

ฮวงจุ้ย : ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม

Feng Shui : Believe Knowledge and Power Management and Social Space Construction

สมชัย เจริญวรเกียรติ (Somchai Charoenvorakiet) *

นรินทร์ สังข์รักษา (Narin Sungrusa) **

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1 ศึกษา โลกทัศน์ อุดมคติ ความเชื่อ ที่เกี่ยวกับฮวงจุ้ยในสังคมไทย 2 ศึกษาภาคปฏิบัติการวาทกรรมของฮวงจุ้ยผ่านความรู้และอำนาจ 3 ศึกษาการสร้างพื้นที่ของฮวงจุ้ยในสังคมไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 30 คน โหราจารย์ 2 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยเครื่องมือที่ได้แก่ การวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์แบบเรื่องเล่า การเก็บรวบรวม และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์วาทกรรม การวิเคราะห์ตัวบท (Text) และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า การที่ฮวงจุ้ยเข้ามาในสังคมไทยได้เนื่องจากฮวงจุ้ยเป็นโลกทัศน์ที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากคนไทยเชื้อสายจีน มีการปฏิบัติสืบทอดกันมาโดย มีความเกี่ยวข้องกับการอยู่อาศัย และธุรกิจ ดังนั้น (1) ความเชื่อ โลกทัศน์ อุดมคติ ที่เกี่ยวกับฮวงจุ้ยในสังคมไทยเกิดจาก 1 อิทธิพลของประเพณีการไหว้บรรพบุรุษที่มีการสืบทอดกันมา 2 ความกลัวในสิ่งที่เกิดขึ้น และยังไม่เกิดขึ้น 3 การกระทำตามผู้อื่น (2) ภาคปฏิบัติการวาทกรรมของฮวงจุ้ยผ่านความรู้และอำนาจ เกิดขึ้นมาจาก 2.1 การนำความรู้เกี่ยวกับ ฮวงจุ้ยมาใช้ในการก่อสร้างและสถาปัตยกรรม 2.2 การทำธุรกิจสังหาริมทรัพย์ ที่นำความรู้ และผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับฮวงจุ้ย เข้ามาเกี่ยวข้องเป็นการสร้างระบอบความจริง (Regime of Truth) (3) การสร้างพื้นที่ทางสังคมเกิดจาก 3.1 มีการพัฒนาสิ่งพิมพ์ หนังสือ ที่รวดเร็ว หนังสือเกี่ยวกับ ฮวงจุ้ยมีมากขึ้น และเกี่ยวข้องกับความรู้ด้านอื่น ๆ อันเป็นการสร้างการสยบยอมของความรู้ผ่านวาทกรรม 3.2 สถาบันฮวงจุ้ยที่เพิ่มขึ้นได้ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับฮวงจุ้ยสู่สังคมและได้สร้างเทคโนโลยีแห่งตัวตน (Technology of Self) ให้คนเชื่อและสยบยอม (Panoptical) 3.3 จำนวนโหราจารย์ ฮวงจุ้ยที่เพิ่มขึ้นส่งผลต่อการดำเนินชีวิตในด้านธุรกิจ และครอบครัว 3.4 การพัฒนาด้านการสื่อสารโทรทัศน์ โซเชียลมีเดีย ทำให้ความรู้เกี่ยวกับฮวงจุ้ยถูกเผยแพร่ไปอย่างรวดเร็ว และได้สร้างความเชื่อโลกทัศน์อุดมคติ ที่เกี่ยวกับ ฮวงจุ้ยในสังคมไทย สำหรับภาคปฏิบัติการของฮวงจุ้ยได้สร้างความเป็นอื่น (The others) โดยลดความน่าเชื่อถือของโหราศาสตร์อื่น ๆ ลง ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อสังคมไทย และส่งผลต่อคนที่

* นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

E-mail: somchai48@gmail.com

Student Major Management Graduate School, Silpakorn University E-mail: somchai48@gmail.com

** รองศาสตราจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ASSOC. PROF., .Dr. Silpakorn University

เกี่ยวข้องซึ่งมีทั้งที่ได้ และเสียประโยชน์ การดำรงอยู่ของฮวงจุ้ยในสังคมไทยเกิดจากการสร้างการครอบงำผ่านความเชื่อ ความรู้ อำนาจ และการสร้างพื้นที่

Abstract

The objectives of this Thesis are 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. Proceedings the research were the quality research of 30 people from focus group and 2 astrologers involving in participatory observation, data collecting, documents, and in-depth and informal interviews. The quality analysis was based on content and discourse analysis.

Therefore, from the result of the research it was found that Feng Shui successfully blended into Thai society because it was the world view that inherit from Thai-Chinese descendant via ancestor ceremony prototype. (1) The world view, ideal and belief of Feng Shui in Thai society came from 1.1 enhance of the ancestor ceremony prototype, 1.2 fear of the present and the past event 1.3 following the others implement (2) The practice of the discourse of Feng Shui through knowledge and power as the practical part of Feng Shui came from 2.1 knowledge of Feng Shui is use in construction and architecture 2.2 real estate business where expert like Feng Shui guru use for practice and the knowledge center of Feng Shui is the regime of truth, (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 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

This has proven that the world view, ideal and belief, that relative to Feng shui in Thai society, the practice of discourse reduce down the credibility of other astronomer in Thai society has an influence in the changing of our social living because it has an effect to other astrologists and people who may gain or lose the benefit from it. Including Feng Shui will still remain via the influence of believe knowledge power of Feng Shui and social space construction.

บทนำ

“ฮวงจุ้ย” ภูมิปัญญาของจีนประกอบไปด้วย ลม และ น้ำ ฮวงจุ้ยเป็นศิลปะการออกแบบที่อยู่อาศัยที่สามารถดลบันดาลให้เกิดความก้าวหน้าได้เลื่อนตำแหน่งในอาชีพเสริมสร้างสุขภาพที่ดี ทรัพย์สินเพิ่มพูน และทำให้ชีวิตมีความสุขแก่ผู้เป็นเจ้าของบ้านได้” (Brown. 1997) Brown เป็นอาจารย์ และที่ปรึกษาทางด้านฮวงจุ้ย ทำงานด้านการออกแบบทางวิศวกรรม และเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้เรื่องฮวงจุ้ยพื้นฐานแก่ผู้ที่สนใจ และได้เขียนหนังสือ Essential Feng Shui: Your Practical Guide to Health, Wealth and Happiness ซึ่งได้กล่าวถึงอิทธิพลของฮวงจุ้ยที่มีผลต่อการปรับปรุงชีวิตให้ดีขึ้นได้นอกจากนี้ Bloomfield (2004 : 16) ได้กล่าวว่า คนจีนมีความเชื่อว่าฮวงจุ้ย เป็นศาสตร์ความรู้ของคนจีนโบราณ และมีพลังลึกลับ และได้เข้ามามีบทบาทสำคัญกับชีวิตมากขึ้น

ปรากฏการณ์การขยายตัวของฮวงจุ้ยที่กระจายอยู่ในสังคม รวมถึงการแทรกตัวของฮวงจุ้ยที่ไปกดทับ ปิดบัง กีดกัน ความเชื่อในโหราศาสตร์อื่น ๆ ได้ครอบงำความคิด ของผู้ที่อยู่ในสังคม มีการนำฮวงจุ้ยมาใช้ได้สร้างบรรทัดฐานใหม่ทางความคิดเกี่ยวกับการนำฮวงจุ้ยมาใช้เพื่อสร้างความมั่นใจในการทำธุรกิจ และการดำเนินชีวิต ภายในโครงสร้างทางสังคมไทยที่โหราศาสตร์ยังคงมีอิทธิพลต่อการดำรงอยู่ ศิริชัย ทรวงแสง (2548) พบว่า นักธุรกิจหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ ใช้โหราศาสตร์ในการบริการการตลาด บริหารงานบุคคล จัดหาทรัพยากรวางแผนในการดำเนินธุรกิจ ตัดสินใจเพื่อการลงทุน และกำหนดนโยบาย ตามลำดับ กัญชัช ศศิธร (2541: 59) เรื่องบทบาทของหมอดูในสังคมไทย พบว่า หมอดู มีบทบาทสำคัญในด้านจิตใจ สังคม เศรษฐกิจโหราศาสตร์ยังมีบทบาท ที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตของคนไทย จากงานวิจัยของภิญโญ พงศ์เจริญ (2543) เรื่องบทบาทของโหรในสังคมไทย พบว่า โหราศาสตร์มีบทบาทต่อตัวผู้เข้ารับบริการ และ โหราจารย์ โดยโหราจารย์มีบทบาทต่อสังคมในหลายๆ ด้าน ในด้านสังคมโดยมีหน้าที่ในการกระตุ้นให้คนในสังคมมีคุณธรรมและศีลธรรม ด้านการเมือง ผลการทำนายของโหร จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการค้นหารากเหง้าที่มาของความเชื่อที่ฝังลึก ครอบงำโลกทัศน์ และอุดมคติของผู้ที่อยู่ภายใต้กรอบแนวคิด และภาคปฏิบัติวาทกรรมที่เกี่ยวข้องกับฮวงจุ้ย ความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจุ้ยได้ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ที่แยบยล สะท้อนออกมาในงานด้านการออกแบบสถาปัตยกรรม และการก่อสร้างซึ่งพบเห็นได้ทั่วไปอย่างกว้างขวาง ก่อให้เกิดมิติของสภาพการกระทำในรูปแบบของการลอกเลียนแบบ การผลิต หรือกระทำซ้ำ ๆ ในแบบแผนการปฏิบัติแบบเดิม ๆ และการสร้างความเป็นอื่น (The Other) นำมาซึ่งการส่งผ่านความเชื่อจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่ง ในรูปแบบที่เกิดจากการถูกครอบงำทางโลกทัศน์ และ อุดมคติ การก่อรูป และการได้มาซึ่งอำนาจของฮวงจุ้ยที่สร้างแบบแผนที่ทำให้เกิดการสยบยอมโดยเป็นการยอมรับอย่างไม่มีข้อข้องใจ จนกลายเป็นเอกลักษณ์ที่ครอบงำความคิด จิตสำนึกของคนในสังคม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษา โลกทัศน์ อุดมคติ ความเชื่อ ที่เกี่ยวกับฮวงจุ้ยในสังคมไทย
2. เพื่อศึกษาภาคปฏิบัติความรู้และอำนาจ ของวาทกรรมฮวงจุ้ย
3. เพื่อศึกษาการสร้างพื้นที่ของฮวงจุ้ยในสังคมไทย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา 1.ผู้วิจัยศึกษา และวิเคราะห์ แนวคิด และ ทฤษฎี งานวิจัย บทความที่เกี่ยวข้องกับฮวงจุ้ย 2.ศึกษา และวิเคราะห์ แนวคิด และ ทฤษฎี งานวิจัย บทความที่เกี่ยวข้อง โลกทัศน์ อุดมคติ ความเชื่อ ความรู้ อำนาจ และการสร้างพื้นที่ทางสังคมของฮวงจุ้ย การศึกษา และวิเคราะห์ แนวคิด และ ทฤษฎี งานวิจัย บทความที่เกี่ยวข้องกับการสร้างพื้นที่ทางสังคมด้วยภาคปฏิบัติทางวาทกรรมโดยใช้แนวคิดของ ฟูก็อด (Foucault, 1972)และ แฟร์คลัฟ (Fairclough, 2000)

ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก ในการทำวิจัย ใช้การวิจัยหลังยุคสมัยใหม่ (Postmodernism) เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือผู้ที่มีความสนใจในฮวงจุ้ย จำนวน 30 คน และโหราจารย์ จำนวน 2 คน

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. **แนวคิดเกี่ยวกับศาสตร์ฮวงจุ้ย** ฮวงจุ้ย เกิดขึ้นในเมืองจีนมากกว่า 6,000 ปี หรือ 3,000 ปี ก่อนคริสตกาล (Essen, H.V. 2000) แต่บางคนก็ว่า ฮวงจุ้ย เกิดขึ้นเมื่อ 2,500 (Skinner Stephen, 2005) ฮวงจุ้ยได้ถูกกำหนดความหมายตามภาษาที่เป็นสากลที่เป็นภาษาจีน โดยคำว่า ฮวง แปลว่าลม และคำว่าจุ้ย แปลว่า น้ำ (Evelyn Lip, 1997) และเกรียงไกร บุญธกานนท์ (2549) แยกฮวงจุ้ย สว่าง (เหนือดิน) เป็นที่อยู่ของผู้ที่ยังมีชีวิตอยู่ ฮวงจุ้ย สงบ (ใต้ดิน) เป็นที่อยู่ของผู้ที่เสียชีวิตแล้ว ได้แก่ สุสาน ฮวงจุ้ย Elizabeth Moran, Joseph Yu and Val Biktashev (2008) Bloomfield (2004: 16) ได้กล่าวว่า ความเชื่อในฮวงจุ้ยที่ว่าเป็นบ้านที่ดีอยู่แล้วเจริญรุ่งเรืองต้องสร้างบ้านให้ถูกโฉลกกับเจ้าของ ทำให้ผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านมีความสุขมีสุขภาพดีทั้งร่างกายและจิตใจ ความเจริญในหน้าที่การงาน และความปลอดภัยในทรัพย์สิน นอกจากนี้ ฮวงจุ้ยไม่เพียงแต่จะใช้กับที่อยู่อาศัยของตนที่ยังมีชีวิตอยู่ยังใช้กับที่อยู่ของคนตาย หรือบ้านของบรรพบุรุษในโลกก็ต้องดูให้ถูกโฉลกด้วย

2. แนวคิดเกี่ยวกับโลกทัศน์ และ อุดมคติ

โลกทัศน์ (World view) ความหมายตามพจนานุกรมฉบับเว็บสเตอร์ (Webster) บัญญัติไว้ว่า โลกทัศน์คือ ความคิดรวบยอดที่มีต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ และโลกโดยรวม ที่ก่อให้เกิดมุมมองทางปรัชญาหรือความเข้าใจต่อจักรวาล

David Chidester (1987) ได้ให้ความหมายทางสังคมศาสตร์ว่า โลกทัศน์ หมายถึง มุมมองพื้นฐาน (basic perspective) ที่บุคคลหรือกลุ่มชนใช้ในการรับรู้ ตีความและจินตนาการของโลกที่พวกเขาอยู่

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

3. **แนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อ (Believe)** Fishbein & Ajzen (1970) ได้ให้ความหมายของความเชื่อคือ “ความเชื่อของแต่ละบุคคลจะส่งผลต่อพฤติกรรม โดยขึ้นอยู่กับความเชื่อมั่นในทัศนคติและความคาดหวัง ของบุคคลนั้น และขึ้นอยู่กับความเชื่อของบุคคลอื่น และ ความเชื่อของสังคม”

ความเชื่อ หมายถึง เห็นตามด้วย มั่นใจ ไว้วางใจ นับถือ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2525 : 278) และในลักษณะคล้ายกันนี้ มานิต มานิตเจริญ (2514: 453) กล่าวว่าความเชื่อหมายถึง เห็นจริงด้วย วางใจ ไว้วางใจ และนับถือ

ณัฐธิดา สุขมนัส (2545) ได้ศึกษาความเชื่อเรื่องฮวงจุ้ยในวิถีชีวิตของชาวไทยเชื้อสายจีนในกรุงเทพมหานคร ความเชื่อเรื่องฮวงจุ้ยเป็นองค์ประกอบความรู้ของชาวจีนที่ปฏิบัติสืบทอดมาจนถึงปัจจุบันคนไทยเชื้อสายจีนยังคงยึดถือปฏิบัติอยู่จริง

4. แนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรม (Discourse) ตามแนวคิดของ ฟูโกต์ (Foucault, 1972) วาทกรรมหรือความสัมพันธ์อำนาจในเรื่องความรู้และความจริงด้วยกันทั้งสิ้นประเด็นของการวิเคราะห์วาทกรรม ไม่ได้อยู่ที่คำพูดนั้นๆ เป็นจริงหรือเท็จ แต่อยู่ที่กฎเกณฑ์ชุดหนึ่งที่เป็นตัวกำกับให้การพูดนั้นๆ เป็นไปได้มากกว่าจะเป็นเรื่องของข้อเท็จจริง วาทกรรมจึงไม่ใช่เป็นเพียงผลลัพธ์ซึ่งเกิดจากการต่อสู้ เพื่อเปลี่ยนแปลงระบบของการครอบงำ แต่วาทกรรมในตัวของมันเองนั้น คือการต่อสู้และการครอบงำ ที่มีต่อรูปแบบ การวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse and Discourse Analysis) ตามแนวคิดของ ฟูโกต์ นั้นมีจุดประสงค์ที่สำคัญ ในการพยายามเรียนรู้ ทำการศึกษาเพื่อให้เข้าใจ รวมถึงสืบค้นถึงต้นเหตุของเหตุการณ์ กระบวนการ ขั้นตอน ลำดับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการสร้างความหมายและ เอกลักษณ์ต่าง ๆ ให้กับสรรพสิ่งที่ห่อหุ้ม การแสดงอำนาจเพื่อช่วงชิงการนำ (Hegemony) ในการกำหนดกฎเกณฑ์ว่าด้วยเรื่องนั้น ๆ และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการสร้าง รวมตลอดถึงการเก็บกด ปิดกั้น สิ่งเหล่านี้ของวาทกรรมมีอย่างไร

แฟร์คล็อฟ (Fairclough, 2000:167) ได้สร้างทฤษฎีทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมในเรื่องของตัวบทและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งเป็นการวิเคราะห์วาทกรรมโดยใช้ตัวบท เขาได้แบ่งมิติเป็น 3 มิติ คือ



แผนภูมิที่ 1 กรอบความคิดมิติทางวาทกรรมและมิติในการวิเคราะห์วาทกรรม ของ Fairclough (2000: 167)

แฟร์คล็อฟ (Fairclough, 1995) ได้กำหนดความสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ 1. ตัวบท คือ ที่มาของข้อมูลที่จะนำมาศึกษาและวิเคราะห์ถึงกระบวนการ ใช้ภาษาพูด ภาษาเขียน วัจนภาษา และ อวัจนภาษา 2. ปฏิบัติการทางวาทกรรม (Discourse Practice) ได้แก่ กระบวนการปรับเปลี่ยน และก่อให้เกิดตัวบทใหม่ ซึ่งเกิดจากการตีความ โดย แสดงถึงความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องระหว่างปฏิบัติการทางวาทกรรม (Discourse Practice) ที่เกิดขึ้นใหม่ เทียบกับ แบบแผนเดิมๆของวาทกรรม (Discourse Conventions) 3. ปฏิบัติการทางสังคมวัฒนธรรม

(Sociocultural Practice) ได้แก่ กระบวนการศึกษา การเปลี่ยนแปลง ที่ซับซ้อนทางสังคมวัฒนธรรมที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเฉพาะของตัวบทที่มีความแตกต่างกันทางวาทกรรม

5. แนวคิดเกี่ยวกับการก่อรูปทางสังคม (Formation) Bandura (1977) ได้สร้างแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม คือการเรียนรู้เป็นการได้มาซึ่งความรู้ใหม่ (Acquired new knowledge) ไม่จำเป็นต้องแสดงพฤติกรรมออกมาทันที ดังนั้น การเรียนรู้ในแนวทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม คือพฤติกรรมภายในที่เกิดการเปลี่ยนแปลงแต่ไม่แสดงออกมา แต่ถ้ามีการแสดงพฤติกรรมออกมาให้สังคมภายนอกได้เห็นแสดงถึงการยอมรับในความรู้ใหม่ ๆ นั้น

6. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างพื้นที่ทางสังคม (Social Space) และการสร้างอัตลักษณ์ Lefebvre (1998) ได้ให้ข้อสรุปว่า “พื้นที่” (space) ไม่ได้หมายถึงขอบเขตหรือลักษณะทางภูมิศาสตร์ แต่หมายถึงพื้นที่ที่ต่อสู้กันทางอำนาจ และจะมีการเปลี่ยนแปลงตามผู้ที่อำนาจ และจะมีปรากฏการณ์แย่งชิงอำนาจอยู่ตลอดเวลา จนกลายเป็น “พื้นที่ทางสังคม” (social space) ดังนั้นทุกหนแห่งจึงสามารถ สร้างให้เป็นพื้นที่ทางสังคมได้ ซึ่งจะประกอบด้วย อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ของกลุ่มบุคคล หรือชุมชน

อัตลักษณ์ ของบุคคลจึงสามารถพิจารณาได้จากการผลิต (production) ที่มีกระบวนการ (process) ที่ไม่สมบูรณ์ มีการเปลี่ยนแปลง มีความหลากหลาย และมีการสร้างใหม่อยู่ตลอดเวลา จากการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคล หรือ สังคม อื่น ๆ (Kellner 1992, Hall 1997a, Hall 1977b, 141-147) ดังนั้น อัตลักษณ์จึงไม่สามารถดำรงอยู่อย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับชุมชน หรือท้องถิ่น แต่พบว่าการเลื่อนไหลอยู่ตลอดเวลา (Woodward 1997: 21) กระบวนการสร้างความเป็นชุมชน จะดำเนินไปพร้อมกับการสร้างวัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของบุคคลนั้น โดยไม่ผูกโยงกับพื้นที่ แต่สร้างขึ้นภายใต้ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ซึ่งจะมีลักษณะยืดหยุ่น มีการต่อรอง และการสร้างใหม่อยู่ตลอดเวลา

7. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเล่า (Narrative Approach) Giddens (1991: 96) นักสังคมวิทยาชาวอังกฤษ มีความเห็นว่า “เรื่องเล่า” (narrative) ได้บรรจุเอาอัตลักษณ์หรือความเป็นตัวตน และสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ณ.เวลาช่วงหนึ่งของผู้เล่าเรื่องเอาไว้ นภากาศ หะวานนท์ (2552: 38) เรื่องเล่าเป็นสิ่งที่ป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่มีความหัตถ์จรรย ถึงแม้ว่าวิทยาศาสตร์จะได้พยายามสร้างปัญญาเทียม (Artificial Intelligence) หรือระบบคอมพิวเตอร์เพื่อทำการคิดแทนมนุษย์ และแม้ปัญญาเทียมหรือคอมพิวเตอร์มีความสามารถคิดคำนวณสิ่งต่างๆ ได้อย่างสลับซับซ้อน แต่สิ่งที่คอมพิวเตอร์ยังไม่สามารถทำไม่ได้ ก็คือการเข้าใจในเรื่องเล่าเช่นเดียวกับที่เด็กแปดขวบเข้าใจ เพราะเรื่องเล่าจะมีตรรกะที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมซ่อนเร้นอยู่เสมอ การเข้าใจเรื่องเล่าเป็นสิ่งที่สะท้อนอัจฉริยภาพของมนุษย์ที่เกี่ยวกับสมองของมนุษย์ที่สามารถติดตามไขความ และเรียนรู้จากเรื่องเล่าได้ การเรียนรู้จากเรื่องเล่าแสดงถึงศักยภาพการเรียนรู้ที่เป็นสิ่งมหัศจรรย์ในชีวิตมนุษย์จึงสามารถสร้างระบบการเรียนรู้ขององค์กรด้วยการสร้างโลก และสร้างแรงบันดาลใจได้จากเรื่องเล่า

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยหลังยุคสมัยใหม่ (Postmodernism) เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และ การสัมภาษณ์แบบเรื่องเล่า (Narrative) ดำเนินการศึกษาวิจัยเพื่อให้ได้

ข้อมูลเชิงลึกสำหรับการสนับสนุน ฮวงจู้ย ความเชื่อ อำนาจในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคมโดยใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenological Approach) (นรินทร์ สังข์รักษา, 2559: 18)

เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยที่สำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ได้แก่ ตัวผู้วิจัย การวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi structured) การสัมภาษณ์แบบเรื่องเล่า (Narrative) สำหรับแนวคำถามการวิจัยที่ได้จากการทบทวนเอกสาร แนวคิดเกี่ยวกับ โลกทัศน์ อุดมคติ ความเชื่อ ความรู้ อำนาจ และการสร้างพื้นที่ของฮวงจู้ย และเครื่องบันทึกเสียง การทำบันทึกภาคสนาม (Field Note) สมุดบันทึก ปากกา

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีตรวจสอบด้วยวิธีการสามเส้าของ Patton 4 ลักษณะ คือ (Patton, 1990 : 464-466) คือ 1) การตรวจสอบสามเส้าด้วยวิธีรวบรวมข้อมูล (Methods triangulation) คือการใช้วิธีสังเกตควบคู่ไปกับการสัมภาษณ์พร้อมกันนั้นได้ศึกษาข้อมูลแหล่งเอกสาร 2) การตรวจสอบสามเส้าเชิงแหล่งข้อมูล (Triangulation of sources) คือการใช้ข้อมูลจากหลายแหล่งภายใต้วิธีการเดียวกันด้วยการสัมภาษณ์จากต่างกลุ่มเช่น ผู้ที่เป็นเจ้าของ ลูกจ้าง ลักษณะอาชีพที่ต่างกัน แต่สัมภาษณ์ในเรื่องเดียวกัน 3) การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัยหรือ ผู้วิเคราะห์ (Analyst/Investigator Triangulation) คือการเปลี่ยนตัวผู้วิจัยให้มีหลายคนเพื่อให้แน่ใจในคุณภาพของผู้รวบรวมข้อมูล 4) การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือการใช้แนวคิด ทฤษฎีที่หลากหลายเพื่อเป็นแนวทางการตีความเพื่อให้ความหมายแก่ข้อมูลที่วิเคราะห์ ร่วมกับการตรวจสอบแบบหลายเหลี่ยมมูม (Crystalization) (นรินทร์ สังข์รักษา, 2547) คือ การพิจารณาอย่างรอบด้านของการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งคนภายใน (Emic) และตัวผู้วิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ตัวบท (Text Analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis) เป็นหลักตามแนวคิดของของ ฟูโกต์ (Foucault) และแฟร์คล็อฟ (Fairclough) กล่าวคือการวิเคราะห์เอกสารจะเป็นการอ่านจับใจความ การวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์เป็นการอ่านจากบันทึกภาคสนาม และการถอดเทปหลังการสัมภาษณ์ เก็บรวบรวมข้อมูลสร้างข้อสรุปเพื่อวิเคราะห์ให้เห็นถึง 1. โลกทัศน์ อุดมคติ ความเชื่อ ที่เกี่ยวกับฮวงจู้ยในสังคมไทย 2. ภาวปฏิบัติการวาทกรรมของฮวงจู้ยผ่านความรู้และอำนาจ และ 3. การสร้างพื้นที่ของฮวงจู้ยในสังคมไทย

ผลการวิจัย

1. โลกทัศน์ อุดมคติและความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจู้ย

จากการวิจัย พบว่า วาทกรรมฮวงจู้ยมีการก่อรูปในการโลกทัศน์ อุดมคติและความเชื่อ ได้แก่

1.1 โลกทัศน์เกี่ยวกับฮวงจุ้ย

โลกทัศน์ของผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีต่อฮวงจุ้ย และพบว่า โลกทัศน์ของฮวงจุ้ยเกิดจากการรับรู้เรื่องภาษา ซึ่งมีรากเหง้าภาษามาจากภาษาจีน โดยมีความเข้าใจถึงความหมายของคำว่า ฮวงที่แปลว่า ลม และจุ้ยที่แปลว่าน้ำ และเชื่อมโยงไปถึงเรื่องของการอยู่อาศัยร่วมกับธรรมชาติอย่างสมดุล ฮวงจุ้ยในโลกทัศน์ของผู้ให้ข้อมูลหลักจึงเป็น ความรู้ของจีนที่เป็นการอยู่อาศัยร่วมกับธรรมชาติ โดยอยู่ในทำเลที่ดีจะสามารถส่งเสริมให้ธุรกิจก้าวหน้า ประสบความสำเร็จ มีครอบครัวที่ดีมีความสุข โลกทัศน์ของฮวงจุ้ยจึงเป็น “ฮวงจุ้ย การอยู่อาศัยในทำเลที่ดี และมีความสุข”

1.2 อุดมคติเกี่ยวกับฮวงจุ้ย

อุดมคติของผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีต่อฮวงจุ้ย อุดมคติ คือจินตนาการที่ถือว่าเป็นมาตรฐานแห่งความดี ความงาม และความจริง ทางใดทางหนึ่งที่มนุษย์ถือว่าเป็นเป้าหมายแห่งชีวิตของตน และพบว่า ฮวงจุ้ยก็มีเป้าหมายที่จะทำให้การดำเนินชีวิตของมนุษย์มีความสุข ประสบความสำเร็จ โดยไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน ฮวงจุ้ยกับอุดมคติจึงมีเป้าหมายที่สอดคล้อง และเป็นไปในทางเดียวกัน ดังนั้นจึงสามารถใช้ฮวงจุ้ยเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงอุดมคติได้ อุดมคติของฮวงจุ้ยจึงเป็น “ฮวงจุ้ยที่ดีส่งผลให้การทำงานประสบความสำเร็จ ครอบครัวมีความสุข”

1.3 ความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจุ้ย

1. ความเชื่อที่เกิดจากการไหว้บรรพบุรุษ ได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของความเชื่อของคนไทย เชื้อสายจีนที่อยู่ในเมืองไทย ที่มีความเชื่อว่าหากเลือกทำเลที่ดี ในการฝังศพให้บรรพบุรุษที่เสียชีวิตไปแล้วในทำเลที่ดี ที่ถูกหลักฮวงจุ้ย จะทำให้บรรพบุรุษจะกลับมาช่วยส่งเสริมให้ลูกหลานทำให้ลูกหลานประสบความสำเร็จในด้านธุรกิจการงาน ครอบครัวมีความสุข และมีลูกหลานเพิ่มขึ้น ความเชื่อเรื่องการเลือกทำเลที่ดีให้บรรพบุรุษได้ถูกนำมาใช้กับการเลือกทำเล ที่ดิน อาคาร ที่อยู่อาศัย ของลูกหลาน โดยทำเลที่ดีจะทำให้ธุรกิจเจริญรุ่งเรือง ครอบครัวมีความสุข ซึ่งจะเกิดขึ้นกับครอบครัวคนไทยเชื้อสายจีน ทำให้เกิดจากการครอบงำทางความคิด และจินตนาการ และเป็นอุดมคติในรูปแบบของบริบทที่ได้รับการถ่ายทอดแบบสืบทอด

2. ความเชื่อที่เกิดจากความกลัว จากการที่มนุษย์มีความกลัวในสิ่งที่จะเกิดขึ้นมาแล้ว และสิ่งที่ยังไม่เกิดขึ้น ในอนาคต ทำให้มนุษย์ต้องหาสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจเพื่อสร้างความมั่นใจในการดำรงชีวิต ฮวงจุ้ยเป็นตัวเลือกที่ได้รับการยอมรับ เพราะฮวงจุ้ยเป็นสิ่งที่มีความรู้ และสามารถนำไปปฏิบัติได้ การนำโลกทัศน์ ของฮวงจุ้ยไปใช้ เพื่อให้เกิดความมั่นใจและส่งผลให้ได้อุดมคติตามที่ต้องการ ฮวงจุ้ยจะเข้าไปกดทับทางความคิด และจินตนาการ ด้วยความรู้ใหม่ที่เกิดจากการการผลัดซ้ำ ๆ (Reproduction) และก่อให้เกิดค่านิยม การยอมรับจากส่วนบุคคล และสังคม

3. ความเชื่อที่เกิดจากการทำตามผู้อื่น เป็นความเชื่อที่เกิดจากการเรียนรู้ จากภายใน และจากภายนอกครอบครัว จากเพื่อน คนรู้จัก และจากที่ทำงาน ความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจุ้ยส่วนใหญ่จะเกิดจากการได้รับคำแนะนำจากคนที่รู้จัก แต่การนำฮวงจุ้ยไปใช้จะเกิดขึ้นจากคำแนะนำของบุคคลที่เราสนิท หรือเป็นผู้มีประสบการณ์ในการนำฮวงจุ้ยไปใช้ความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจุ้ยที่เกิดจากการกระทำตามผู้อื่น ฮวงจุ้ยจะไปการกดทับและสร้างสยบยอมต่ออำนาจของฮวงจุ้ย และแสดงออกในรูปแบบการเปลี่ยนแปลงทางความคิด จินตนาการ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

2. ภาควิชาการความรู้และอำนาจ วาทกรรมของฮวงจื๊อ

2.1 ภาควิชาการความรู้และอำนาจของวาทกรรมฮวงจื๊อได้สถาปนาความรู้ผ่านสถาบัน ฮวงจื๊อการมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ เกิดภาควิชาการในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง สถาปัตยกรรม ฮวงจื๊อมีความแตกต่างจากโหราศาสตร์ประเภทอื่น ๆ เนื่องจากฮวงจื๊อมีหลักการที่สอดคล้องกับการก่อสร้าง สถาปัตยกรรมในด้านต่าง ๆ เช่นการเลือกพื้นที่ก่อสร้าง การวางผัง การเลือกรูปทรง และการตกแต่งภายในอาคาร (ชูพงษ์ ทองคำสมุทร, 2559) ฮวงจื๊อใช้ศาสตร์ความรู้ทางสถาปัตยกรรม เกี่ยวกับสถานที่ อาคาร ที่ดิน การก่อสร้าง ทำให้เป็นลักษณะเด่นของฮวงจื๊อ กลายเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญ อัตลักษณ์ของฮวงจื๊อจึงเป็น “ฮวงจื๊อ เรื่องของการจัดสถานที่ด้วย ทิศ และธาตุ ให้เหมาะสมและสร้างประโยชน์แก่ผู้ใช้งาน” ฮวงจื๊อมีกระบวนการนำความรู้ไปใช้และการแก้ปัญหาที่ชัดเจนทำให้ ได้รับการยอมรับ ก่อให้เกิดเป็นอำนาจที่ปรากฏอยู่ในสังคม อำนาจของฮวงจื๊อที่เกิดจากความรู้ที่เกี่ยวกับการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม เป็นสิ่งที่ทำให้ ฮวงจื๊อปิดกั้น ขัดขวาง ทำลายโหราศาสตร์ประเภทอื่น ๆ ที่จะเข้ามา เป็นการสร้างการยอมรับ เกิดการสยบยอมของผู้ที่ต้องการใช้ฮวงจื๊อและคำนิยมในงานการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม ทำให้ผู้เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นสถาปนิก มัณฑนากร นักออกแบบต้องเปลี่ยนแปลงโลกทัศน์ และอุดมคติ เกี่ยวกับฮวงจื๊อใหม่

2.2 ภาควิชาการความรู้และอำนาจของวาทกรรมฮวงจื๊อ จึงสร้างอำนาจในการจัดการของภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการ ธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ การเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทำให้เกิดการแข่งขันกันในด้านธุรกิจ การสร้างการสยบยอม (Panoptical) โดยอาศัยเทคโนโลยีแห่งตัวตน (Technology of Self) คือ อำนาจของความรู้ที่ทุกคนที่ใช้ฮวงจื๊อต้องปฏิบัติในเรื่องของการจัดสถานที่ การเคลื่อนย้าย การปฏิบัติต่างๆ อันเสมือนเป็นกฎเกณฑ์ของสถาบันที่ผู้เชี่ยวชาญกำหนดให้ผู้ใช้ได้ปฏิบัติตามจึงเป็นเรื่องที่ถูกนำมาใช้ และจากปรากฏการณ์ทางสังคม พบว่ามีการนำฮวงจื๊อมาใช้เพื่อเป็นจุดขาย และ ตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อโดยอาศัยโลกทัศน์ อุดมคติ และอัตลักษณ์ ของฮวงจื๊อเป็นเครื่องมือในการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ อำนาจของฮวงจื๊อได้สร้างความแตกต่าง และกีดกัน ผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำความรู้เรื่องฮวงจื๊อมาใช้ ซึ่งอำนาจนี้ส่งผลต่อเจ้าของโครงการ ผู้ซื้อ และยังส่งต่อผู้เกี่ยวข้องจำนวนมาก ให้ปรับโลกทัศน์ใหม่ ฮวงจื๊อสร้างอำนาจจากความรู้ โดยมีโครงการอสังหาริมทรัพย์เป็นผู้นำอำนาจของฮวงจื๊อไปใช้ ฮวงจื๊อจึงสร้างบทบาทและหน้าที่ใหม่ที่มีส่วนสำคัญต่อการทำให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประสบความสำเร็จ ความสำคัญนี้เองทำให้เกิดเป็นอำนาจในการทำลาย ปิดกั้น ขัดขวางการเข้ามาของผู้เชี่ยวชาญโหราศาสตร์อื่น ๆ และทำให้ต้องปรับโลกทัศน์ อุดมคติ และอัตลักษณ์ใหม่เกี่ยวกับฮวงจื๊อ

3. การสร้างพื้นที่ของฮวงจื๊อในสังคมไทย

3.1 การสร้างพื้นที่ด้วยการสร้างความเป็นอื่น (The others) โดยการปิดกั้น เปียดขับ โดยการใช้สิ่งพิมพ์ หนังสือ ที่มีพัฒนาอย่างรวดเร็ว ฮวงจื๊อได้รับการยอมรับ และเริ่มมีการเผยแพร่ความรู้เรื่องฮวงจื๊อ โดยหนังสือถือเกี่ยวกับฮวงจื๊อเป็นตัวเลือกที่ง่ายและเหมาะสมกับเทคโนโลยีในเวลานั้น จำนวนหนังสือที่เพิ่มขึ้นลำดับการเปลี่ยนแปลงประเภทหนังสือจาก ประวัติความเป็นมาเป็นความรู้พื้นฐานของฮวงจื๊อที่เกี่ยวกับที่ดิน บ้าน อาคาร สวน ในด้านการออกแบบสัญลักษณ์ แฟชั่น ปัญหาที่เกิดจากการวางฮวงจื๊อผิด การเลือกใช้สิ่งของที่สามารถแก้ไขฮวงจื๊อได้ และเปลี่ยนเป็นการเรียนรู้ที่จะปรับแก้ฮวงจื๊อที่เป็นปัญหาได้ด้วยตนเอง หนังสือนำตัวบทของฮวงจื๊อเข้าสู่สังคมอย่างได้ผล ทำให้เกิดการยอมรับในโลกทัศน์ และอุดมคติของ ฮวงจื๊อ

จากพัฒนาการของหนังสือเกี่ยวกับฮวงจื๊อ ได้สร้างการครอบงำความคิดของผู้ที่สนใจ และได้ปิดกั้น ขัดขวาง โหราศาสตร์อื่น ๆ ด้วยอำนาจของความรู้ที่แตกต่างที่เกี่ยวข้องกับความรู้ด้านก่อสร้าง และสถาปัตยกรรม และความรู้ด้านอื่น ๆ หนังสือยังสามารถถ่ายทอดตัวของฮวงจื๊อได้อย่างละเอียด และก่อให้เกิดการผลิตซ้ำ ๆ (Reproduction) ของความรู้ที่ส่งเข้าสู่สังคม สร้างการคงอยู่ของฮวงจื๊อในสังคม

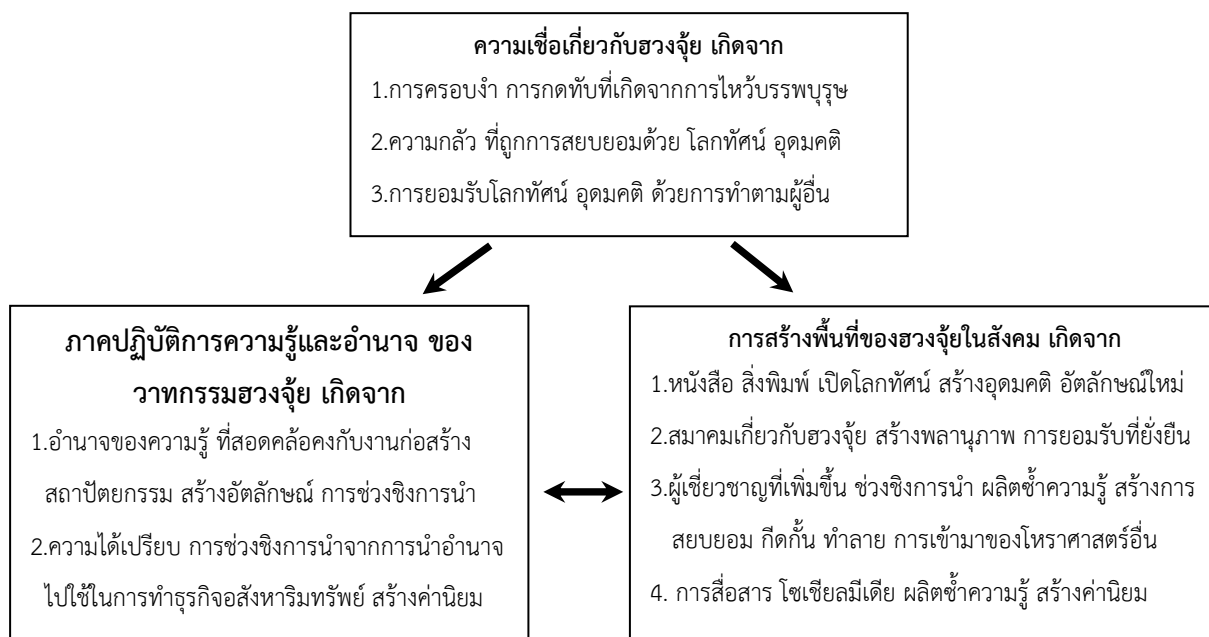
3.2 การสร้างพื้นที่จากสถาบันฮวงจื๊อ การก่อตั้งชมรมภูมิโหราศาสตร์ ซึ่งให้ความรู้เรื่องฮวงจื๊อ แก่ผู้ที่สนใจ มีการแยกตัวออกไปตั้งชมรมต่าง ๆ นั่นคือการสร้างสถาบันที่ทรงพลานุภาพ เพื่อให้การอบรมตัวบท ความรู้เกี่ยวกับฮวงจื๊อ การพัฒนาจากการอบรมด้วยอาจารย์เป็นการเรียนรู้และอบรมผ่านทางระบบออนไลน์ซึ่งมีความสะดวกเพิ่มขึ้น สถาบันที่ให้ความรู้เกี่ยวกับฮวงจื๊อได้ทำให้ตัวบทความรู้เกี่ยวกับฮวงจื๊อถูกนำออกไปเปิดเผยอย่างมั่นคง และสร้างความน่าเชื่อถือขึ้นในสังคม สถาบันฮวงจื๊อยังเป็นการแสดงออกของอำนาจที่ บ่งบอกถึงการยอมรับของฮวงจื๊อในสังคม สร้างการช่วงชิงการนำ (Hegemony) ปิดกั้น ขัดขวางโหราศาสตร์อื่น ๆ และสร้าง ผู้เชี่ยวชาญ เป็นการสร้างพื้นที่ที่ก่อให้เกิดการยอมรับ สร้างความเป็นอื่น(The others) ของโหราศาสตร์และสร้าง โลกทัศน์ใหม่ให้สังคม

3.3 การสร้างพื้นที่จากการเพิ่มจำนวนของผู้เชี่ยวชาญโหราจารย์ โหราจารย์ด้านฮวงจื๊อเป็น องค์ประกอบสำคัญในการสร้างพื้นที่ของฮวงจื๊อในสังคม เพราะการอ่านหนังสือ การสืบค้นข้อมูลตามลำพังยาก ต่อการเข้าใจฮวงจื๊อได้อย่างชัดเจน การพึ่งพาผู้เชี่ยวชาญโหราจารย์ฮวงจื๊อ ตัวแทนพลานุภาพของอำนาจที่ก่อให้เกิด จากความรู้ สู่อำนาจ การกดขี่ สร้างการสยบยอมของความคิดของบุคคล ปิดกั้น ขัดขวางการเข้ามาของโหราศาสตร์อื่น อย่างแยบยล สร้างการผลิตซ้ำ ๆ (Reproduction) เพื่อการยืนหยัด ดำรงอยู่อย่างยืนยาว

3.4 การสร้างพื้นที่จากการพัฒนา ด้าน การสื่อสาร โทรทัศน์ โซเชียลมีเดีย การพัฒนาด้าน การสื่อสาร และโทรทัศน์ เป็นไปอย่างรวดเร็ว โลกทัศน์ อุดมคติ ความรู้มากมายเกี่ยวกับฮวงจื๊อกระจายตัว สร้าง การรับรู้อย่างรวดเร็วในทุกช่องทาง มุ่งเน้นการช่วงชิงการนำ (Hegemony) การผลิตซ้ำ ๆ (Reproduction) ตอกย้ำอัตลักษณ์สูงค่าเหนือโหราศาสตร์อื่น ๆ สร้างจุดยืนการมีส่วนร่วมเสริมสร้างความสุขให้บุคคล และสังคม

การอภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง ฮวงจื๊อ ความเชื่อ ความรู้ และอำนาจในการจัดการ และการสร้างพื้นที่ทางสังคม โดยใช้ แนวคิดวาทกรรมของ ฟูโกต์ (Foucault, 1980) ที่กล่าวถึง ความรู้กับอำนาจ ซึ่งทำให้เกิดการ ช่วงชิง การนำ (Hegemony) การสถาปนาอำนาจ ตามทฤษฎีทางสังคมของ แฟร์คลัฟ (Fairclough, 2000:167) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์วาทกรรมโดยใช้ ตัวบท ฮวงจื๊อ ความเชื่อที่เป็นความรู้ผ่าน ภาษา การปฏิบัติที่เป็น เอกลักษณ์ สร้างความเป็นอื่น ภาวะปฏิบัติการ ฮวงจื๊อผ่านความรู้ และอำนาจ การยอมรับ สยบยอม การผลิตซ้ำ เหนือโหราศาสตร์อื่น ภาวะปฏิบัติทางสังคม วัฒนธรรม สร้างโลกทัศน์ อุดมคติใหม่ ผ่านหนังสือ ปิดกั้น เบียด ขั้ว การผลิตซ้ำด้วยสถาบันความรู้ฮวงจื๊อ ผู้เชี่ยวชาญ การสื่อสาร ยึดตรึง ตอกย้ำการดำรงอยู่ของวาทกรรม ฮวงจื๊อ การเสริมสร้างความสุขให้บุคคล และสังคม



แผนภูมิที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ของ ความเชื่อ อำนาจ การสร้างพื้นที่ของดวงใจ ในสังคมไทย

จากการวิจัยพบว่า โลกทัศน์ของดวงใจ มีจุดประสงค์ที่มุ่งเน้นการเลือกและอาศัยอยู่ในทำเลที่ดี ส่งผลให้มีความสุข สำหรับอุดมคติ ดวงใจก่อให้เกิดการสร้างจินตนาการของความสำเร็จ ทั้งงานและครอบครัว การความเชื่อเกี่ยวกับดวงใจ เกิดจาก 1.การครอบงำ และสยบยอมต่อการไหว้บรรพบุรุษ โดยมีความเชื่อว่าการฝังศพบรรพบุรุษในทำเลดี และการเลือกอยู่อาศัยในทำเลดีเช่นบรรพบุรุษ จะส่งผลดีต่อการดำเนินชีวิต 2.ความกลัว ผลักดันให้เกิดการแสวงหาความมั่นใจในการดำรงชีวิต ความรู้ของดวงใจสร้างอำนาจแห่งสยบยอมและทำลายความกลัว 3.ความเชื่อที่เกิดจากการทำตามผู้อื่นเกิดจากการสยบยอมต่อโลกทัศน์ อุดมคติ ของดวงใจที่แพร่กระจาย ไปสู่การยอมรับ จนเป็นค่านิยม และก่อรูปเป็นวาทกรรมปรากฏในสังคม

จึงเห็นได้ว่าดวงใจมีการก่อรูปและมีพัฒนาการผ่านโลกทัศน์ อุดมคติ และอัตลักษณ์ ดวงใจได้สร้างความเชื่อให้กับคนในสังคมไทย ความเชื่อที่ว่าดวงใจทำให้เกิดความสุข ความเจริญรุ่งเรืองจึงเป็นวาทกรรมของความรู้และอำนาจที่ก่อให้เกิดภาคปฏิบัติการ

สำหรับภาคปฏิบัติการความรู้ และอำนาจ ของวาทกรรมดวงใจ เกิดจาก 1.หลักการของดวงใจที่สอดคล้องกับความรู้ทางด้านการก่อสร้าง สถาปัตยกรรม วิศวกรรม การวางผัง การตกแต่งภายใน การจัดสวน และการเลือกพื้นที่ สอดคล้องกับแนวคิดวาทกรรมของ ฟูโกต์ (Foucault, 1980) ที่กล่าวถึง ความรู้กับอำนาจ ซึ่งทำให้เกิดการช่วงชิงการนำด้วยความรู้ที่แตกต่าง มีความเป็นเอกลักษณ์ และบดบัง ทำลายเหนือโหราศาสตร์อื่น ๆ 2. การเติบโตของธุรกิจสังหาริมทรัพย์ ทำให้เกิดการนำความรู้เรื่อง ดวงใจมาใช้กันอย่างแพร่หลาย อำนาจของดวงใจถูกนำมาใช้เพื่อความได้เปรียบ ช่วงชิงการนำ และสร้างค่านิยมของดวงใจในสังคม

ผลจากภาคปฏิบัติการความรู้ และอำนาจ ของวาทกรรมดวงใจ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบอาคาร การใช้พื้นที่ และการตลาดเกี่ยวกับโครงการอสังหาริมทรัพย์ใหม่ ๆ และกดทับความคิด และสร้างการสยบยอมของผู้ที่เกี่ยวข้องด้วยแนวคิดความรู้คืออำนาจ เป็นการสร้างโลกทัศน์ อุดมคติ และค่านิยมใหม่ให้วงการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรมรวมถึงผู้เกี่ยวข้อง เช่นนักออกแบบ สถาปนิก วิศวกร

สำหรับการสร้างพื้นที่ทางสังคมด้วยภาคปฏิบัติทางวาทกรรมของฮวงจื๊อ เป็นการช่วงชิงการนำ และสร้างการยอมรับจากสังคม เกิดจาก 1.พัฒนาการของ ธุรกิจหนังสือ และสิ่งพิมพ์ที่รวดเร็ว ทำให้ง่ายต่อการเข้าถึงซึ่งความรู้ฮวงจื๊อ เปิดโลกทัศน์ อุดมคติใหม่ ครอบงำความคิดของผู้ที่สนใจ และได้ปิดกั้น ขัดขวาง โหราศาสตร์อื่น ๆ 2.การตั้งชมรม สมาคมเกี่ยวกับฮวงจื๊อ ที่ทรงพลานุภาพที่สร้างความเป็นอื่น (The others) เป็นแกนหลักของการศูนย์อำนาจที่คง โลภทัศน์ อุดมคติ อัตลักษณ์ ของฮวงจื๊อที่สร้างการสยบยอมจากสังคม 3.โหราจารย์ จำนวนมากที่เพิ่มขึ้นส่งมอบอัตลักษณ์ โลภทัศน์ อุดมคติ สู่วัฒนธรรมการกดทับ และสั่งการอย่างแบบยล กีดกันทำลายโหราศาสตร์อื่น ๆ 4. การเติบโตทางด้านเทคโนโลยีสื่อสาร การพัฒนาด้านการสื่อสาร โซเชียลมีเดีย สร้างการรับรู้อย่างรวดเร็ว และกว้างขวางขึ้น ช่วงชิงการนำ และทำการผลิตซ้ำความรู้ ฮวงจื๊อ ขยายโลกทัศน์ อุดมคติ อัตลักษณ์ ค่านิยมฮวงจื๊อสู่วัฒนธรรมอย่างกว้างขวาง

ผลจากการสร้างพื้นที่ของฮวงจื๊อ ที่เกิดจาก หนังสือ และโซเชียลมีเดีย ที่ก่อให้เกิดการช่วงชิงการนำ ค่านิยม การกดทับด้วยโลกทัศน์ อุดมคติ และอัตลักษณ์ นอกจากนี้การผลิตซ้ำ ๆ ของชุดความรู้ของฮวงจื๊อสู่อุบุคคล และสังคม โดยสถาบันเกี่ยวกับฮวงจื๊อ และโหราจารย์ ได้สร้างการสยบยอม ความเป็นใหญ่ (Hegemony) ที่เกิดจากการนำฮวงจื๊อไปปฏิบัติผ่านอำนาจของวาทกรรมฮวงจื๊อสู่อุบุคคล และสังคม ส่งผลทำให้เกิดความสุข ความรุ่งเรือง ฮวงจื๊อจึงก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในสังคมอย่างแบบยล

ข้อเสนอแนะจากการท้าวิจัย

ฮวงจื๊อ เป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิต และประเพณีการไหว้บรรพบุรุษของคนไทยเชื้อสายจีน ฮวงจื๊อเป็น ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง และสถาปัตยกรรมซึ่งเป็นปัจจัย 4 ทางด้านที่อยู่อาศัยที่มนุษย์มีความต้องการ และตราบไต่ที่มนุษย์ยังมีความกลัวในสิ่งที่ผ่านมา และสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต การหาสิ่งยึดเหนี่ยวที่น่าเชื่อถือจึง เป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งฮวงจื๊อได้สร้างโลกทัศน์ของการประสบความสำเร็จ ร่ำรวย และมีความสุข และตอบสนองต่อ ความกลัวของมนุษย์ และได้สร้างโลกทัศน์ อุดมคติของมนุษย์ใหม่ ด้วยองค์ประกอบสำคัญ คือการ มีความรู้ที่มีความแตกต่าง สามารถนำความรู้ไปใช้ในภาคปฏิบัติทางวาทกรรม การมีตัวบททั้งวรรณภาษาที่เป็นอัตลักษณ์ มีภาษา คำพูด หนังสือ สิ่งพิมพ์ที่ แสดงตัวตนที่ชัดเจน การมีวาทภาษาที่สามารถจับต้องได้ทางการปฏิบัติ และการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพที่ฮวงจื๊อเข้าไปมีบทบาท การมีองค์ประกอบประกอบของการการผลิตซ้ำ ๆ (Reproduction) จากการมีหนังสือที่มีเรื่องราวใหม่ ๆ เกี่ยวกับฮวงจื๊อ การนำความรู้เกี่ยวกับฮวงจื๊อไปใช้ซึ่งเกิดจากการทำตามผู้อื่น การมีสถาบันฮวงจื๊อ มีโหราจารย์ ที่ให้ความรู้เรื่อง ฮวงจื๊อ และการมีสื่อโซเชียลมีเดียที่ทันสมัย สามารถหาข้อมูลได้รวดเร็ว ทำให้เอื้อต่อการดำรงอยู่ของฮวงจื๊อในสังคมไทย นอกจากนี้ยังพบว่า ฮวงจื๊อ มีหลักการที่สอดคล้องกับการก่อสร้าง สถาปัตยกรรม ควรจะได้จัดให้มีการจัดอภิปรายความรู้เรื่องฮวงจื๊อโดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อทำให้ความรู้เรื่องมีความถูกต้อง และสามารถนำผลการประชุมไปปรับใช้ให้เหมาะสม และเกิดประโยชน์สูงสุด การที่ฮวงจื๊อมีที่มาของความรู้จากแหล่งกำเนิดเดียวกัน แต่มีการพัฒนา และ แนวคิดที่แตกต่างกันไป จากการรวบรวมข้อมูลพบว่า เรื่องธาตุ และทิศ เป็นเรื่องที่มีการเปลี่ยนแปลงน้อยมาก การนำเรื่องทิศและธาตุไปใช้จึงเป็นเรื่องที่สามารถทำได้ ทันทิ และการนำไปใช้ให้เหมาะกับธาตุเกิดของตนเองน่าจะเป็นประโยชน์ เนื่องจากความรู้เกี่ยวกับฮวงจื๊อมีความหลากหลาย การนำความรู้มาใช้จึงต้องมีความละเอียดรอบคอบ และควร

ปรึกษาอาจารย์ที่มีความรู้ และหากต้องการนำดวงจ้ยมาใช้ควรทดลองจากสิ่งเล็ก ๆ ก่อน เพื่อสร้างความมั่นใจ และลดความเสี่ยงเรื่องค่าใช้จ่าย

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กัญช์ ศศิธร. (2541). “บทบาทของหมอดูในสังคมไทย : กรณีศึกษาเฉพาะเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาพัฒนาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชูพงษ์ ทองคำสมุทร. (2554). “ปัจจัยในด้านต่างๆ ของพื้นที่แหล่งกำเนิดดวงจ้ย.” **วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น** 10, 1 (มิถุนายน-พฤศจิกายน): 1-10.
- ณัฐธิดา สุขมนัส. (2545). “ความเชื่อเรื่องดวงจ้ยในวิถีชีวิตของชาวไทยเชื้อสายจีนในกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชามานุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นภาพร หะวานนท์. (2552). “วิธีการศึกษาเรื่องเล่า: จุดเปลี่ยนของการวิจัยทางสังคมศาสตร์.” **วารสารสังคมศาสตร์** 5, 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม): 1-22.
- นรินทร์ สังข์รักษา. (2547). “ถอดรหัสการสาธิตสุ่มเลขฐานในสังคมไทย.” ปริญญานิพนธ์ดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- _____. (2559). **คู่มือการอบรมการสร้างนักวิจัยรุ่นใหม่ (ลูกไก่) หมวด 4 การวิจัยเชิงคุณภาพ**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ภิญโญ พงศ์เจริญ. (2543). “บทบาทของโหรในสังคมไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาพัฒนาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- มานิต มานิตเจริญ. (2514). **พจนานุกรมไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: เอกศิลปการพิมพ์,
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). (2525). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525**. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- ศิริชัย ทรวงแสง. (2548). “ความเชื่อในเรื่องโหราศาสตร์กับพฤติกรรมการดำเนินธุรกิจ: กรณีศึกษา กลุ่มนักธุรกิจของหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุภากร จันทวานิช. (2549). **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 14. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาต่างประเทศ

- Bandura, A. (1977). (1977). **Social learning theory**. New Jersey: Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Brown, Simon. (1999). **Essential Feng Shui: Your Practical Guide to Health, Wealth and Happiness**. UK: Cassell Illustrated.

- David, Chidester.(1987). **Patterns of action: Religion and ethics in a comparative perspective**. Belmont:Wadsworth. p.199.
- 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 reform**”.*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) “**Politics and the study of discourse**”. In Burchell et al, eds.,
- 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.
- Hall, S. (1997a). **The work of representation**. In S. Hall (Ed.), *Representation: Cultural representations and signifying practices*, London: Sage.
- Hall, S. (1997b). **The spectacle of the ‘other’**. In S. Hall (Ed.), *Representation: Cultural representations and signifying practices* (pp. 141-147). London: Sage.
- 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.
- Lefebvre, Henri. (1998). **The Production of Space**. London: Blackwell.
- Lip, Evelyn . (1997). **WHAT IS FENG SHUI**. New York: Vintage Books.
- Moran, Elizabeth., Yu Joseph, and Biktashev Val. (2005). **The complete idiot’s guide to Feng Shui**. USA: 3 edition.
- Patton, M. (1990). **Qualitative evaluation and research methods** (pp. 464-466). Beverly Hills, CA: Sage.
- Skinner, Stephen. (2005). **Feng Shui for Modern Living**. Singapore: Kyodo.
- Webster. (1998). **Marriam – Webster’s Thai-English Dictionary**. Haraty: Eileen M.