับรองถึงความรู้ที่ ได้รับการยอมรับอย่างสากล และทำให้ดวงจ्यूอยู่เหนือโหราศาสตร์อื่น ๆ อย่างชัดเจน สร้างความ เป็นอื่น (The others) และทำลาย บดบัง กีดกัน โหราศาสตร์อื่น ๆ ที่เคยนำมาใช้ในงานก่อสร้าง สถาปัตยกรรมอย่างสิ้นเชิง และสร้างการสยบยอมจากผู้เกี่ยวข้องอย่างเต็มที่ ไม่มีข้อสงสัย 2.4.1.2 การสร้างความเป็นอื่น (The other) ความรู้ที่มีความแตกต่างอย่างชัดเจน ตัวบท (Text) ของดวงจ्यू แตกต่างจากโหราศาสตร์ชนิดอื่น คือมีวิธีการปฏิบัติการทางวาทกรรมที่มีกระบวนการชัดเจน มี รายละเอียดในการใช้ ในการแก้ปัญหาชัดเจน มีการปฏิบัติจริงเป็นขั้นตอน และมีกำหนดการใน การดำเนินการ มีเหตุผลในการใช้ และการแก้ปัญหา รวมถึงมีผลลัพธ์ที่สามารถพิสูจน์ได้ว่าดวงจ्यूมี วิธีการจัดการที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน และถูกนำไปใช้บริหารจัดการในครอบครัว และธุรกิจ ได้ อย่างแบบยล และเป็นสากล ความรู้ และอำนาจของดวงจ्यूสามารถกดทับ และสร้างการสยบยอม อย่างยินยอม และบดบัง ทำลายโหราศาสตร์อื่น ๆ 2.4.2 ภาคปฏิบัติการของวาทกรรมดวงจ्यूผ่าน ความรู้และอำนาจ (Power) ที่เกี่ยวข้องกับการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ การเติบโตของธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ ทำให้เกิดการนำความรู้เรื่อง ดวงจ्यूมาใช้กันอย่างแพร่หลายในหมู่นักพัฒนา อสังหาริมทรัพย์ อำนาจ (Power) ของ ดวงจ्यूถูกนำมาใช้เพื่อความได้เปรียบมีการช่วงชิงการนำ

เพื่อสร้างความยิ่งใหญ่ (Hegemony) อย่างแยบยล และสร้างค่านิยม (Value) ของฮวงจู้ย ในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์มีการนำ ความรู้ และอำนาจของฮวงจู้ย มาใช้ทำการตลาด โดยใช้แนวทาง 4 P เพื่อ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้เหนือกว่าคู่แข่ง และตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าโครงการ อสังหาริมทรัพย์ และสร้างบรรทัดฐานใหม่ในการซื้อ ขายที่อยู่อาศัย อาคาร ที่ดิน ฮวงจู้ยทำให้เกิด การเปลี่ยนแปลง และกลายเป็นความจำเป็น ต่อการทำธุรกิจ งานออกแบบ งานการก่อสร้าง และงาน สถาปัตยกรรม และไปทำลาย บดบังโหราศาสตร์อื่น ๆ ที่เคยใช้ในการทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ภาควิชาปฏิบัติการความรู้ และอำนาจ (Power) ของวาทกรรม ฮวงจู้ย จึงมีผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ของรูปแบบอาคาร การใช้พื้นที่ และการตลาดเกี่ยวกับโครงการอสังหาริมทรัพย์ใหม่ ๆ และ กดทับความคิด และสร้างการสยบยอมของผู้ที่เกี่ยวข้องด้วยแนวคิดความรู้คืออำนาจ (Power) เป็นการสร้างโลกทัศน์ (World view)อุดมคติ (Ideology) และค่านิยม (Value)ใหม่ให้วงการ ก่อสร้าง และสถาปัตยกรรมรวมถึงผู้เกี่ยวข้อง เช่น นักออกแบบ สถาปนิก วิศวกร การจัดการ ด้านความรู้ และอำนาจของฮวงจู้ยมีส่วนสำคัญต่อการทำให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประสบ ความสำเร็จ

ตอนที่ 3 การสร้างพื้นที่ของฮวงจู้ยในสังคมไทย เป็นการสร้างภาควิชาปฏิบัติการทางสังคม วัฒนธรรม (Social cultural practice) ที่ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ และเกิดความเปลี่ยนแปลงในสังคม ซึ่งการสร้างพื้นที่เกิดจาก 3.1 การสร้างพื้นที่จากการขยายฐาน โดยใช้ สิ่งพิมพ์ หนังสือ ที่รวดเร็ว การพัฒนาของ ธุรกิจหนังสือ และสิ่งพิมพ์ที่รวดเร็ว ทำให้ง่ายต่อการเข้าถึงซึ่งความรู้ฮวงจู้ย เป็น ก้าวแรกที่สำคัญที่สุดของการนำตัวบท (Text) ของความรู้ และ ประเพณี วัฒนธรรม ของคนจีนที่ เกี่ยวข้องกับการเลือกทำเล การจัดที่อยู่อาศัย เพื่อให้ประสบความสำเร็จ ร่ำรวย มีความสุขออก เผยแพร่ ทำให้เกิดการเปิดโลกทัศน์ (World view)อุดมคติ (Ideology) ของฮวงจู้ยสู่สังคม สร้างการครอบงำความคิด และการสยบยอมของผู้ที่สนใจ และปิดกั้น ขัดขวางโหราศาสตร์อื่น 3.2 การขยายฐานอำนาจเพื่อสร้างสถาบันฮวงจู้ย การตั้งชมรม สมาคมเกี่ยวกับ ฮวงจู้ยเป็นการสร้าง อำนาจ (Power) ที่ทรงพลานุภาพที่สุดที่สร้างความเป็นอื่น (The Other) และเป็นการสร้างความรู้ที่ แตกต่างที่สำคัญในการกดทับ และสร้างการสยบยอมอย่างไม่มีข้อสงสัย สถาบันฮวงจู้ยทำหน้าที่ เป็นแกนหลักของศูนย์อำนาจ (Power) ที่มีหน้าที่ในการคงโลกทัศน์ (World view)อุดมคติ (Ideology) อัตลักษณ์ (Identity) ของฮวงจู้ยไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสายพิณ ศุภุทธมงคล (2541) เรื่อง คู่กับคน ที่กล่าวว่า การสร้างอัตลักษณ์ (Identity) ของความเป็นชุมชน จำเป็นต้องมีอำนาจ (Power) เข้ามาเกี่ยวข้อง และเกิดขึ้นภายใต้การสร้างความแตกต่าง (Construction of Difference) และต้อง ผ่านกระบวนการกีดกัน (Exclusion) และผนวกรวม (Inclusion) ซึ่งนำไปสู่กระบวนการสร้าง

ความเป็นอื่น (Otherness) ดังนั้นสถาบันสงฆ์จึงสร้างการสยบยอมจากสังคมด้วยการผลิตซ้ำ ๆ และทำลาย กีดกัน (Exclusion) โหราศาสตร์อื่นๆ อย่างรุนแรง เพื่อกำรงอยู่ของสงฆ์ในสังคม

3.3 การสร้างพื้นที่จากการขยายฐานด้วยการเพิ่มจำนวนของโหราจารย์ โหราจารย์จำนวนมากที่เพิ่มขึ้นมีหน้าที่ในการส่งมอบอัตลักษณ์ (Identity) โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ผู้สังคมด้วยการใช้อำนาจ (Power) กดทับ และสั่งการอย่างแบบยด เกิดเป็นภาคปฏิบัติการวาทกรรมของสงฆ์ ที่เกิดจากอำนาจ (Power) ไปสร้างความเชื่อ และความศรัทธา โหราจารย์ผู้เชี่ยวชาญจึงมีอำนาจเด็ดขาดในการใช้อำนาจ (Power) ในการยึดเยียด กดทับ ความคิด ของผู้ที่สนใจในสงฆ์ โดย ขึ้นอยู่กับว่าโหราจารย์จะใช้อำนาจในทางสร้างสรรค์ หรือทำลาย และโหราจารย์ยังเป็นผู้ที่กีดกัน ทำลายโหราศาสตร์อื่น

3.4 การสร้างพื้นที่จากการขยายฐานสื่อประชาสัมพันธ์การเติบโตทางด้านเทคโนโลยีสื่อสาร การพัฒนาด้านการสื่อสาร โซเชียลมีเดีย เป็นภาคปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรม (Social cultural practice) เป็นการส่งต่อความรู้สงฆ์สู่สังคม โดยสร้างการรับรู้อย่างรวดเร็ว และกว้างขวางขึ้น ช่วงชิงการนำ และทำการผลิตซ้ำความรู้สงฆ์ ขยายโลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) อัตลักษณ์ (Identity) ทำให้เกิดการยอมรับ สร้างการสยบยอม และสร้างค่านิยม (Value) ผู้สังคม นอกจากนี้ยัง กดทับ กีดกัน เบียดบัง โหราศาสตร์อื่น ๆ อีกด้วย

3.5 การปิดกั้น กดทับและเบียดขับ โดยการสร้างความเป็นอื่น (The other) ความรู้ และภาคปฏิบัติการของ สงฆ์ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และสร้างบรรทัดฐานใหม่ของงานก่อสร้างสถาปัตยกรรมที่สร้างความเป็นอื่น (The others) มีการนำสงฆ์ไปใช้บริหารจัดการในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ว่าต้องใช้ สงฆ์เข้ามาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงาน ในด้านสินค้า (Product) การตั้งราคา (Price) การทำเล (Place) และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Promotion) และสอดคล้องกับแนวคิดของสุรชัย หวันแก้ว (2540: 156 – 157) ที่ว่า “การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม” หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในด้านต่างๆ ที่มนุษย์สร้าง และประดิษฐ์ขึ้น และส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในด้านค่านิยม (Value) บรรทัดฐาน และระบบสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในสังคมนั้นๆ” อำนาจของสงฆ์สร้างการสยบยอมจากผู้เกี่ยวข้อง และการปิดกั้น กดทับ และเบียดขับโหราศาสตร์อื่น ๆ

3.6 การดำรงอยู่ของสงฆ์ในสังคมไทย มีองค์ประกอบที่สำคัญ แยกได้เป็นด้านส่วนบุคคล (Individual Identity) และปัจจัยด้านสังคม (Social Identity) トラバドก็คือตามที่มนุษย์ยังมีความต้องการให้ตัวเอง และครอบครัวมีความสุข และธุรกิจประสบความสำเร็จ ร่ำรวย และมีความกลัวในสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต หรือต้องการปรับเปลี่ยนเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่พบเจอในปัจจุบัน มนุษย์จะยังคงหาสิ่งที่มาช่วยเหลือทำให้ตัวเองรู้สึกมั่นคง และปลอดภัย สงฆ์สามารถตอบสนองสิ่งเหล่านี้ได้ ด้วยตัวบท (Text) ที่มีความเกี่ยวข้องกับความรู้ด้านการก่อสร้าง

สถาปัตยกรรม และความรู้สาขาอื่น ๆ ทำให้ฮวงจู้ยมีความเป็นอัตลักษณ์ (Identity) ที่ชัดเจน สร้างความเป็นอื่นที่กดทับ โลกทัศน์ (World view) อุดมคติ (Ideology) ยึดเชื่อกความเชื่อในความรู้ที่แตกต่าง เกี่ยวกับการเลือกชัยภูมิ ทำเล เกี่ยวกับธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ ให้ประสบความสำเร็จ มีความสุข ฮวงจู้ยได้รับการยอมรับเพราะเป็นความรู้ จึงทำลาย ปิดกั้น เบียดบังความรู้ของโหราศาสตร์อื่น ๆ อย่างถาวร ทำให้โหราศาสตร์อื่น ๆ เข้ามาในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ได้ยาก รวมถึงการเข้ามาในชีวิตประจำวันของบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่องฮวงจู้ย ความเชื่อ และอำนาจ (Power) ในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยโดยภาพรวม พบว่าฮวงจู้ยมีหลักการที่สอดคล้องกับการก่อสร้างสถาปัตยกรรมในด้านต่าง ๆ เช่น การเลือกพื้นที่ก่อสร้าง การวางผัง การเลือกรูปทรง และการตกแต่งภายในอาคาร ควรจะได้จัดให้มีการจัดอภิปรายความรู้เรื่องฮวงจู้ยโดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อทำให้ความรู้เรื่องมีความถูกต้อง และสามารถนำผลการประชุม ไปปรับใช้ให้เหมาะสม และเกิดประโยชน์สูงสุด

1.2 จาก ผลการวิจัยพบว่า ฮวงจู้ย ของทุกสำนัก และจากหนังสือ เกือบทั้งหมดมีที่มาของความรู้จากแหล่งกำเนิดเดียวกัน แต่มีการพัฒนารูปแบบ และแนวคิดที่แตกต่างกันไป จากการรวบรวมข้อมูลพบว่า เรื่องธาตุ และทิศ เป็นเรื่องที่มีการเปลี่ยนแปลงน้อยมาก การจะนำเรื่องทิศ และธาตุไปใช้จึงเป็นเรื่องที่สามารถทำได้ทันที และการนำไปใช้ให้เหมาะกับธาตุเกิดของตนเอง น่าจะเป็นประโยชน์ เพราะจะสร้างความมั่นใจในการดำเนินชีวิต และสร้างโอกาสในการที่จะประสบความสำเร็จ และมีความสุขในชีวิต เช่น คนที่เกิดธาตุไม้ ควรเลือกซื้อบ้าน หรือ อาคาร ที่หันหน้าไปยังทิศตะวันออก หรือทิศเหนือจะเหมาะสม แต่ไม่ควรหันไปทางทิศตะวันตก เพราะเป็นทิศโลหะที่ทำลายต้นไม้ นอกจากนี้คนธาตุไม้ควรเลือกของใช้สีเขียว เพราะเป็นสีประจำตัว หรือเลือกของใช้สีดำเพราะเป็นสีที่ช่วยส่งเสริมสนับสนุน ไม่ควรเลือกใช้ของสีขาว เพราะเป็นสีประจำตัวของธาตุโลหะ

1.3 จากผลการวิเคราะห์พบว่า ฮวงจู้ยเข้ามาอยู่ในวิถีชีวิตของคนไทย และอยู่รอบตัวเราอย่างใกล้ชิด การนำฮวงจู้ยมาใช้ในปัจจุบันสามารถทำได้ง่าย ๆ เพราะมีแหล่งข้อมูลที่สามารถหาได้จาก หนังสือ การอบรม สัมมนา การเรียนที่เป็นแบบต่อเนื่องจากชมรม สถาบัน หรือ ข้อมูลจาก

โซเซียลเน็ตเวิร์ค ซึ่งมีข้อมูลอยู่มากมาย ดังนั้นการที่จะหาข้อมูลที่น่าสนใจ หรือ ถ้าหากมีความสงสัยเกี่ยวกับสวงจู้จึงต้องมีความระมัดระวัง การที่จะนำข้อมูลเกี่ยวกับสวงจู้มาใช้ ควรที่จะมีความระมัดระวัง และหาข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่ง หลาย ๆ อาจารย์มาเปรียบเทียบกันก่อนที่จะได้นำไปใช้งาน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง และดีที่สุด และมีความเหมาะสมกับตัวเอง ข้อมูลปัจจุบันมีทั้งข้อมูลที่เป็นจริง และข้อมูลที่ถูกจัดทำขึ้นเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ชินแส ให้เป็นที่รู้จัก สร้างชื่อเสียงเพื่อผลทางการพาณิชย์ ดังนั้นการเลือกเสพข้อมูลจึงต้องใช้วิจารณญาณที่รอบคอบ

1.4 จากผลการวิเคราะห์พบว่า สวงจู้ในประเทศไทยแบ่งได้เป็น สวงจู้คลาสสิก และสวงจู้สมัยใหม่ การจะเลือกสวงจู้ใดมาใช้ขึ้นอยู่กับความต้องการให้ดี เพราะมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด โดยสวงจู้คลาสสิกเน้นการอยู่อาศัยร่วมกับธรรมชาติ มีการกำหนด ทิศทางของลมให้ผ่านเข้าพื้นที่ ไม่ต้องทุบหรือ ทำลาย ส่วนประกอบของพื้นที่ แต่เน้นการจัดองค์ประกอบของพื้นที่ให้ครบถ้วนตามความรู้เรื่องสวงจู้ เช่น ถ้าพื้นที่นี้ขาดธาตุไฟ ก็จะเพิ่มของตกแต่งสีแดง เช่น กรอบรูป กล้องใส่ หรือ ทาสีแดงเพิ่มเข้าไป เพื่อให้องค์ประกอบของพื้นที่ได้สมดุล ในขณะที่สวงจู้สมัยใหม่จะเน้นการใส่ของที่เสริมเข้าไปในเชิงสัญลักษณ์ โดยไม่สนใจความสมดุลของพื้นที่มากนัก เช่น ใส่สิ่งหุ้มหน้าอาคารเพื่อให้เกิดความน่าเกรงขาม หรือใส่น้ำตกเพื่อให้เงินทองไหลเข้ามา เน้นการแก้เชิงสัญลักษณ์มากกว่า ชินแสบางท่านก็เน้นตำราเก่าที่ไม่มีการดัดแปลงให้เหมาะสม ทำให้ต้องทุบหรือ ทำลาย พื้นที่ ในการเลือกใช้ความรู้ทางสวงจู้ จึงควรหาความรู้ และทดลองใช้ก่อน เพื่อให้มั่นใจ เพราะหาต้องซื้อของมาแก้สวงจู้ที่มีราคาแพงก็อาจสร้างปัญหาทางการเงินได้ หรือ การต้องทุบ หรือ ทำลาย อาคารอาจต้องใช้เงินจำนวนมากในการดำเนินการ ใช้เวลาพอสมควรในการซ่อม หรือสร้างขึ้นมาใหม่ และต้องมีช่างที่มีฝีมือในการทำงาน

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 สวงจู้ เป็นความรู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับงานด้านก่อสร้าง สถาปัตยกรรมศาสตร์ ภูมิสถาปัตย์ งานออกแบบตกแต่งภายในงานวิศวกรรม ควรจะได้จัดให้มีการจัดอภิปรายความรู้เรื่องสวงจู้โดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อทำให้ความรู้เรื่องสวงจู้มีความถูกต้อง และสามารถนำผลการประชุมไปปรับใช้ให้เหมาะสม และเกิดประโยชน์สูงสุด

2.2 สวงจู้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทั้งเรื่องการจัดการที่ดิน และการก่อสร้างอาคาร นอกจากสวงจู้จะนำมาใช้เกี่ยวกับการจัดออกแบบปรับปรุงพื้นที่ อาคาร สำนักงาน บ้าน ที่อยู่อาศัย แล้ว ความรู้ของสวงจู้ ยังสามารถนำไปใช้เกี่ยวกับงาน หรือกิจกรรมอะไรได้บ้าง

2.3 ปัจจุบันมีการนำความรู้เรื่องฮวงจุ้ยมาใช้กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งฮวงจุ้ยเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัยไม่ว่าจะเป็นบ้าน สำนักงาน อาคาร โรงงาน คำแนะนำของโหราจารย์ที่ไม่มีความรู้เรื่องงานออกแบบอาคาร หรือออกแบบตกแต่งภายใน จะสร้างปัญหาให้กับผู้ออกแบบ สถาปนิก มัณฑนากร หรือวิศวกร หรือไม่ และความรู้เรื่องฮวงจุ้ยควรจะถูกนำมาใช้เป็นความรู้เพิ่มเติม แก่ผู้ที่เรียนทางด้านออกแบบ สถาปนิก มัณฑนากร หรือวิศวกร หรือไม่ เพื่อใช้ในการออกแบบตั้งแต่เบื้องต้นให้ได้บ้าน และอาคารที่ส่งผลดีแก่ผู้อยู่อาศัย หรือผู้ที่ทำธุรกิจ

2.4 ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ระหว่างโหราจารย์ ชาวบ้าน นักวิจัย เพื่อหาความต้องการที่แท้จริง และประโยชน์ที่ฮวงจุ้ยจะสามารถนำมาช่วยเหลือสังคมได้

2.5 ควรจะมีการขยายผลการศึกษาเกี่ยวกับฮวงจุ้ยไปยังแต่ละภูมิภาค เพื่อนำมาเปรียบเทียบถึงความเชื่อ การก่อรูป และการสร้างพื้นที่ของฮวงจุ้ย แต่ละแห่งว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร และมีปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลต่อการนำฮวงจุ้ยไปใช้

2.6 ปัจจุบันพบว่านอกจากฮวงจุ้ยแล้ว มีโหราศาสตร์ที่มีอยู่ในสังคมไทย จำนวนมาก ควรจะได้มีการศึกษาถึงโหราศาสตร์อื่น ๆ เพิ่มเติมที่ส่งผลต่อกระทบต่อสังคม และสร้างการเปลี่ยนแปลง เพื่อหาแนวทางในการนำประโยชน์มาใช้ หรือเพื่อการป้องกัน



รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กชพรรณ อ่อนสุวรรณ. (2555). “ลักษณะบุคคลตามทฤษฎีชาติกับภาวะผู้นำของบุคลากรโรงพยาบาลวังจันทน์เชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กฤษดาวรรณ หงส์คารมภ์. (2549). **พลวัตของภาษาไทยปัจจุบัน**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัญชัช ศศิธร. (2541). “บทบาทของหมอดูในสังคมไทย : กรณีศึกษาเฉพาะเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาพัฒนาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- กิติพัฒน์ นนทปัทมะคุลย์. (2552). “นโยบายสังคมเปรียบเทียบ : แนวความคิดพื้นฐาน.” **วารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์** 17, 2 (สิงหาคม): 60-95.
- กิริติ บุญเจือ. (2545). **ปรัชญาสำหรับผู้เริ่มเรียน**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด
- เกรียงไกร บุญธกานนท์ (2549). **จัดบ้านตามหลักฮวงจุ้ยยุค 8**. กรุงเทพฯ: ชมรมภูมิโหราศาสตร์.
- ขจัตถัย บุรุษพัฒน์. (2545). **ชาวจีนในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: แพรววิทยา.
- ความเชื่อเรื่องทำเล สุสาน กับเทศกาลไหว้บรรพบุรุษชาวไทยเชื้อสายจีน. (2558). เข้าถึงเมื่อ 5 เมษายน. เข้าถึงได้จาก Th.pattayadailynews.com/ความเชื่อเรื่องทำเล-สุสาน-กับเทศกาลไหว้บรรพบุรุษชาวไทยเชื้อสายจีน/
- จรรยา รับศิริเจริญ. (2552). **การประยุกต์ใช้เทคนิคการสังเคราะห์อย่างอิสระในการทำวิจัยเรื่องเล่า: ศึกษาเฉพาะกรณี ผู้กระทำและผู้ถูกกระทำ จากความรุนแรงในครอบครัว**. กรุงเทพฯ: ศูนย์ข้อมูลการวิจัย วช.
- จิตรา ก่อนนทเกียรติ. (2552). **ความรู้เรื่องเงินจากผู้เฒ่า**. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.
- ชัยอนันต์ สมุทรวาณิชย์. (2523). **อุดมคติทางการเมือง**. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- ชาย โพธิ์สิตา. (2550). **ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ชูพงษ์ ทองคำสมุทร. (2554). “ปัจจัยในด้านต่างๆ ของพื้นที่แหล่งกำเนิดฮวงจุ้ย.” **วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น** 10, 1 (มิถุนายน-พฤศจิกายน): 1-10.

- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฟาร. (2545). **วาทกรรมการพัฒนา: อำนาจ (POWER) ความรู้ ความจริง เอกลักษณ์ และความเป็นอื่น**. กรุงเทพฯ: วิทยา.
- ฐาปนี เรียบเรียง (2549). **พิธีกรรม และความเชื่อท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- ณัชชา ชินธิป. (2548). “โหราศาสตร์กับการตัดสินใจทางธุรกิจ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ณัฐธิดา สุขมนัส. (2545). “ความเชื่อเรื่องฮวงจุ้ยในวิถีชีวิตของชาวไทยเชื้อสายจีนในกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชามานุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คณัย ไชโยธา. (2548). **ลัทธิศาสนาและระบบความเชื่อกับประเพณีนิยมในท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- เทพพร มังธานี. (2555). “คุณลักษณะของผู้นำสังคมในอุดมคติตามหลักคำสอนของพระพุทธศาสนา.” **วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น** 29, 3 (กันยายน – ธันวาคม): 125-144.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2558). **ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์**. เข้าถึงเมื่อ 28 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://www2.bot.or.th/statistics/ReportPage.aspx?reportID=102&language=th>
- ธวัช ปุณโณทก. (2528). **วัฒนธรรมพื้นบ้าน : คติความเชื่อ**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นงนภัส คู่วรัญญู เทียงกมล. (2551). **สิ่งแวดล้อมและการพัฒนา**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นภาพรณี หะวานนท์. (2552). “วิธีการศึกษาเรื่องเล่า: จุดเปลี่ยนของการวิจัยทางสังคมศาสตร์.” **วารสารสังคมแม่ข่าย** 5, 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม): 1-22.
- นรินทร์ สังข์รักษา. (2547). “ถอดรหัสการสาธารณสุขมูลฐานในสังคมไทย.” วิทยานิพนธ์ดุสิต บัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- _____. (2559). **คู่มือการอบรมการสร้างนักวิจัยรุ่นใหม่ (ลูกไก่) หมวด 4 การวิจัยเชิงคุณภาพ**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- นันทา ขุนภักดี. (2547). **การวิเคราะห์ความเชื่อของชาวไทยในสวดดิรัจฉา**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย ศิลปากร.

- บัวพันธ์ พรหมพักพิง. (2549). “หลักการพัฒนา.” ภาควิชาพัฒนาสังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ประเสริฐ เข้มกลิ่นฟุ้งและคณะ.(2546). “สังคมและวัฒนธรรม.” ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพชรพรรณ พันธุ์เปรม. (2552). “การศึกษาการใช้บริการโทรคมนาคมและพฤติกรรมผู้ประกอบการกรณีศึกษา ในเขตถนนทรงพล ตลาดเทศบาลบ้านโป่ง.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พิทักษ์ ศิริวงศ์. (2543). “การสร้างและการปรับเปลี่ยนความเป็นเพศ และการจินตนาการทางเพศในกลุ่มวัยรุ่นชาย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาพัฒนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภิญโญ พงศ์เจริญ. (2543). “บทบาทของโทรคมนาคมไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- มานพ นักการเรือน. (2554). พระพุทธศาสนากับแนวคิดเรื่องคุณภาพชีวิต. เข้าถึงเมื่อ 28 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/gem2kk/word-of-the-week/schadenfreude-shah-dn-froi-duhnoun>
- มานิต มานิตเจริญ. (2514). **พจนานุกรมไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: เอกศิลปการพิมพ์,
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2524). **พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา อังกฤษ – ไทย (ฉบับราชบัณฑิตยสถาน)**. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- _____. (2525). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525**. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- _____. (2532). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525**. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- วัชระ มานิตราษฎร์. (2545). “การศึกษาฮวงจุ้ยที่สะท้อนแนวคิดทางศาสนา.ศึกษากรณีประกอบการค้าที่ตั้งร้านอยู่บนถนนเยาวราช.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วัลยา ภูมิภักดีพรรณ. (2547). “ปฏิบัติการความรุนแรงต่อตัวต่อนักเรียน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาพัฒนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- วาสนา ละอองปลิว.(2546). “ความเป็นชายขอบและการสร้างพื้นที่ทางสังคมของคนพลัดถิ่น : กรณีศึกษา ชาวคาระอั้งในอำเภอเชียงดาว.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิมลรัตน์ หงษ์ร่อน. (2537). “บทบาทความเชื่อเรื่องฮวงจุ้ยที่มีต่อการทำกิจการค้าของชาวจีนแต่้จิว.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิศิษฐ์ เตชะเกษม. (2540). **บ้านฮวงจุ้ยดี มั่งมีศรีสุข ค้าขายร่ำรวยด้วยศาสตร์ฮวงจุ้ย**. กรุงเทพฯ: เอ็มจีเอ.
- วิไลลักษณ์ ชื่นธนวุฒิ. (2551). “อิทธิพลของศาสตร์แห่งฮวงจุ้ยที่มีต่อวิถีชีวิตของคนไทย” สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาศาสนศึกษา วิทยาลัยศาสนศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศิริินญา นภาพัท. (2551). “พุทธศาสนากับโหราศาสตร์.” สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาศาสนศึกษา วิทยาลัยศาสนศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศิริชัย ทรวงแสง. (2548). “ความเชื่อในเรื่องโหราศาสตร์กับพฤติกรรมการค้าเงินธุรกิจ : กรณีศึกษา กลุ่มนักธุรกิจของหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมภพ สังข์สุวรรณ. (2553). “ความเชื่อของคนไทย.” **ข่าวสด** (10 กันยายน): 23.
- สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต. (2550). **ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สายพิณ สุพุทธมงคล. (2542). “คู่มือคน : อำนาจ (Power) และการต่อต้านขัดขืน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาศาสนศึกษา วิทยาลัยศาสนศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สิน พันธุ์พินิจ. (2551). **เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ: พัฒนาจำกัด.
- สุภาวศ์ จันทวานิช. (2549). **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 14. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรัช หวันแก้ว. (2540). **การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อนุตรา สาริผล. (2545). “ฮวงจุ้ย: ความเชื่อเชิงพาณิชย์ ศึกษากรณี หมู่บ้านโนเบิล วานาสาข่าปิ่นเกล้า.” สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชามนุษยวิทยา คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อำนวยการพิมพ์. (2548). **ดวงชัยศาสตร์แห่งการพยากรณ์ทำเลที่ร้าย**. กรุงเทพฯ: ธรรมสารการพิมพ์.

ภาษาต่างประเทศ

Baradat , L.P . (1996). **Political Ideologies**. 5th.ed. New jersey: Prentice-Hall.

Bandura, A. (1969). **Principle of behavior modification**. New York: Holt Rinehart and Winston.

_____. (1977). **Social learning theory**. New Jersey: Prentice-Hall, Englewood Cliffs.

_____. (1986). **Social foudations of thoeght and action**. New Jersey: Englewood Cliff, Prentice-Hall.Haring.

Brown, Simon. (1999). **Essential Feng Shui: Your Practical Guide to Health, Wealth and Happiness**. UK: Cassell Illustrated.

Essen, H.V. (2000), **Fung Shui for the Southern hemisphere**. Australia, Axiom Publishing.

Fairclough, N. (2000). “Discourse, Social Theory and Social Research: The Discourse of Welfare ReformW.” **Journal of Sociolinguistics** 4: 163-195.

Fishbein, and Ajzen. (1975). **Belief Attitude Intention and Behavior: An Introduction to theory and Research**. Mass: Addison-Wesley.

Foucault, Michel. (1972 a). **Politics and the study of discourse**. New York: PANTHEON BOOKS Geoff Danaher.

_____. (1972b). **The Archaeology of Knowledge and The Discourse on Language**. New York: PANTHEON BOOKS Geoff Danaher.

Freena Bloomfield. (1983). **The Book of Chinese Beliefs**. London: Arrow Books.

Giddens, Anthony.(1991).**Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age**: Stanford, CA: Stanford University Press.

Gill, Hale. (2003). **and Difference**. London: SAGE.

Gupta, and Ferguson. (1999a). “Culture: Place: Ethnography at the end of an Era.” In **Akhil Gupta and Ferguson. Culture, Power, Place: Exploration in Critical Anthropology**, 1-29. Durham: Duke University Press.

- _____. (1999b). "Beyond Culture: Space, Identity and the Politics of Difference." In **Akhil Gupta and Ferguson. Culture, Power, Place: Exploration in Critical Anthropology**, 33-51. Durham: Duke University Press.
- Hall, S. (1997a). **The work of representation**. London: Sage.
- _____. (1997b). "The spectacle of the 'other'." In **Representation: Cultural representations and signifying practices**, 141-147. Edited by S. Hall (Ed.). London: Sage.
- Halliday, M.A.K. (1978). **Language as social semiotic. The social interpretation of language and meaning**. London: Edward Arnold.
- Horton, Paul B., and C. Chester. Hunt L. (1976). **Sociology**. New York: McGraw-Hill Book.
- Kellner, Douglas. (1992). "Popular Culture and the Construction of Postmodern Identities." In **Modernity and Identity**, 141-177. Edited by Scott Lash and Jonathan Friedman (eds), Oxford, UK: Blackwell.
- Kingsley, Davis. (1986). **Human Society**. New York: The Macmillan Co.
- Lavie, Smadar and Ted Swedenburg, eds. (1996). "Introduction: Displacement, Diaspora and Geographies of Identity." In **Displacement, Diaspora and Geographies of Identity**, 1-25. Durham and London: Duke University Press.
- Lefebvre, Henri. (1998). **The Production of Space**. London: Blackwell.
- Leonard, Karen. (1999). **Culture, Power, Place: Exploration in Critical Anthropology**. Durham: Duke University Press.
- Lip, Evelyn . (1997). **WHAT IS FENG SHUI**. New York: Vintage Books.
- Malki, liisa. (1999). "National Geographic: The Rooting of Peoples and the Territorialization of Nation Identity among Scholars and Refugees." In **Culture, Power, Place, Explorations in Critical Anthropology**, 52-74. Edited by Akhil. Gupta and James Ferguson. Duke University Press.
- Moen, T. (2006). **Reflections on the narrative research approach**. Accessed November 18 2015. Available from http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/5_4/html/moen.htm.
- Moran, Elizabeth., Yu Joseph, and Biktashev Val. (2005). **The complete idiot's guide to Feng Shui**. USA: 3 edition.
- Paul, Gilroy. (1997). **There ain't No Black in the Union Jack**. London: Hutchinson.

- Rejai, M. (1991). **Political Ideologies: A Comparative Approach**. New York: Sharpe.
- Robbins, S.P., P. Chatterjee, and E.R. Canda. (1998). **Contemporary human behavior Theory**. Boston, Massachusetts: Allyn & Bacon.
- Sargent, L.T.(1972). **Contemporary Political Ideologies**. Illinois: Homewood.
- Skinner, Stephen. (2005). **Feng Shui for Modern Living**. Singapore: Kyodo.
- Smelser, Neil J. (1988). **Sociology**. 3rd. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Steven, Post. (1998). **The Modern Book Of Feng Shui**. New York: Dell Publishing,
- Weber, Max. (1994). **The Theory of Social and Economic Organization**. translated by A.M. Handerson and Talcoott Parson. New York: The Free Press.
- Webster. (1998). **Marriam – Webster’s Thai-English Dictionary**. Haraty: Eileen M.
- Woodward, Kathryn. (1997). **Identity and Difference**. London: SAGE.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

รายนามผู้ให้สัมภาษณ์ในการสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์เชิงเรื่องเล่า

รายนามผู้ให้สัมภาษณ์ในการสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์เชิงเรื่องเล่า

ลำดับ	ชื่อ	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	วันที่สัมภาษณ์	สนใจ	เคยใช้
1	คุณณัฐชา พงศ์สุภา	24	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท ด้านการตลาด	25 พ.ย. 58	✓	
2	คุณวนัฐา โกทะนุ	27	ปริญญาโท	ปัจจุบันทำงานที่บ้าน	18 ต.ค.58		✓
3	คุณรัตยา บวรภัทรเดช	30	ปริญญาโท	ทำธุรกิจส่วนตัว ผลิตชิ้นส่วนอะไหล่ยานยนต์	12 ต.ค. 58		✓
4	คุณธันยพร จารุไพศาล	32	ปริญญาโท	ผู้จัดการผลิตภัณฑ์	25 พ.ย.58	✓	
5	คุณโอฬาร กรองชิต	33	ปริญญาตรี	ทำกิจการของตัวเอง	25 พ.ย.58		✓
6	คุณปพิชญา โหระกุล	34	ปริญญาโท	พนักงานบริษัท+ร้านกาแฟ	5 พ.ย.58	✓	
7	คุณสุริโย ลิจิตอิทธิรักษ์	36	ปริญญาตรี	เปิดสำนักงานบัญชี	26 พ.ย.58	✓	
8	คุณภิญญาภัทร พงศ์พิสุธาธินาถ	36	ปริญญาโท	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ บ.ซูโมโต้ คอร์ปอเรชั่น	16 ต.ค.58	✓	
9	คุณศัลยา โมสิระโยธิน	38	ปริญญาโท	ปัจจุบันเป็นฟรีแลนซ์	12 พ.ย.58	✓	
10	คุณรังสรรค์ โชกชนวิสุทธิ	38	ปริญญาโท	ทำกิจการของตัวเอง	16 ต.ค.58		✓
11	คุณนิรชาธาร เนตรนัยทัต	39	ปริญญาโท	ทำเครื่องหนัง พวกสมุดเพิ่ม	25 พ.ย. 58		✓
12	คุณนवलพรรณ ไม้แก	40	ปริญญาโท	ทำธุรกิจครอบครัว	21 พ.ย.58		✓
13	คุณทรศนพร พิทยาพละ	41	ปริญญาตรี	บัญชีธุรกิจ ประมาณ	21 พ.ย. 58	✓	
14	คุณปณิตา ชีรภาพวงศ์	41	ปริญญาโท	นักธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง	5 พ.ย. 58		✓

ลำดับ	ชื่อ	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	วันที่ สัมภาษณ์	สนใจ	เคยใช้
15	คุณภูเทพ คอนพวง	41	ปริญญาเอก	ที่ปรึกษาด้านพลังงาน ภาครัฐและเอกชน	21 พ.ย. 58	✓	
16	คุณยาดา เลิศเรืองปีทกุล	42	ปริญญาตรี	ทำธุรกิจครอบครัว	12 ต.ค.58		✓
17	คุณกฤตกรวี ธิตอมรวิทย์	42	ปริญญาตรี	ธุรกิจ food development ในปีปตท.	25 พ.ย. 58		✓
18	คุณจีระพันธ์ เชิดชิด	44	ปริญญาตรี	รับเหมาก่อสร้าง	13 ต.ค. 58	✓	
19	คุณจาตุรงค์ เอกวัฒน์พานิช	46	ปริญญาตรี	อาชีพสัตวแพทย์	15 ต.ค.58	✓	
20	คุณโชตชนะวัฒน์ ม้วนหริศ	45	ปริญญาตรี	เจ้าของธุรกิจเปลี่ยนคุณแกล รถยนต์	16 ต.ค. 58		✓
21	คุณจิรวาส บุติวงศ์	46	ปริญญาตรี	ทำงานบริษัทเอกชน จัดมินิกรุ๊ป	18 ต.ค. 58	✓	
22	คุณวรนนต์ อมรเวชกุล	46	ปริญญาโท	ผจก.สำนักงานความ ปลอดภัย	11 พ.ย.58	✓	
23	คุณสมมุติ รัตนประเสริฐ	48	ปริญญาโท	เจ้าของโรงงานพลาสติก	21 พ.ย. 58		✓
24	คุณโทกิจ ทองกุลธรรมวงษ์	50	ปริญญาตรี	นำเข้าวัสดุทันตกรรม	25 พ.ย. 58		✓
25	คุณกาลกานภูมิ กมลโรจน์ไชย	53	ปริญญาโท	ที่ปรึกษาอุตสาหกรรม	16 ต.ค. 58	✓	
26	ดร.ชลชนก วีรวรรณ	53	ปริญญาเอก	ธุรกิจบริษัทจัดฝึกอบรม	16 ต.ค. 58		✓
27	คุณสุรศักดิ์ อำนวยประวิทย์	53	ปริญญาเอก	ธนาคารไทยเครดิตเพื่อ รายย่อย	25 พ.ย. 58	✓	

ลำดับ	ชื่อ	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	วันที่ สัมภาษณ์	สนใจ	เคยใช้
28	คุณดวงพร ตังคนังนุกุล	55	ปริญญาโท	ทำธุรกิจครอบครัว	5 พ.ย. 58		✓
29	คุณสายแสง สุธีสร	58	ปริญญาตรี	ทำกิจการของตัวเอง	16 ต.ค. 58		✓
30	คุณจิรา ภูกลั่นสุคนธ์	58	ปริญญาตรี	ลูกจ้างบริษัทเอกชน	21 พ.ย. 58	✓	
31	คุณ.มาโนช ประภาษานนท์	61	ปริญญาตรี	โหราจารย์/ แต่ง หนังสือ/ ราชการ	8 ต.ค. 58		✓
32	คุณวิศิษฐ์ เตชะเกษม	57	ปริญญาโท	โหราจารย์/ สถาปนิก/ แต่ง หนังสือ/ อบรม	13 พ.ย. 58		✓





ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์จัดเก็บข้อมูล



ที่ ศธ 0520.107/ 0๖๖๒

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี คลองจั่น
กรุงเทพฯ 10170

๒๓ ธันวาคม 2558

เรื่อง ขอตกลงเครื่องมือวิจัยและขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้จัดการบริษัท Vie Happiness

ด้วย นายสมชัย เจริญวรเกียรติ นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง ““ฮวงจุ้ย” การจัดการความเชื่อ การสร้างพื้นที่ทางสังคมด้วยภาคปฏิบัติทางวาทกรรม มีความประสงค์จะขอตกลง เครื่องมือวิจัยและขอเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้เข้ารับการอบรมฮวงจุ้ย (กลุ่มตัวอย่างทดสอบจำนวน 30 คน และ กลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 384 คน) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ อนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และหากท่านประสงค์จะขอทราบ รายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นายสมชัย เจริญวรเกียรติ หมายเลขโทรศัพท์ 081-436-3483 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัทศนวงศ์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย คลองจั่น
โทรศัพท์ 0-2849-7502
โทรสาร 0-2849-7503



ภาคผนวก ค
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แนวทางตั้งคำถามที่ใช้ในสัมภาษณ์เชิงเรื่องเล่า
หัวข้อ“ฮวงจุ้ย” การจัดการความเชื่อ การสร้างพื้นที่ทางสังคมด้วย
ภาคปฏิบัติการทางวาทกรรม

ข้อที่ 1. ที่มา และความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจุ้ย

1. มีคิดว่าฮวงจุ้ยคืออะไร

1.1 ทำไมถึงสนใจ ฮวงจุ้ย

ข้อที่ 2.ภาคปฏิบัติการและการก่อรูปของฮวงจุ้ย

2. ฮวงจุ้ยเข้ามาในชีวิต ได้อย่างไรบ้าง

2.1 ช่องทางใดที่คิดว่ามีอิทธิพลต่อการนำฮวงจุ้ยมาใช้มากที่สุด

ข้อที่ 3. การสร้างพื้นที่ทางสังคมด้วยภาคปฏิบัติการทางวาทกรรม

3. คิดว่าฮวงจุ้ย สามารถช่วยแก้ปัญหาได้หรือไม่ เพราะอะไร

3.1 มีความต้องการนำฮวงจุ้ยมาใช้เพื่ออะไรบ้าง

4. คิดว่าฮวงจุ้ย มีอิทธิพลต่อสังคมไทยอย่างไร

4.1คิดว่าจะอยู่ในสังคมไทยได้หรือไม่

5.ปัญหาและคำแนะนำเกี่ยวกับฮวงจุ้ย

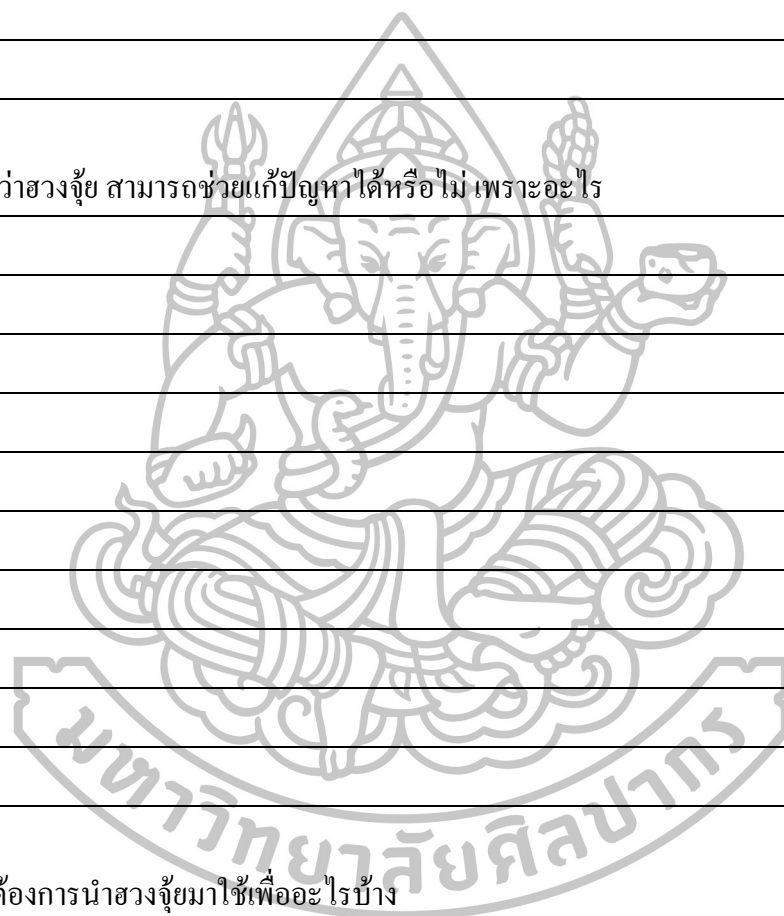
รายละเอียดผู้กรอกคำถาม ชื่อ.....นามสกุล.....

เพศ.....ชายหญิง อายุปี อาชีพ.....

ประสบการณ์การใช้ฮวงจุ้ยเคยไม่เคย วันที่สัมภาษณ์.....

2.1 ช่องทางใดที่คิดว่าทีอิทธิพลต่อการนำสวงจู้มาใช้มากที่สุด การแนะนำ การบอกต่อ หนังสือ Internet การสัมมนา Website อื่น ๆ

ข้อที่ 3. คิดว่าสวงจู้ สามารถช่วยแก้ปัญหาได้หรือไม่ เพราะอะไร



3.1 มีความต้องการนำสวงจู้มาใช้เพื่ออะไรบ้าง

ข้อที่ 4. คิดว่าฮวงจุ้ย มีอิทธิพลต่อสังคมไทยอย่างไร



4.1 คิดว่าฮวงจุ้ยจะอยู่ในสังคมไทยได้หรือไม่

5.ปัญหาและคำแนะนำเกี่ยวกับสวงจู้ย



ขอขอบพระคุณ



รายชื่อหนังสือที่เกี่ยวข้องกับฮวงจุ้ย

ชื่อหนังสือ	ผู้แต่งชาวต่างประเทศ	ผู้แปล/ผู้แต่ง	สถานที่ผลิตสำนักพิมพ์ ปีที่พิมพ์
ฮวงจุ้ย : ศาสตร์แห่งการพยากรณ์ทำเลดีร้าย คู่มือเลือกทำเลดูราศีบ้านอาศัย	Sarah Rossback	อำนวยการชัย ปฏิพัทธ์เผ่าพงศ์ แปล. นรมิตร ลีวชนมงคล	กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า, 2530. กรุงเทพฯ, เอช-เอน การพิมพ์, 2530
ฮวงจุ้ย = Fung Sui	Sarah Rossback	อำนวยการชัย ปฏิพัทธ์เผ่าพงศ์, แปลและเรียบเรียง. ละเอียด ศิลาน้อย	กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า, 2530. กรุงเทพฯ : โอเดียนส โตร์, 2530.
เฟิง-สุ่ย (ฮวงจุ้ย) : ภูมิลักษณะพยากรณ์ ฮวงจุ้ยภาควิชาการ		สินศักดิ์ วิศิษฐ์สกุล	กรุงเทพฯ : หนังสือฮวงจุ้ย, 2530.
เคหะพยากรณ์		สุภาณี ปิยพสุนทรแปล.	กรุงเทพฯ : นานมี, 2530
พลิกตำนานความเชื่อและไสยศาสตร์จีน	Evelyn Lip	บรรจง บุญฤทธิ์ แปล.	กรุงเทพฯ : พี. วาทินพับลิเคชั่น, 2532.
ฮวงจุ้ย : ศาสตร์และศิลป์แห่งการตกแต่งบ้าน Interior design witFeng Shui : how to apply the ancient Chinese art of placement	Sarah Rossback	อำนวยการชัย ปฏิพัทธ์เผ่าพงศ์ แปล.	กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า, 2532.
ฮวงจุ้ย : ศาสตร์แห่งการพยากรณ์ทำเลดีร้าย = Feng Shui	Sarah Rossback	อำนวยการชัย ปฏิพัทธ์เผ่าพงศ์ แปล. สินศักดิ์ วิศิษฐ์สกุล.	กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า, 2535. กรุงเทพฯ : ชารทอง, 2535.
หนังสือฮวงจุ้ย ภาควิชาการ เล่ม ที่สุสานและฌาปนสถาน		สินศักดิ์ วิศิษฐ์สกุล,	กรุงเทพฯ : โมเดิร์น
ฮวงจุ้ยฉบับสมบูรณ์ = Chinese geomancy	หลี่เหยียนชุย และคณะ	วรรณระ มโนภินเวศ	ไลฟ์, 2536.
คู่มือเลือกทำเลบ้าน 200 วิธี ตามหลักฮวงจุ้ย		ช. ศรีจิวราย แปล	กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า, 2536.

ชื่อหนังสือ	ผู้แต่งชาวต่างประเทศ	ผู้แปล/ผู้แต่ง	สถานที่ผลิต สำนักพิมพ์ ปีที่พิมพ์
บ้านถูกโฉลกตามหลักฮวงจุ้ย = Feng shui for the home	Evelyn Lip	อำนวยการชัย ปฏิพัทธ์เผ่าพงศ์ แปล.	กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า, 2537.
ฮวงจุ้ยสำนักดาวเหิน : คัมภีร์ โบราณเสริมสร้าง โชคชะตา Feng-Shui and Destiny The best of feng-shui decoration	เรมอนด์ โหล	อำนวยการชัย ปฏิพัทธ์เผ่าพงศ์ แปล. The art of decor vol.2	กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า, 2537. กรุงเทพฯ : ผู้จัดการ, 2537.
บ้านถูกโฉลกตามหลักฮวงจุ้ย = Feng shui for the home สุขยอดฮวงจุ้ย : บ้านแปลทิศ	Evelyn Lip หल्लीเขินจอย	อำนวยการชัย ปฏิพัทธ์เผ่าพงศ์ แปล. วรรณระ มโนภินเวศ แปล	กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า, 2537. กรุงเทพฯ : หมายเหตุ, 2537.
ฮวงจุ้ยป้ายร้านค้า : ศาสตร์และ ศิลป์แห่งการเสริมสร้างฮวงจุ้ย ร้านค้าให้สมบูรณ์ ปรับปรุงการออกแบบตกแต่ง ภายใน แก้ไขที่ในสำนักงาน เพิ่ม กำไรในสถานประกอบการธุรกิจตาม หลักฮวงจุ้ย ฉบับศึกษาได้ง่ายด้วย ตนเอง	ซง, เซ่า กวง	ม. อิงอรุณ แปล วินัย คงเจริญยิ่ง เรียบเรียง- แปลจากภาษาจีน	กรุงเทพฯ : สร้อยทอง, 2538. กรุงเทพฯ : เส้น ดินสอ, 2538
ปรับปรุงแก้ไขฮวงจุ้ย เปิดทางให้ เงินไหลมา		วินัย คงเจริญยิ่ง เรียบเรียง- แปลจากภาษาจีน	กรุงเทพฯ : เส้น ดินสอ, 2538
ใจปริศนาเครื่องหมายการค้าตาม หลักฮวงจุ้ย The design & feng shui of logos, trademarks & signboards ฮวงจุ้ย : ศาสตร์และศิลป์ว่าด้วยที่ อยู่อาศัย	Evelyn Lip	อำนวยการชัย ปฏิพัทธ์เผ่าพงศ์ แปล. ประกายธรรม ไชยแดน.	กรุงเทพฯ : ผู้จัดการ, 2538. กรุงเทพฯ : เคลฟี สำนักพิมพ์, 2539

ชื่อหนังสือ	ผู้แต่งชาว ต่างประเทศ	ผู้แปล/ผู้แต่ง	สถานที่ผลิต สำนักพิมพ์ ปีที่พิมพ์
<p>ตกแต่งบ้านตามหลักฮวงจุ้ย</p> <p>ตำรา "ฮวงจุ้ยไทย" ชัยภูมิศาสตร์</p> <p>Feng shui bai da เฟิง ลู่ยี้ ไป ต้า</p> <p>Chinese geomancy : a layman's guide to Feng Shui</p> <p>Feng shui for the home</p> <p>ฮวงจุ้ย : ศาสตร์และศิลป์แห่งการ อยู่อาศัย</p> <p>ฮวงจุ้ยและสถาปัตยกรรม : ตำนานแห่งศาสตร์และศิลป์ใน การวิเคราะห์ สำหรับชีวิต สมัยใหม่</p> <p>ฮวงจุ้ยประยุกต์ : ภูมิพยากรณ์ สำหรับธุรกิจและการอยู่อาศัย</p> <p>Feng Shui for beginners</p> <p>คู่มือศาสตร์ใหม่ด้วยใจมั่น ... ตำนานฮวงจุ้ย</p> <p>คำขวยให้ร้ายด้วยหลักฮวงจุ้ย อย่างง่าย</p> <p>ฮวงจุ้ยและทรัพยากรที่ยิ่งใหญ่ ของประเทศไทย</p> <p>ฮวงจุ้ยสำหรับผู้อยู่ทาวน์เฮ้าส์</p>	<p>ไป๋เซ่อหมิง</p> <p>Song Shao Guang</p> <p>Lip, Evelyn</p> <p>Lip, Evelyn</p> <p>Richard Crare</p>	<p>วัชรลี สิสุวรรณ, อำนวยชัย ปฏิบัติศาสตร์แห่งศาสตร์แปล สมเจตน์ แสงคำ ณ เวียงคำพ.</p> <p>ศิรินัน ปิตะจัน.</p> <p>ธนัชชา นูม เรียบเรียง.</p> <p>นภฉัตร แปล</p> <p>ธนัชชา เรียบเรียง.</p> <p>หยก ตั้งชนาวัดน์.</p> <p>โดย ประดิษฐ์ พิระมาน.</p> <p>วิศิษฎ์ เตชะเกษม.</p>	<p>กรุงเทพฯ : ศรีอยุธยา , 2539.</p> <p>กรุงเทพฯ : ข้าวฟ่าง, 2540.</p> <p>Qin shi yuan chu ban she, 1992. (2535)</p> <p>Singapore : Time books International, c1984 (2537)</p> <p>Singapore : Time Books International, c1986.(2539)</p> <p>กรุงเทพฯ : ศรีอยุธยา, 2541.</p> <p>กรุงเทพฯ : แสงดาว, 2541</p> <p>กรุงเทพฯ : ข้าวฟ่าง, 2542.</p> <p>กรุงเทพฯ : ศรีอยุธยา , 2543.</p> <p>กรุงเทพฯ : ไพลิน, 2544.</p> <p>กรุงเทพฯ : บ.ฐานการ พิมพ์, 2544.</p> <p>กรุงเทพฯ : บริษัท ควอลิตี้วอชส์, c2545.</p>

ชื่อหนังสือ	ผู้แต่งชาว ต่างประเทศ	ผู้แปล/ผู้แต่ง	สถานที่ผลิต สำนักพิมพ์ ปีที่พิมพ์
ไขปริศนาฮวงจุ้ย ตามหลักเหตุ และผล		มาโนช ประภาษานนท์.	กรุงเทพฯ : มติชน, 2545.
ฮวงจุ้ยไทย ชัยภูมิศาสตร์ : ภาค ปฐมภูมิ		สมเจตน์ แสงคำ ณ เวียง คำฟู.	กรุงเทพฯ : One World Publishing, 2545.
ฮวงจุ้ย การสร้างบ้าน-ต่อเติมบ้าน		มาโนช ประภาษานนท์.	กรุงเทพฯ : มติชน, 2545.
เคล็ดลับตกแต่งภายในตามหลัก ฮวงจุ้ย		มาโนช ประภาษานนท์.	กรุงเทพฯ : มติชน, 2546.
วิเคราะห์ฮวงจุ้ย : บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ คอนโดฯ		มาโนช ประภาษานนท์.	กรุงเทพฯ : มติชน, 2546.
วิเคราะห์ฮวงจุ้ย : โรงงาน สำนักงาน ร้านค้า		มาโนช ประภาษานนท์.	กรุงเทพฯ : มติชน, 2546.
สารพันปัญหาฮวงจุ้ย ฉบับ มั่งมีศรีสุข		มาโนช ประภาษานนท์.	กรุงเทพฯ : มติชน, 2546.
สารพันปัญหาฮวงจุ้ย ฉบับ โชค ลาภทับทวี		มาโนช ประภาษานนท์.	กรุงเทพฯ : มติชน, 2546.
คู่มือแก้ฮวงจุ้ยทาวน์เฮาส์และ ตึกแถว		มงคล ไพศาลวาณิช เรียบ เรียง.	กรุงเทพฯ : ไพลิน, 2546.
แก้ไขเปลี่ยนแปลงตกแต่งบ้าน ตามหลักฮวงจุ้ย		ศักดิ์เดช ธิรบุตร	กรุงเทพฯ : ไพลิน, 2546.
ฮวงจุ้ยบ้านและสวน		ศักดิ์เดช ธิรบุตร	กรุงเทพฯ : ไพลิน, 2546.
เทคนิคซื้อบ้านและที่ดินตามหลัก ฮวงจุ้ย		มาโนช ประภาษานนท์.	กรุงเทพฯ : มติชน, 2546.
บัญญัติ 10 ประการของฮวงจุ้ย ร้านค้า		มาโนช ประภาษานนท์.	กรุงเทพฯ : มติชน, 2546.
หลักฮวงจุ้ย	ชง เซ่า กวง	วินัย คงเจริญยิ่ง แปล.	กรุงเทพฯ : บริษัทสาร สาร มาร์เก็ตติ้ง, 2546.

ชื่อหนังสือ	ผู้แต่งชาวต่างประเทศ	ผู้แปล/ผู้แต่ง	สถานที่ผลิต สำนักพิมพ์ ปีที่พิมพ์
ดวงจู้ยและสถาปัตยกรรม : ตำนานแห่งศาสตร์และศิลป์ใน การวิเคราะห์ สำหรับชีวิต สมัยใหม่		ธัชชา นูม เรียบเรียง.	กรุงเทพฯ : แสงดาว, 2546
100 วิธีดูบ้านดี-บ้านร้ายตามหลัก ดวงจู้ย	เหอ เจา กวง	เพชรพงษ์ พรายมณี แปล.	กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์บ้าน พยากรณ์, 2546.
เคล็ดลับการแก้ดวงจู้ยด้วยตนเอง		มานิช ประภายานนท์.	กรุงเทพฯ : มติชน, 2546.
ดวงจู้ยของสวัสดิมงคล		สีตางค์	กรุงเทพฯ : แสงดาว, 2547.
หลักดวงจู้ย 200 ข้อ สำหรับ ลักษณะบ้านที่ดี		ม. อึ้งอรุณ	กรุงเทพฯ : แสงดาว, 2547.
ปาฏิหาริย์...ดวงจู้ย		ภาณุวัฒน์ พันธุ์วิชาติกุล, ธิดินัย พันธุ์วิชาติกุล.	กรุงเทพฯ : นิรมิต, 2548.
ดวงจู้ยมงคล ฉบับวิธีแสวงลาภ ลอย ลาภเสี่ยง และเสริมดวงพูน	อึ้งฉานจิวชื่อ	พัลลภ อำพันกุล	[กรุงเทพฯ] : เต่า ประยุคต์, 2548.
ดวงจู้ยสำนักปาก้ว-หลอซู	ลิเลียน ตู	อำนวยการฯ ปฏิพัทธ์เผ่าพงศ์].	กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า กรุ๊ป, 2548.
ดวงจู้ย : ศาสตร์และศิลป์ในมิติ ของซินแส สถาปนิก วิศวกร		เวชสวรรค์ หล้ากาศ.	กรุงเทพฯ : มติชน, 2548.
เคล็ดลับดวงจู้ย : วิธีเลือกตำแหน่ง และวันเวลามงคล	ไซ่ หมิงฮาน	พัลลภ อำพันกุล แปล.	กรุงเทพฯ : เต่า ประยุคต์, 2549.
ดวงจู้ยโชคลาภ 195 เคล็ดจัดบ้าน ร่ำรวย		เมธี เลิศธนจินดา.	กรุงเทพฯ : เม้าพี, 2549.

ชื่อหนังสือ	ผู้แต่งชาวต่างประเทศ	ผู้แปล/ผู้แต่ง	สถานที่ผลิตสำนักพิมพ์ ปีที่พิมพ์
จัดบ้านตามหลักฮวงจุ้ยยุค 8		เกรียงไกร บุญธกานนท์	กรุงเทพฯ : ชมรมภูมิโหราศาสตร์, 2549.
อมตะแห่งฮวงจุ้ย		คงกัถ วิมานอมรแมน	2549.
ฮวงจุ้ยที่บ้าน ทำเองก็ได้...ง่ายจัง		อำนวยการชัย ปฏิพัทธ์เผ่าพงศ์.	กรุงเทพฯ : อัจฉริยะ, 2549.
ฮวงจุ้ยที่ทำงาน ทำเองก็ได้...ง่ายจัง		อำนวยการชัย ปฏิพัทธ์เผ่าพงศ์.	กรุงเทพฯ : อัจฉริยะ, 2549.
คัมภีร์ฮวงจุ้ยบ้านมงคล		รัชชานนท์ เพลินธรรมคุณ.	กรุงเทพฯ : มิ่งมีศรีสุข, 2549
ไขรหัสลับด้วยฮวงจุ้ย = Feng Shui		คลังจินดา คลังเงินตรา	นนทบุรี : คลังจินดา, 2550
ฮวงจุ้ยคัมภีร์พลิกชะตาฟ้า : ภาคชัยภูมิ		ZTarot, พิภพธา กาญจนวุฒิธรรม.	กรุงเทพฯ : ปราณีเจริญบุลล็อกและการพิมพ์, 2550
วิธีปรับฮวงจุ้ยบ้านให้พร้อมอยู่		ฉัฐศดา จันทนยังยง	กรุงเทพฯ : บ้านพยากรณ์, 2550.
พลังฮวงจุ้ย		สรวง ทองคำ	กรุงเทพฯ : D.ดี, 2550.
จัดบ้านให้ถูกหลักฮวงจุ้ยเพื่อความรักที่ยั่งยืนและเปี่ยมสุข		ไพศาล ตั้งพานิชกุล.	กรุงเทพฯ : เอ็ม มีเดีย, 2550.
ฮวงจุ้ยจัดบ้านเสริมดวงชีวิตคู่		ปีเตอร์ หยาง.	กรุงเทพฯ : เพชรประกาย, 2550.
แต่งสวนให้ถูกฮวงจุ้ย		พัฒน์ พิษาน.	กรุงเทพฯ : ไทยควอลิตี้บุ๊กส์, 2550.
ฮวงจุ้ยไทย ชัยภูมิศาสตร์ : ภาคปฐมภูมิ		สมเจตน์ แสงคำ ณ เวียงคำฟู.	กรุงเทพฯ : บริษัทยูก้า คิม รีโอ, 2550.
เปิดตำนานเทศกาลเซ็งเม้ง ไหว้แล้วเฮง อยู่เย็นเป็นสุข	ชินแสหลิน	ดาบอดส่องตะเกียง, กิ่งกมลประวรรณา แปล.	กรุงเทพฯ : วาไรตี้มีเดีย, 2550.

ชื่อหนังสือ	ผู้แต่งชาวต่างประเทศ	ผู้แปล/ผู้แต่ง	สถานที่ผลิต สำนักพิมพ์ ปีที่พิมพ์
จัดบ้านจัดสวนแบบนี้ยิ่งอยู่ยิ่งรวย		อนันต์ ตั้งจงกิจเจริญ.	กรุงเทพฯ : ชบา พับ ลิขชิง เวิร์กส, 2550.
บ้านรวยด้วยฮวงจุ้ย	ฟู จื่อ หมิง	พงศศดาฯ นาคทอง แปล.	กรุงเทพฯ : เจ้าสำนัก, 2550.
ก้าวกระโดด...สู่ความสำเร็จ... ด้วยฮวงจุ้ย		อาจารย์อัปสร.	กรุงเทพฯ : มู่หลาน, 2550
ฮวงจุ้ย : ฤกษ์ยามยามดี ปลูกบ้าน- ตั้งศาลพระภูมิ		ส. มหานาค.	นนทบุรี : สำนักพิมพ์ วี.ที.เอส., 2550
ตกแต่งร้านค้า-สำนักงานให้มั่งคั่ง ร่ำรวย ด้วยหลักฮวงจุ้ย		อนันต์ ตั้งจงกิจเจริญ.	กรุงเทพฯ : ชบา พับ ลิขชิง เวิร์กส, 2550.
คู่มือแก้ไขฮวงจุ้ยบ้านด้วยตัวเอง : จัดให้ดีทีละห้อง		อำนวยการฯ ปฏิพัทธ์เผ่าพงศ์	กรุงเทพฯ : อัจฉริยะ, 2550.
ขจัดความรกรุงรังในบ้านด้วย ฮวงจุ้ย Clear your clutter with feng shui	Karen Kingston	ปรีชญพรณ มีสุข แปล.	กรุงเทพฯ : คอนเซ็ปต์ บุ๊กส์, 2550.
The illustrated encyclopedia of Feng Shui	Lillian Too		Shaftesbury, Dorset : Element, 1999.(2542)
Space clearing : how to purify and create harmony in your home	Linn, Denise		London : Ebury Press, c2000.(2543)
Feng shui in the home : creating harmony in the home	O'Briend, Silbhan.		Singapore : Periplus, c2002. (2545)
Feng shui style : the Asian art of gracious living	Skinner, Stephen.		Singapore : Periplus, c2003.(2546)
Feng shui your home, garden, office and life : achieving health, happiness and prosperity though the ancient art of placement	Hale, Gill.		London : Southwater, c2003.(2546)

ชื่อหนังสือ	ผู้แต่งชาว ต่างประเทศ	ผู้แปล/ผู้แต่ง	สถานที่ผลิต สำนักพิมพ์ ปีที่พิมพ์
Feng shui garden design : creating serenity	Antonia Beattie		Singapore : Periplus, 2003.(2546)
108 เคล็ดลับปรับดวงจู้ยให้ทันใจ ด้วยตนเอง Fast feng shui	Stephenie Roberts	อมรรัตน์ ศรีสุรินทร์ แปล	กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด ยูเคชั่น, 2551.
จัดบ้านตามหลักฮวงจุ้ยแก้ดาว Feng Shui : arranging your home for health and happiness with personalized astrological charts	T. Raphael Simons	อำนวยการฯ ปฏิพัทธ์เผ่าพงศ์ แปล.	กรุงเทพฯ : แสงดาว, 2551.
วิธีปรับดวงจู้ยบ้านให้พร้อมอยู่		ณัฐศดา จันทนียงยง.	กรุงเทพฯ : บ้าน พยากรณ์, 2551.
มือใหม่ฝึกใช้ฮวงจุ้ย The complete idiot's guide to feng shui	Elizabeth Moran , Master Joseph Yu and Master Val Blktashev	อำนวยการฯ ปฏิพัทธ์เผ่าพงศ์ แปล.	กรุงเทพฯ : แสงดาว, 2551.
ฮวงจุ้ยมงคล ฉบับคริสตศักราช	เงิน ก้วเงิน	พัลลภ อัมพันกุล แปล.	กรุงเทพฯ : เต้า ประยุกต์, 2551.
ฮวงจุ้ยลูกหลัก 200 แบบ		สิดางค์ [นามแฝง]	กรุงเทพฯ : แสงดาว, 2551.
การตกแต่งแสงสีตามหลักฮวงจุ้ย		ม. อึ้งอรุณ.	กรุงเทพฯ : ไทยควอ ลิตีบู้คส์, 2551.
แก้ไขความอัปมงคลในบ้านด้วย หลักฮวงจุ้ยเพื่อเสริมสุขภาพ เรียก โชคลาภและสร้างความร่ำรวย ฮวงจุ้ยเรือนหอ		ไพศาล ตั้งพาณิชย์กุล.	กรุงเทพฯ : เจ พลัส มีเดีย, 2551.
ฮวงจุ้ยนำโชคฉบับวิธีออกแบบ และปรับแต่งฮวงจุ้ยด้วยตนเอง	ไป๋ เฮ่อหมิง	ตติรัช ทรัพย์รุ่งเรือง.	กรุงเทพฯ : เกรือเถา, 2551
		พัลลภ อัมพันกุล แปล.	กรุงเทพฯ : เต้า ประยุกต์, 2551.

ชื่อหนังสือ	ผู้แต่งชาว ต่างประเทศ	ผู้แปล/ผู้แต่ง	สถานที่ผลิต สำนักพิมพ์ ปีที่พิมพ์
เคล็ดลับรวยด้วยดวงจู้ร้านค้า	เพยหยุนซานเห ยีน	พัลลภ อัมพันกุล แปล.	กรุงเทพฯ : เต้า ประยุกต์, 2551.
แต่งเติมเสริมดวงจู้		มาโนช ประกายานนท์.	กรุงเทพฯ : มติชน, 2551.
คัมภีร์ดวงจู้	ฟู จื่อ หมิง	พงศ์ศดา俞 นาคทอง แปล.	กรุงเทพฯ : เจ้าสำนัก, 2552.
ดวงจู้คอนโดมิเนียมและ อพาร์ทเมนต์ Feng Shui for condominium & apartment buyers	Joey Yap	อำนวยการชัย ปฏิพัทธ์เผ่าพงศ์ แปล.	กรุงเทพฯ : เนชั่นบุ๊คส์, 2552.
100 วิธีดวงจู้น่ารู้	ตัน มิง ลัน	ไอรีน เป แปล.	กรุงเทพฯ : ดวงกลม, 2552.
ดวงจู้ทางเลือก H2O3 Alternative Feng Shui		สรกฤษ พงศ์ศุภนิมิต.	กรุงเทพฯ : อมรินทร์ พริ้นติ้งแอนด์พับลิช ซิ่ง 2552.
แก้ปัญหาธุรกิจและชีวิตด้วย ดวงจู้		มานพ ศิริสวัสดิ.	กรุงเทพฯ : Think Beyond, 2552.
ถอดเกร็ดดวงจู้		มาโนช ประกายานนท์.	กรุงเทพฯ : มติชน, 2552
วิธีดูดวงจู้ด้วยตัวเอง		ณัฐศดา จันทนอึ้งยง.	กรุงเทพฯ : บ้าน พยากรณ์, 2553
ดวงจู้ภายนอกบ้าน	Joey Yap	อำนวยการชัย ปฏิพัทธ์เผ่าพงศ์ แปล.	กรุงเทพฯ : เนชั่นบุ๊คส์, 2553.
ดวงจู้กับความงาม Beauty feng shui : chinese techniques for unveiling your inner beauty	Chao-Hsiu Chen	อำนวยการชัย ปฏิพัทธ์เผ่าพงศ์ แปล.	กรุงเทพฯ : แสงดาว, 2553.
181 เคล็ดลับดวงจู้		ม. อึ้งอรุณ.	กรุงเทพฯ : เอ็มทีบุ๊ค , 2553.

ชื่อหนังสือ	ผู้แต่งชาวต่างประเทศ	ผู้แปล/ผู้แต่ง	สถานที่ผลิตสำนักพิมพ์ ปีที่พิมพ์
<p>ฮวงจุ้ยภายในบ้าน = Feng Shui for homebuyers-interio</p> <p>คัมภีร์ฮวงจุ้ยอัจฉริยะ "มังกรมงคล"</p> <p>ศาสตร์แห่งฮวงจุ้ยบ้าน</p> <p>ฮวงจุ้ยดีงานนี้มีแต่รุ่ง</p> <p>ฮวงจุ้ยสุขภาพ : ตรวจบ้าน ตรวจโรค</p> <p>บ้านน่าอยู่เพราะรู้หลักฮวงจุ้ย</p> <p>จัดฮวงจุ้ยดีก็มีสุข</p> <p>ฮวงจุ้ยทันสมัยเรื่องจริงใกล้ตัว = Modern Feng Shui</p> <p>โมเดิร์นฮวงจุ้ย สไตล์ likeme</p> <p>ฮวงจุ้ย 12 ราศี : ปรับแล้วดีเปลี่ยนแล้วเฮง</p> <p>ฮวงจุ้ยบ้านดี : ชีวิตนี้มีชัยไปกว่าครึ่ง</p> <p>รอบรู้เรื่องฮวงจุ้ยเพื่อการอยู่อาศัยที่เป็นสุข</p>	<p>Joey Yap</p> <p>นะ โอะอิ ยูมิริ</p>	<p>อำนวยการชัย ปฏิพัทธ์เผ่าพงศ์ แปล.</p> <p>รัชชานนท์ เพลินธรรมคุณ.</p> <p>กชกร พรหมไชย.</p> <p>ทศพร ศรีตุลา</p> <p>มานิช ประภาษานนท์.</p> <p>เบญจธรรม รัศมีธรรม</p> <p>ช่อตลา เข็มวิจิตรชัย แปล.</p> <p>ตะวัน เลจะพัฒน์.</p> <p>วารังกรรัตน์ รัตนบำรุง.</p> <p>เฮง นิรันดร์.</p> <p>กิตติภาพ กักคดียิ่งยง.</p> <p>ภควัด พุศกุลธรรม</p>	<p>กรุงเทพฯ : เนชั่นบุ๊คส์, 2553.</p> <p>ปทุมธานี : มั่งมีศรีสุข, 2553.</p> <p>กรุงเทพฯ : Lips, 2554.</p> <p>กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง How-to, 2554.</p> <p>กรุงเทพฯ : มติชน, 2554</p> <p>กรุงเทพฯ : ต้นธรรม, 2554.</p> <p>กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, 2555.</p> <p>กรุงเทพฯ : โสมบายเออร์ไคด์, 2555.</p> <p>กรุงเทพฯ : ทрудิจิตอล คอนแทนท์ แอนด์ มีเดีย, 2555.</p> <p>กรุงเทพฯ : Minibear Publishing, 2555.</p> <p>กรุงเทพฯ : คุณธรรม, 2555.</p> <p>กรุงเทพฯ : แพรธรรม, 2555.</p>

ชื่อหนังสือ	ผู้แต่งชาว ต่างประเทศ	ผู้แปล/ผู้แต่ง	สถานที่ผลิต สำนักพิมพ์ ปีที่พิมพ์
<p>ฮวงจุ้ยเก้าอี้แก้มั่งคั่งรุ่งเรือง</p> <p>500 เคล็ดลับปรับฮวงจุ้ย บ้าน ร่วมเย็น คนร่ำรวย จัดสวนรอบบ้าน... ด้วย "หลักฮวงจุ้ย"</p> <p>ฮวงจุ้ยปรับบ้านเปลี่ยนชีวิต = Pure feng shui</p> <p>ฮวงจุ้ยบ้านดี : ชีวิตนี้มีชัยไปกว่า ครึ่ง</p> <p>ฮวงจุ้ย : แก้ไขสิ่งปลูกสร้างให้ถูก หลักเพื่อสิริมงคลของผู้อาศัย</p> <p>จัดฮวงจุ้ยถูกวิธี กวักโชคดีเข้าบ้าน</p>	<p>Joey Yap</p>	<p>มาโนช ประกายานนท์.</p> <p>เสถียรกรณ์ โชคศิริกุลชัย.</p> <p>อภิชาติ ศรีสอาด, จันทรา อุ สุวรรณ.</p> <p>อำนวยการ ปฏิพัทธ์เผ่าพงศ์ แปล.</p> <p>กิตติภพ กักคดียังยง.</p> <p>เบญจธรรม รัศมีธรรม.</p> <p>ปาวาน การสมใจ แปล.</p>	<p>กรุงเทพฯ : มติชน, 2556.</p> <p>กรุงเทพฯ : เกี๊ย ไอ เดีย, 2556.</p> <p>กรุงเทพฯ : นาคา อินเตอร์มีเดีย, 2556.</p> <p>กรุงเทพฯ : เนชั่นบุ๊คส์, 2557.</p> <p>กรุงเทพฯ : คุณธรรม, 2557.</p> <p>กรุงเทพฯ : ต้นธรรม, 2557.</p> <p>กรุงเทพฯ : อมรินทร์ สาทร, 2558.</p>







ภาพที่ 7 สัมภาษณ์ และแสดงความคิดเห็น อาจารย์มานิช ประภายานนท์ 8 ตุลาคม 2558



ภาพที่ 8 สัมภาษณ์ และแสดงความคิดเห็น อาจารย์ยิวศิษฐ์ เตชะเกษม 13 ตุลาคม 2558



ภาพที่ 9 สัมภาษณ์ และแสดงความคิดเห็น ที่ สมาคมธรรมศาสตร์ พระรามที่ 4, 16 ตุลาคม 2558



ภาพที่ 10 สัมภาษณ์ และแสดงความคิดเห็น ร่วมกับ ธนาคารไทยพาณิชย์ ที่ SCB Park ,14-15 พฤศจิกายน 2558



ภาพที่ 11 สัมภาษณ์ และแสดงความคิดเห็น ที่ โรงแรมจัสมิน สุขุมวิท 23, 12 พฤศจิกายน 2558



ภาพที่ 12 สัมภาษณ์ และแสดงความคิดเห็น ที่ โรงแรมอริสตัน สุขุมวิท 24 25 พฤศจิกายน 2558



ภาพที่ 13 สัมภาษณ์ และแสดงความคิดเห็น ที่โรงแรม Viva Garden สุขุมวิท 62 , 13 ธันวาคม 2558



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นายสมชาย เจริญวรเกียรติ
ที่อยู่	3/112 ตรอกวัดราชสีหราชราม ถนนอิสรภาพ แขวงวัดท่าพระ เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร Email : somchai48@gmail.com Tel. 0814363483
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2531	ปริญญาศิลปบัณฑิต (ออกแบบผลิตภัณฑ์) คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
พ.ศ. 2537	ปริญญาเอกพัฒนศาสตร์มหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
พ.ศ. 2542	ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร
พ.ศ. 2555	ศึกษาต่อระดับปริญญาคุณวุฒิบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2532-2536	บริษัทสยามวิวดেন্ট โปรดักซ์ จำกัด
พ.ศ. 2536-2540	บริษัท หลุยส์ ดีเลียวโนเวนส์ จำกัด
พ.ศ. 2540-2541	บริษัท อีสเทอร์สตาร์ เรียวเลสเทท มหาชน จำกัด
พ.ศ. 2541-2548	บริษัท ซี พี เซเวนอีเลฟเวน จำกัด มหาชน
พ.ศ. 2545-2546	บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย การตลาด
พ.ศ. 2548-2549	บริษัท แอดวานด์อโกร จำกัด
พ.ศ. 2549-2551	บริษัทเซนทรัล ฟู้ดรีเทล จำกัด
พ.ศ. 2551-2553	บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด มหาชน
พ.ศ. 2553-2558	บริษัท โอลิมปิก กระเบื้องไทยจำกัด มหาชน
ปัจจุบัน	ผู้บรรยายพิเศษ มหาวิทยาลัยรังสิต ผู้บรรยายพิเศษ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารไทยเครดิต ที่ปรึกษาบริษัท ฯ ให้คำปรึกษาด้านการออกแบบ และสวงจู้ย