



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ ส่วนงาน กสทช. สฎิญา กลางณรงค์ โทร ๑๑๒, ๑๑๓
ที่ สทช. ๑๐๐๓.๙/๗๔ วันที่ ๒๕ มีนาคม ๒๕๕๖
เรื่อง ขอเปิดเผยความเห็นและมติในการประชุม กสทช. ครั้งที่ ๑๒/๒๕๕๖ วันจันทร์ที่ ๒๕ มีนาคม ๒๕๕๖

เรียน ประธาน กสทช.

ตามที่มีการประชุม กสทช. ครั้งที่ ๑๒/๒๕๕๖ เมื่อวันจันทร์ที่ ๒๕ มีนาคม ๒๕๕๖ ดิฉันได้ลงมติและมีความเห็นแตกต่างจากที่ประชุมเสียงข้างมากในวาระที่ ๔.๓ เรื่อง ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของการประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (กิจการไม่ใช่คลื่นความถี่) จึงขอเปิดเผยมติและความเห็นของดิฉันเพื่อบันทึกในรายงานการประชุม กสทช. ครั้งดังกล่าว ดังนี้

“ดิฉันขอสงวนความเห็นในการพิจารณาออกใบอนุญาตให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (กิจการไม่ใช่คลื่นความถี่) ของบริษัท บุญรักษา มหาโชค จำกัด ซึ่งขออนุญาตให้บริการฯ จำนวน ๑๑ ช่องรายการในประเภทช่องปกิณกะบันเทิงและอื่นๆ (ปรากฏตามเอกสารแนบ ๑) ซึ่งจากการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นพบว่า ผลการศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหาในช่องรายการที่วิดาวเทียม ซึ่งจัดทำโดยมูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา ; ๒๕๕๕ ระบุถึงช่องรายการของผู้ขออนุญาตรายดังกล่าวมีการออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสาระซึ่งอาจเข้าลักษณะลามกอนาจารหรือมีผลกระทบต่อการให้เกิดความเสื่อมทรามทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชนอย่างร้ายแรงตามมาตรา ๓๗ แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการฯ พ.ศ. ๒๕๕๑ (ปรากฏตามเอกสารแนบ ๒) อีกทั้งสำนักงาน กสทช. มิได้นำเสนอบทวิเคราะห์ความเหมาะสมให้พิจารณาประกอบในแง่มุมดังกล่าว”

จึงเรียนมาเพื่อโปรดนำมติและความเห็นของดิฉันบันทึกในรายงานการประชุม กสทช. ด้วย

(นางสาวสุกัญญา กลางณรงค์)

กสทช.

เอกสารประกอบบันทึกการเปิดเผยความเห็นและมติ
การประชุม กสท. ครั้งที่ ๑๒/๒๕๕๖ วันจันทร์ที่ ๒๕ มีนาคม ๒๕๕๖ (วาระที่ ๔.๓)

รายชื่อผู้ขออนุญาตประกอบกิจการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (ไม่ใช้คลื่นความถี่)

ลำดับ	ชื่อนิติบุคคล/บุคคลธรรมดา	ชื่อช่องรายการ	ประเภทของรายการ	โครงข่ายที่ใช้
1	บริษัท บุญรักษา มหาโชค จำกัด	ดาราแซนแนลส์	ปกิณกะบันเทิงและอื่นๆ	ไทยคม
2	บริษัท บุญรักษา มหาโชค จำกัด	แชมป์แซนแนล	ปกิณกะบันเทิงและอื่นๆ	ไทยคม
3	บริษัท บุญรักษา มหาโชค จำกัด	จันทนา ทิวี	ปกิณกะบันเทิงและอื่นๆ	ไทยคม
4	บริษัท บุญรักษา มหาโชค จำกัด	ภูซังค์ ทิวี	ปกิณกะบันเทิงและอื่นๆ	ไทยคม
5	บริษัท บุญรักษา มหาโชค จำกัด	ว้าวทิวี	ปกิณกะบันเทิงและอื่นๆ	ไทยคม
6	บริษัท บุญรักษา มหาโชค จำกัด	โอมมหารวย ทิวี	ปกิณกะบันเทิงและอื่นๆ	ไทยคม
7	บริษัท บุญรักษา มหาโชค จำกัด	ลิเกดารา สยาม	ปกิณกะบันเทิงและอื่นๆ	ไทยคม
8	บริษัท บุญรักษา มหาโชค จำกัด	ฟ้าใส ทิวี	ปกิณกะบันเทิงและอื่นๆ	ไทยคม
9	บริษัท บุญรักษา มหาโชค จำกัด	เซอร์ไพรส์ ทิวี	ปกิณกะบันเทิงและอื่นๆ	ไทยคม
10	บริษัท บุญรักษา มหาโชค จำกัด	มววย ทิวี	ปกิณกะบันเทิงและอื่นๆ	ไทยคม
11	บริษัท บุญรักษา มหาโชค จำกัด	ห้องเที่ยว ทิวี	ปกิณกะบันเทิงและอื่นๆ	ไทยคม

มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา

โครงการเสริมสร้างสื่อมวลชนศึกษาเพื่อสขภาวะ

Foundation for Media Literacy / Media Monitor

เลขที่ 31 อาคารพญาไทบิล딩 ชั้น 5
ห้อง 518 ถนนพญาไท เขตราชเทวี
กทม. 10400

โทร: 02-246-7440 แฟกซ์: 02-246-7441

Email: mediamonitorth@gmail.com



รายการไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ ในทีวีดาวเทียม

(ช่อง Miti4 Miracle SMM Channel และ Dara Channel)

ได้รับการสนับสนุนจาก
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)



คณะกรรมการของโครงการ

คณะกรรมการนโยบาย

- ศ.นพ. ประเวศ วะสี
- นพ. สมศักดิ์ ชุณหรัศมิ์
- นพ. ชูชัย ศุภวงศ์
- นายไพศาล ศรีจรัสจรรยา
- นายประสงค์ เลิศรัตนวิสุทธิ์

ที่ปรึกษาโครงการฯ

- ผศ.ดร. วิลาสินี อดุลยานนท์

คณะกรรมการวิชาการ

- ดร. สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์
- นายชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี
- รศ.ดร. นวลน้อย ตีรรัตน์
- อาจารย์ปกป้อง จันวิทย์
- นส. เข้มพร วิรุณราพันธ์
- ดร.ธีรรัตน์ วงศ์ธนะเอนก

ที่ปรึกษากรรมการวิชาการ

- พญ.พรรณพิมล วิปุลากร
- ดร.เจษฎ์ โทณะวณิก

ผู้อำนวยการโครงการ

- ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์

คณะรับผิดชอบดำเนินงานวิชาการ

- นายมารุต วงษ์ศิริ
- นางสาวปิริยา เพชรแก้ว
- นางสาวนพวรรณ ต่อแสงศรี

คณะรับผิดชอบดำเนินงานศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาสื่อ

- นายสันสกฤต มณีโมไนย
- นายศิระ จันทรเจือมาศ
- นางสาววีรวัลย์ สุขใจ
- นางสาววีรยา แก้วตา
- นางสาวนันทพร ชุมพงษ์ศักดิ์

ติดต่อโครงการฯ

โครงการเสริมสร้างสื่อมวลชนศึกษาเพื่อสุขภาพ (Media Monitor)

เลขที่ 31 อาคารพญาไท ชั้น 5 ห้อง 518 ถนนพญาไท เขตราชเทวี กทม10400 .

โทรศัพท์7440-246-02 , โทรสาร7441-246-02

e-mail: mediamonitorth@gmail.com website: www.mediamonitor.in.th

ส่วนที่ 1 ที่มาของการศึกษา	5
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	6
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
หน่วยการศึกษาและขอบเขตการศึกษา	16
วิธีการศึกษา	17
นิยามหน่วยการวัด	17
กรอบการศึกษา	20
ส่วนที่ 2 ผลการศึกษา	21
ผลการศึกษาช่อง Miti 4	21
ผลการศึกษาช่อง Miracle Channel	29
ผลการศึกษาช่อง SMM Channel	41
ผลการศึกษาช่อง Dara Channel	50
ส่วนที่ 3 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	58
ประเภทความเชื่อไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียม	58
กลวิธีการจูงใจในรายการและโฆษณาไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียม	59
สภาพปัญหารายการและโฆษณาไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียม	61
บทบาทหน้าที่ของรายการและโฆษณาไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียม	63
ค่านิยมที่แฝงในรายการและโฆษณาไสยศาสตร์ในทีวีดาวเทียม	64
ตารางสรุปการนำเสนอรายการไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียม	66
การขยายตัวของธุรกิจไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียม	69
เปรียบเทียบเนื้อหาไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในสื่อกระแสหลักและทีวีดาวเทียม	70
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการควบคุมเนื้อหารายการไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียม	74
ข้อเสนอแนะ	75
บรรณานุกรม	79

การศึกษารอบที่ 51 เรื่อง “รายการไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียม” ของโครงการเสริมสร้างสื่อมวลชนศึกษาเพื่อสุขภาวะ (มีเดีย มอนิเตอร์) เป็นการศึกษารายการไสยศาสตร์ และโหราศาสตร์ที่ออกอากาศในทีวีดาวเทียม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์กลวิธีการนำเสนอ สภาพปัญหา ปัจจัยที่เกี่ยวข้องและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้ชม

สังคมไทยมีพื้นฐานความเชื่อเรื่องเหนือธรรมชาติมาเป็นเวลานานผ่านพิธีกรรม และการบูชาวัตถุมงคล เครื่องรางของขลัง สิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ เช่น การสะเดาะเคราะห์ การทำนายดวงชะตา แม้ว่าสังคมในปัจจุบันจะมีความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี ความเชื่อในเรื่องดังกล่าวยังคงได้รับความนิยมจากประชาชนไม่ต่างจากสมัยก่อนโดยเห็นได้จากพฤติกรรมการบูชาวัตถุมงคล เครื่องรางของขลังและการประกอบพิธีกรรมเพื่อเสริมดวง สะเดาะเคราะห์ที่ยังคงพบเห็นได้ทั่วไปในชีวิตประจำวัน

ไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ยังเป็นเรื่องที่น่าสนใจและนำมาเป็นจุดขายโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ดังที่อาจารย์มานพ แยมอุทัย อาจารย์ประจำภาควิชานิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กล่าวว่า

“พื้นฐานของคนไทยชอบเรื่องทำนองนี้อยู่แล้ว ไม่ว่าตั้งแต่ยุคสมัยไหนเป็นต้นมา จนกระทั่งปัจจุบันนี้คนไทยก็มีความเชื่อแบบนี้ คือ หมายถึงว่าไม่ใช่เชื่อร้อยเปอร์เซ็นต์ แต่ว่าชอบที่จะเสพเรื่องทำนองนี้ เพราะฉะนั้นในแง่การนำเสนอเพื่อต้องการจะเพิ่มเรตติ้งหรือว่าเพื่อให้คนหันมาดูรายการเยอะๆ อันนี้เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้สื่อหันมาเล่น”¹

การเผยแพร่เนื้อหาไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ไม่ได้ปรากฏแค่ในโทรทัศน์ฟรีทีวีเท่านั้น แต่ยังพบในโทรทัศน์ดาวเทียมและเคเบิลทีวีซึ่งมีจำนวนผู้เปิดรับมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง วิจิต เอื้ออารีวรกุล อุปนายกสมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทยเปิดเผยว่า ปัจจุบันมีการรับชมทีวีผ่านเสาอากาศปกติ 8 ล้านครัวเรือน ผ่านจานดาวเทียม C-Band 4 ล้าน ทีวีแบบบอกรับสมาชิก 8 ล้านครัวเรือน, เคเบิลท้องถิ่น 4 ล้านครัวเรือน และทรูวิชั่นส์อีก 2 ล้านครัวเรือน ทั้งจานแดงและผ่านสายเคเบิล ส่วนที่เสียค่าติดตั้งแรกเข้าไม่มีค่าบริการรายเดือน เช่น จานเหลือง จานส้มมีประมาณ 2 ล้านครัวเรือน²

อีกทั้งยังพบว่ารายการไสยศาสตร์และโหราศาสตร์และโหราศาสตร์ทางเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียมมีจำนวนมากกว่าที่ปรากฏทางฟรีทีวี กล่าวคือ สถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีมีช่องที่นำเสนอเรื่องไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ทั้งหมด 3 ช่องจาก 6 ช่อง (ช่อง 3, 5 และ 7) รวม 13 รายการ ออกอากาศรายการละ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ในขณะที่ทีวีดาวเทียมเคเบิลทีวีมีช่องที่นำเสนอเนื้อหาดังกล่าวทั้งหมด 21 ช่องจาก 129 ช่อง โดยมีบางช่องที่นำเสนอรายการไสยศาสตร์ โหราศาสตร์โดยเฉพาะ เช่น ช่องมิติ4 ช่องMystery ช่อง Miracle สำหรับช่องอื่นๆจะปรากฏรายการและโฆษณา

¹ มานพ แยมอุทัย, “ไสยศาสตร์ ON TV ปรากฏการณ์สั้นไหวของคนไทยจิตอ่อน”, หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันฉบับวันที่ 30 กันยายน พ.ศ.2552.

² ขาว “เคเบิล-ทีวีดาวเทียม สูดบุญดูดเลขคอนเทนต์ โจทย์หิน กสทช.”, หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจฉบับวันที่ 7 พฤษภาคม พ.ศ. 2554.

สินค้าและบริการไสยศาสตร์ โหราศาสตร์แทรกอยู่เป็นบางช่วงซึ่งปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้เกิดการโฆษณาไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในดาวเทียมและเคเบิลทีวีมากกว่าฟรีทีวี คือ ค่าโฆษณาที่ต่ำกว่าฟรีทีวีหลายเท่าตัว

“แนวโน้มการใช้สื่อของสินค้าให้ความสนใจสื่อทีวีดาวเทียมและช่องเคเบิลทีวีมากขึ้น เนื่องจากมีฐานผู้ชมจำนวนมาก อีกทั้งสามารถเลือกใช้พื้นที่โฆษณาและการจัดกิจกรรมเฉพาะกลุ่ม ด้วยราคาค่าโฆษณาไม่สูงมาก เมื่อเทียบกับสื่อที่มีราคาใกล้เคียงกันอย่างวิทยุ และมีราคาต่ำกว่าฟรีทีวีหลายเท่าตัว ปัจจุบันราคาค่าโฆษณาในช่องทีวีดาวเทียมมีหลายระดับราคา เริ่มต้นที่ค่าโฆษณา 2,000 บาท ไปถึง 30,000 บาท ในช่องที่มีเรตติ้งผู้ชมอันดับต้นๆ”³

ประกอบกับสถานการณ์สื่อปัจจุบันอยู่ในช่วงการจัดตั้งกสทช. ดังนั้นกฎระเบียบข้อบังคับ การควบคุมเนื้อหารายการทางทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวีจึงยังไม่ชัดเจนเป็นรูปธรรม อีกทั้งระเบียบข้อบังคับของสมาคมโทรทัศน์ดาวเทียมและสมาคมเคเบิลทีวีมีเพียงข้อห้ามเผยแพร่เนื้อหาลามกอนาจาร การล้มล้างการปกครองระบอบประชาธิปไตย และเนื้อหาที่ยุยงให้บุคคลกระทำความผิดกฎหมาย แต่ไม่มีการระบุถึงการควบคุมเนื้อหาความเชื่อและศาสนา

ความนิยมของประชาชน การแสวงหากำไรของสื่อและผู้ผลิตสินค้า ความไม่ชัดเจนของข้อกำหนดส่งผลให้ปัจจุบันมีรายการไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ออกอากาศอย่างแพร่หลายในสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม ทั้งนี้รายการส่วนใหญ่มีจุดประสงค์เพื่อการขายสินค้า/บริการทางความเชื่อซึ่งมีกลวิธีการโน้มน้าวและชี้นำรูปแบบต่างๆ เพื่อชักจูงให้ผู้ชมตัดสินใจบริโภคโดยไม่คำนึงถึงความถูกต้องเหมาะสมซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อค่านิยม ความเชื่อ พฤติกรรมและฐานะทางเศรษฐกิจของผู้ชมและผู้บริโภค

ดังนั้นมูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา และ มีเดียมอนิเตอร์ เล็งเห็นความสำคัญของสภาพปัญหาดังกล่าว จึงได้กำหนดรอบคึกษาเรื่อง “รายการไสยศาสตร์และโหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียม” ว่ามีการนำเสนอเนื้อหา การโน้มน้าวใจผู้ชมอย่างไร และเนื้อหาดังกล่าวมีรูปแบบการสื่อสารหรือเนื้อหาที่ผิดกฎหมาย หรือจริยธรรมวิชาชีพซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อค่านิยมความคิดความเชื่อบุคคลอย่างไร การนำเสนอแตกต่างจากฟรีทีวีมากน้อยแค่ไหน เพราะเหตุใด

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. สัมภาษณ์รวบรวมรายการไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียม
2. ศึกษาประเภทเนื้อหา กลวิธีการนำเสนอเพื่อการจูงใจ และประเด็นปัญหา
3. สรุปภาพรวมรายการไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียมด้านบทบาท และค่านิยมที่แฝงในรายการ
4. เปรียบเทียบความแตกต่างของรายการไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียมกับฟรีทีวี และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง
5. เสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวต่อองค์กร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

³ ข่าว ทีวีดาวเทียมแห่ขึ้นโฆษณารับผู้ชม 20 ล้านครัวเรือน www.bankokbiznews.com (วันที่ 25 กรกฎาคม 2554)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเรื่องความเชื่อไสยศาสตร์

ความเชื่อ หมายถึง การยอมรับข้อเสนอข้อใดข้อหนึ่งว่าเป็นจริง โดยที่ยังไม่ได้พิสูจน์หรือไม่อาจพิสูจน์ได้ด้วยวิธีการของวิทยาศาสตร์ การยอมรับนั้นประกอบด้วยความคิดและอารมณ์ซึ่งอาจเรียกว่าศรัทธา ลักษณะความเชื่อของคนไทยแต่ดั้งเดิม คือ เชื่อในสิ่งที่มองไม่เห็นตัวตน โดยเข้าใจว่ามีฤทธิ์อำนาจเหนือคน อาจบันดาลให้ดีหรือร้ายแก่คนได้ ความเชื่อนี้เป็นความเชื่อในสิ่งเหนือธรรมชาติ (Supernatural) ซึ่งไม่อาจพิสูจน์ได้ด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ แต่ความเชื่อนี้ก็มีอิทธิพลเหนือความคิดและการกระทำของคน

ความเชื่อทางไสยศาสตร์ ได้แก่ ความเชื่อในสิ่งเหนือธรรมชาติ แต่แทนที่จะเน้นที่จิตวิญญาณของมนุษย์ซึ่งปรากฏออกมาในรูปของความเชื่อเรื่องผี ความเชื่อทางไสยศาสตร์จะเน้นที่วัตถุและปรากฏการณ์ จึงมีเนื้อหาเกี่ยวกับเครื่องรางของขลังและคาถาอาคม เป็นการกระทำที่มนุษย์ได้ใช้พลังเหนือธรรมชาติเข้าไปจัดการกับวัตถุหรือเหตุการณ์ เพื่อให้เกิดสภาพหรือลักษณะตามที่ตนหรือผู้ร้องขอต้องการ⁴

กิ่งแก้ว อรรถากร⁵ แบ่งประเภทของความเชื่อทางไสยศาสตร์ออกเป็น 10 ประเภท ดังนี้

1. ความเชื่อเรื่องการตั้งชื่อ วิญญาณ ตายแล้วเกิดใหม่
2. ความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ได้แก่ เทพเจ้า เทวดา เวทมนต์คาถา
3. ความเชื่อเรื่องปรากฏการณ์ธรรมชาติ และพฤติกรรมสัตว์ต่างๆ
4. ความเชื่อเรื่องโชคลาง ฤกษ์
5. ความเชื่อเรื่องความฝันและการทำนายความฝัน
6. ความเชื่อเรื่องเครื่องรางของขลัง
7. ความเชื่อเรื่องภูตผีปีศาจ
8. ความเชื่อเรื่องนรก-สวรรค์
9. ความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์ หมอดู
10. ความเชื่อเรื่องฮวงจุ้ย

⁴ สุมณ ทิพยมาศโกเมน. “การวิเคราะห์ข้อเขียนที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโหราศาสตร์การเมืองผ่านสื่อสิ่งพิมพ์”. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539).

⁵ ปรัชญา พุฒิชิต. “สังคมประกิต การเปิดรับข่าวสาร และความเชื่อทางไสยศาสตร์ของนิสิตนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร”. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541).

2.แนวคิดเรื่องโหราศาสตร์

โหราศาสตร์ หมายถึง ศาสตร์พยากรณ์ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตผู้คนในสังคมทั้งในอดีตปัจจุบันและอนาคต โดยอาศัยรูปแบบของการดูดวง ดูลายมือ ดูไฟ ดูลายเส้น ดูโหงวเฮ้ง ดูเลขศาสตร์ ทำนายชะตาชีวิตในด้านความรัก การงาน การเงิน การเดินทาง การเสี่ยงโชค การศึกษา เคราะห์สุขภาพ ที่อยู่อาศัย การดูฤกษ์ยาม การตั้งชื่อบุคคล ฯลฯ

3.แนวคิดเรื่องรูปแบบการนำเสนองานโฆษณา⁶

รูปแบบการนำเสนอเป็นแนวทางการนำเสนอแนวคิดโฆษณาหรือที่ดันแคน (Duncan, 2005 : 308) เรียกว่า การทำความดีที่ยิ่งใหญ่ในชีวิต (Bring a Big Idea Alive) คือ การสื่อสารแนวคิดโฆษณาผ่านเรื่องราวที่นำเสนอโดยรูปแบบที่เหมาะสมเพื่อให้สารโฆษณาน่าสนใจ และน่าจดจำ

รูปแบบการนำเสนอมีหลายรูปแบบ และสามารถพัฒนารูปแบบใหม่ๆ เพื่อสร้างความน่าสนใจได้เสมอ โฆษณาหนึ่งชิ้นอาจใช้วิธีนำเสนอหลายรูปแบบได้ (Combination) อย่างไรก็ตาม มีวิธีการนำเสนอที่มักถูกใช้บ่อยครั้งในงานโฆษณา ดังรวบรวมรูปแบบการนำเสนอที่มักพบเป็นประจำไว้ดังต่อไปนี้

3.1 การโฆษณาแบบตรงไปตรงมา (Straight Forward) หมายถึง การประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการผ่านการให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าหรือบริการนั้นๆ เช่น คุณลักษณะ คุณสมบัติ ราคา ฯลฯ เช่น คุณสมบัติของตู้เย็น Panasonic เป็นต้น

3.2 การโฆษณาโดยการสาธิต (Demonstration) หมายถึง การประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการผ่านการแสดงถึงขั้นตอนหรือวิธีการใช้งานสินค้าหรือบริการนั้นๆ เช่น ขั้นตอนการใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า Eucerin เป็นต้น

3.3 การโฆษณาโดยการเปรียบเทียบ (Comparison) หมายถึง การประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการโดยการแสดงให้เห็นว่าสินค้าและบริการนี้มีข้อดีหรือลักษณะโดดเด่นกว่าสินค้าหรือบริการอื่นๆ อย่างไร เช่น ความเร็วอินเทอร์เน็ตของ True Hi-Speed ที่มากกว่าค่ายอื่น เป็นต้น

3.4 การโฆษณาโดยการแสดงเสี้ยวหนึ่งของชีวิต (Slice of Life) หมายถึง การประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการโดยการแสดงให้เห็นว่าสินค้านั้นๆ เป็นสินค้าที่ช่วยสร้างประสิทธิภาพหรือความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค เช่น การดื่มเบรอนด์จะช่วยให้เรียนเก่งขึ้น เป็นต้น

3.5 การโฆษณาโดยการนำเสนอปัญหาและแนวทางแก้ไข (Problem Solution) หมายถึง การประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการโดยการบอกเล่าปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในชีวิตผู้อ่านและเสนอวิธีการแก้ปัญหาโดยการแนะนำให้ใช้สินค้าหรือบริการดังกล่าว เช่น ผู้หญิงผิวคล้ำ ผู้ชายจะไม่สนใจ หากใช้ครีม Citra ผิวจะขาวขึ้นและมีผู้ชายมาสนใจ เป็นต้น

⁶ กัลยากร วรกุลสถฐานีย์และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช, การโฆษณาเบื้องต้น, สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ, 2551.

3.6 การโฆษณาแบบแฟนตาซี(Fantasy) หมายถึง การประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการผ่านเรื่องราวของการ์ตูน เรื่องสั้นซึ่งค่อนข้างเป็นจินตนาการหรือเกินจริง เช่น โฆษณา FB แบตเตอรี่ที่ไซเทวดาใช้แบตเตอรี่ทำฟ้าผ่า เป็นต้น

3.7 การโฆษณาโดยใช้บุคคลรับรอง (Testimonial) หมายถึง การประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการโดยให้บุคคลที่มีชื่อเสียงหรือบุคคลทั่วไปที่เคยทดลองใช้สินค้าเป็นผู้รับรองประสิทธิภาพของสินค้าหรือบริการดังกล่าว เช่น เจียบ โสภิตตภา รับรองประสิทธิภาพของ SK-II เป็นต้น

3.8 การโฆษณาโดยใช้ผู้นำเสนอ (Presenter) หมายถึง การประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการโดยการใช้ผู้เชี่ยวชาญหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา นักร้อง นักแสดง ฯลฯ มาแนะนำสินค้าหรือบริการดังกล่าว โดยไม่มีการสาธิตวิธีการใช้หรือรับรองว่าเคยใช้สินค้านั้นๆ มาก่อน เช่น ณเดชน์เชิญชวนให้ใช้โน้ตบุ๊ก Samsung เป็นต้น

4.แนวคิดเรื่องมีเดียลิตเตอเรซี (Media Literacy)

Len Masterman⁷ กล่าวว่า สื่อเกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างและการนำเสนอความเป็นจริงมากกว่าการสะท้อนความเป็นจริงอย่างง่าย ๆ ดังนั้นการกล่าวว่าสื่อคือการสร้างและการผลิตส่งผลให้มีประเด็นที่เกี่ยวข้อง 4 ประเด็น คือ 1.แหล่งกำเนิดและข้อกำหนดเกี่ยวกับการสร้างสื่อ 2.เทคนิคและรหัสที่สื่อใช้เพื่อให้ผู้รับสื่อเชื่อว่าเป็นความจริง 3 ลักษณะความเป็นจริงที่สร้างโดยสื่อและคุณค่าที่แฝงอยู่ในสิ่งที่สื่อนำเสนอ 4.วิธีการที่สิ่งที่ถูกสื่อสร้างขึ้นถูกเปิดรับโดยผู้รับสื่อ

เทคนิคและรหัสที่สื่อใช้เพื่อให้ผู้รับสื่อเชื่อว่า สิ่งที่สื่อนำเสนอมาเป็นความจริง นักวิชาชีพสื่อมวลชนมักกล่าวเสมอว่า เขาสะท้อนโลกที่เขาเห็นต่อมวลชนและยังอ้างว่าสิ่งที่เขานำเสนอนั้นเชื่อถือได้ โดยใช้แบบแผนของการเสนอสิ่งมาและสิ่งที่เป็นจริงโดยสื่อ คำกล่าวดังกล่าวค่อนข้างเป็นแนวคิดจากมุมมองที่เห็นว่า ผู้ชม ผู้ฟังเป็นพวกที่ยินยอมและไม่วิพากษ์วิจารณ์ เทคนิควิธีการของสื่อที่ควรรู้ คือ

1. การเลือก (selection) เนื้อหาสื่อเป็นผลผลิตของการเลือกที่หลากหลายซึ่งดำเนินการอย่างเป็นธรรมชาติจนบางครั้งยากที่จะสังเกตได้
2. เทคนิคหรือศิลปะในการสื่อความหมายด้วยภาพ (the rhetoric of the image) สำหรับสื่อสิ่งที่มีผลกระทบในการสร้างความแท้จริงเฉพาะประเด็น หรือความคิดเห็นใดๆ คือ การยืนยันหรือการสร้างการเชื่อในความหมายที่ต้องการด้วยวิธีการ เช่น การสร้างชุดทางภาพซึ่งจะช่วยให้ขอบเขตความเป็นไปได้ในการตีความภาพของแต่ละบุคคลแคบลง มาสเตอร์แมนสรุปในเรื่องของการสื่อความหมายด้วยภาพว่า ระดับที่สำคัญที่สุด คือ การวิเคราะห์ภาพที่เกิดจากการติดต่อด้วยวิธีการขยาย เลือก อำพราง ตัดมาบางส่วน บิดเบือนและวางตำแหน่งภาพเพื่อให้เกิดการตีความหมายตามที่ต้องการ

⁷ อ้างถึงใน เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, "การวิเคราะห์ระดับมีเดียลิตเตอเรซีของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย," (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ภาควิชาโสตทัศนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540).

3. เนื้อหาของรูป/ภาพ ถ้อยคำ/ภาษา (image and text) การหาความหมายที่สมบูรณ์ซึ่งแฝงหรือแสดงนัยในภาพทัศน์ (visual image) แม้ว่าจะมีความพยายามดึงไปสู่ความหมายที่ต้องการด้วยการให้คำบรรยายหรือข้อสังเกตก็ตาม นอกจากตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาเชิงภาพ และเนื้อหาเชิงภาษาแล้ว ควรให้ความสนใจกับเสียงซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ถูกเลือกและนำมาใช้เหมือนกับภาพ เสียงมีการติดต่อ จัดการ และนำไปใช้เพื่อจัดลำดับใหม่ และบิดเบือนความจริงอย่างง่าย ๆ
4. ผลการใช้กล้อง (the effect of camera and crew) สื่อนำเสนอภาพเหตุการณ์ที่อยู่หน้ากล้อง กล้องก็เหมือนไมโครโฟนที่สามารถก่อให้เกิดผลได้มากมาย เช่น ทำให้ได้สิ่งที่ไม่เป็นจริง ไม่เป็นธรรมชาติ รวมทั้งมีการติดต่อเพื่อให้ได้ภาพตามที่ต้องการ
5. การสร้างและการจัดทำขึ้น (set - ups) หากต้องมีการผลิตรายการ/สื่อที่ต้องการภาพและเสียงที่มีคุณภาพ โดยมีความตั้งใจที่จะทำให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เข้าใจง่ายขึ้น มากกว่าการให้สิ่งที่ผิด หรือหลอกลวง ผู้ผลิตสื่อควรมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อผู้รับสื่อซึ่งไม่มีโอกาสรับรู้มายาและตำนานของแนวคิดเกี่ยวกับสื่อ
6. การติดต่อภาพและเสียง (film and sound editing) การติดต่อดูเป็นเรื่องของกระบวนการสร้างสรรค์เหตุการณ์ที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะการติดต่อ คือ
 - การสร้างความหมายใหม่
 - การสร้างความไม่จริงของมิติแห่งเวลา (ความต่อเนื่องของเหตุการณ์ในสื่อ มักเป็นการปรุงแต่งหรือสร้างขึ้นเพื่อย่นย่อเวลา
 - การติดต่อไม่สามารถหลีกเลี่ยงกระบวนการของการคัดเลือก การละเลย และการย่นย่อของวัตถุรายการต่างๆ
 - การติดต่อมักดำเนินการตามคำบรรยาย แก่น หรือ แนวเรื่อง หรือตรรกของสุนทรียศาสตร์ซึ่งเป็นการสร้างสรรค์ของผู้สร้างมากกว่าคุณลักษณะที่แท้จริงของเหตุการณ์ดั้งเดิม
7. การกำหนดกรอบการตีความ (interpretative framework) ผู้รับสื่อมักถูกทำให้ตีความตามที่ถูกผลิตสื่อต้องการด้วยวิธีการต่างๆ ซึ่งหนึ่งในวิธีการที่ได้ผล คือ การตั้งข้อสังเกต บรรยาย วิจารณ์ หรืออธิบายภาพ หรือไม่ก็ใช้วิธีที่ทำให้สาธารณชนได้ล่วงรู้เกี่ยวกับสื่อ/รายการ วิธีการที่สำคัญวิธีการหนึ่ง คือ การนำเสนอเรื่องราวอย่างมีความหมายโดยผู้นำเสนอรายการ หรือคนที่ได้รับอนุญาตให้พูดกับกล้อง
8. การใส่รหัสภาพหรือสิ่งที่รับรู้ด้วยสายตา (visual coding) การใส่รหัสภาพ คือ เรื่องเกี่ยวกับการพิจารณาว่าสื่อสร้างความหมายอย่างไร ในรายการที่เสนอความจริงมักใช้กล้องระดับสายตา คนสำคัญจะใช้กล้องระยะใกล้มาก คนธรรมดาจะไม่ใช้กล้องระยะใกล้เว้นเสียแต่บุคคลนั้นจะอยู่ในภาวะตื่นเต้นทางอารมณ์ เคร้า หรือสุขใจ นอกจากนี้ รหัสยังแสดงได้โดยลักษณะทางภูมิศาสตร์ในสถานที่ถ่ายทำซึ่งสามารถบอกได้ว่าใครสำคัญกว่าใคร
9. การบรรยายหรือการเล่าเรื่อง (narrative) สิ่งที่สำคัญที่สุดในการศึกษาเรื่องการเล่าเรื่อง คือ การสังเกตว่าในการนำเสนอ นั้นตอบคำถามต่อไปนี้ได้อย่างไร ใครเป็นคนเล่าเรื่อง ใช้เทคนิคอะไรในการเล่า มีคุณค่าอะไรแฝงในเรื่องหรือการเล่า เรื่องที่เล่านี้ต้องการไปถึงใคร

ลักษณะของความเป็นจริงที่สร้างขึ้นโดยสื่อและคุณค่าที่แฝงอยู่ในสิ่งที่สื่อนำเสนอ จากการวิเคราะห์ความหมายตรงที่อยู่ในเนื้อความเป็นสิ่งจำเป็นเพราะเป็นการรู้ธรรมชาติของเนื้อความสื่อ ส่วนความหมายโดยนัยหรือความหมายแฝงจะช่วยให้เข้าใจถึงชุดของค่านิยมและความเชื่อที่อยู่ภายใต้เนื้อความนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นวัสดุในรายการ การให้แสง ระดับเสียงของผู้ถาม/พิธีกร การเลือกมุมกล้อง ฯลฯ

สำหรับเรื่องความคิดและวาทะกรรมเกี่ยวข้องกับการใช้ภาษาซึ่งมีความสำคัญต่อความคิด ความรู้สึกของบุคคล ความเป็นจริงไม่ได้สะท้อนให้เห็นโดยภาษา แต่ความเป็นจริงถูกสร้างขึ้นโดยภาษา วาทะกรรมจึงให้ความสำคัญกับการใช้ภาษาที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อสนองต่อความสนใจเฉพาะ

5. แนวคิดเรื่องพุทธพาณิชย์

พุทธพาณิชย์ คือ กิจกรรมอันมีรากฐานจากความคิดเชิงธุรกิจทางการค้า แต่แฝงเข้ามากระทำตามคำสอนของพระพุทธเจ้าแค่เพียงเปลือกนอก ที่เห็นได้ชัด คือ การขายหรือให้เช่าสิ่งมงคลที่สร้างโดยบุคคลหรือเกจิอาจารย์ที่หวังผลตรงตัวเงินที่จะเกิดจากการเช่าของซื้อวัตถุมงคลนั้นๆ โดยมีจุดแข่งขันอยู่ที่ครูบาอาจารย์ผู้ปลุกเสก รูปแบบการนำเสนอ เนื้อหา และคุณวิเศษของวัตถุมงคลนั้นๆ

ไม่เพียงแต่วัตถุมงคลเครื่องรางของขลังเท่านั้นที่กำลังกลายเป็นสินค้าทางพุทธพาณิชย์ กิจกรรมไหว้พระ 9 วัดก็กลายเป็นอีกหนึ่งบริการเชิงพุทธพาณิชย์ผ่านการจัดทัวร์ทั้งของบริษัทเอกชนและจากหมอคู่โดยเชื่อว่าเป็นหนทางหนึ่งในการสะเดาะเคราะห์และเสริมสร้างสิริมงคลให้แก่ชีวิต

6. แนวคิดเรื่องอิทธิพลของ “สื่อ” กับการ “ประกอบสร้างความจริงทางสังคม”

แนวคิดที่อธิบายเรื่องอิทธิพลของ “สื่อ” กับการสร้างความเป็นจริงทางสังคม (Social construction of reality) เริ่มต้นมาจากความคิดที่ว่า โลกที่แวดล้อมตัวเราอยู่นั้น คือ โลกทางกายภาพที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (Physical World) เช่น คน สัตว์ ต้นไม้ สิ่งของ และโลกทางสังคม (Social World) หรือโลกแห่งสัญลักษณ์ (Symbolic World) ซึ่งหมายถึงโลกที่เกิดจากการทำงานของสถาบันต่างๆ ในสังคม เช่น ครอบครัว โรงเรียน ศาสนา การเมือง และสื่อ โลกทางสังคมที่สื่อผลิตขึ้นมานี้รู้จักกันดีในอีกชื่อว่า “ความเป็นจริงทางสังคม”

นักทฤษฎีด้านการสื่อสารกลับเชื่อว่า “ความเป็นจริง” ทุกอย่างที่เราได้รับรู้นั้น เกิดจากการประกอบสร้างขึ้นมาจากทั้งหมด หรืออีกนัยหนึ่ง การที่เรานิยามได้ว่า “อะไรเป็นอะไร” ก็เพราะว่าเรามี “สื่อ” ทำหน้าที่เป็นตัวกลางประกอบสร้างความหมายขึ้นมาในโลกทัศน์ของเรา

อย่างไรก็ตาม “ความเป็นจริง” ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมานั้นต่างก็มีเงื่อนไขและบริบททางสังคมเป็นตัวกำหนด เช่น สังคมทุนนิยมจะมองว่าเงิน คือ พระเจ้า แต่ในสังคมชนเผ่า เงินอาจมีค่าแค่เพียงเศษกระดาดเท่านั้น นอกจากนี้คนที่มิโลกสัญลักษณ์หรือความเป็นจริงทางสังคมต่างกันก็จะมีระบบการรับรู้ที่แตกต่างกันด้วยเช่นกัน เช่น คนไทยสมัยก่อนรับรู้ว่ามีน้ำลาคคลองและผืนป่าต่างๆ มีคุณค่าในชีวิต กระบวนการรับรู้ดังกล่าวเกิดขึ้นเนื่องมาจาก “ความเป็นจริงทางสังคม” ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นผ่านความเชื่อหรือสื่อเชิงวัฒนธรรมต่างๆ เช่น

การบูชาผีน้ำผีป่า ความเชื่อเรื่องเจ้าที่เจ้าทาง ความเชื่อเรื่องพระแม่คงคา ในขณะที่คนสมัยปัจจุบันมองว่าป่าและน้ำ คือ แหล่งทรัพยากรสำคัญที่จะนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิต

“ความเป็นจริงทางสังคม” ซึ่งประกอบสร้างผ่านสื่อไม่เพียงแต่จะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้คนเท่านั้น หากแต่ยังมีผลต่อการกระทำและชี้ทำให้เกิดการประพฤติปฏิบัติตามความคาดหวังของสังคม เช่น เมื่อสื่อต่างๆ ช่วยกันประกอบสร้างความเป็นจริงเกี่ยวกับผู้หญิงสวยว่าต้องขาว ผอม อาจส่งผลให้ผู้หญิงจำนวนมากเร่งลดความอ้วนและเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ไวท์เทนนิ่งเพื่อให้ผิวขาวขึ้น จะเห็นได้ว่าแม้ความเป็นจริงทางสังคมจะถูกประกอบสร้างขึ้นในโลกสัญลักษณ์ แต่มันก็มีอำนาจที่อิทธิพลที่จะเข้ามากำหนดโลกความเป็นจริงในท้ายที่สุด

7. แนวคิดเรื่องการสื่อสารเชิงพาณิชย์⁸

การสื่อสารเชิงพาณิชย์ เป็นกระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นเมื่อกิจการหรือธุรกิจมีเป้าหมายมุ่งที่จะสร้างพฤติกรรมของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยใช้การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจหลายรูปแบบกับผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย สิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการ คือ การสร้างหรือการเปลี่ยนแปลง ความคิดเห็นทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อของผู้รับสารโดยมีเป้าหมายให้เกิดพฤติกรรมการซื้อหรือการใช้บริการดังกล่าวจะนำไปสู่ผลกำไรแก่ผู้ส่งสาร

การสื่อสารเชิงพาณิชย์เป็นกิจกรรมและกระบวนการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ ประกอบด้วยแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร สาร สื่อ ผู้รับสาร ปฏิกริยาป้อนกลับและบริบทของการสื่อสาร ผลของการสื่อสารเชิงพาณิชย์ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบพื้นฐานในการโน้มน้าวใจ ดังนี้

7.1 **ผู้ส่งสาร** กล่าวคือ หากผู้ส่งสารมีความน่าเชื่อถือในด้านความรู้ ความสามารถ หรือได้รับความไว้วางใจจากผู้รับสาร เช่น การใช้ช่างผมมืออาชีพเป็นพรีเซนเตอร์แนะนำแชมพูสระผมเนื่องจากเป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญเรื่องเส้นผมและสามารถให้คำแนะนำได้ว่าเส้นผมชนิดใดเหมาะกับแชมพูสูตรไหน หรือโฆษณาของธนาคารที่มีชื่อเสียงมายาวนานจะมีความน่าเชื่อถือมากกว่า

7.2 **สาร** กล่าวคือ ความสัมพันธ์ระหว่างสารกับตัวผู้รับสารจะเกี่ยวข้องกับการรับรู้โดยพิจารณาจากเนื้อหาของสารของสารการสื่อสารเชิงพาณิชย์ ภาษา ลีลาท่าทางทำนองของสารแต่ละประเภท

7.3 **สื่อ** กล่าวคือ ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับผู้รับสารพิจารณาจากภาพลักษณ์ของสื่อ ความน่าเชื่อถือของสื่อแต่ละประเภทที่แตกต่างกัน เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต และบุคคล

7.4 **ผู้รับสาร** กล่าวคือ พิจารณาจากองค์ประกอบของผู้รับสาร เช่น เพศ อายุ เชื้อชาติ การศึกษา ประสบการณ์ที่ผู้รับสารมีเกี่ยวกับสารนั้นๆ

7.5 **บริบท** กล่าวคือ การพิจารณาการนำเสนอจากสถานการณ์ในขณะนั้น เช่น การสื่อสารเชิงพาณิชย์ช่วงเทศกาลกินเจ สารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สำหรับบริโภคที่ผลิตจากพืชจะได้รับความสนใจจากผู้รับสารเป็นพิเศษมากกว่าสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันที่ผลิตจากเนื้อสัตว์

⁸ คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชาทฤษฎีและพฤติกรรมสื่อสาร, เอกสารการสอนชุดวิชาทฤษฎีและพฤติกรรมสื่อสาร, สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. นนทบุรี, 2549.

8. แนวคิดเรื่องการใช้ภาษาเพื่อการโน้มน้าวใจ

การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจ และรู้สึกตามที่ผู้ส่งสารต้องการ รวมถึงการทำให้ผู้รับสารเกิดความประทับใจ เห็นคล้อยตาม และมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องราวที่นำเสนอด้วยกลวิธีต่างๆ ดังนี้

1. การโน้มน้าวใจด้วยการสร้างสาร

1.1 การบอกให้ทราบว่าจะชักชวนให้ทำอะไร คือ การบอกให้ทราบถึงสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารปฏิบัติตาม ซึ่งการปฏิบัตินี้อาจเป็นสิ่งที่ผู้รับสารไม่เคยปฏิบัติมาก่อน การเปลี่ยนแปลงแนวทางการปฏิบัติ หรือการยึดมั่นกับแนวทางปฏิบัติแบบเดิม

1.2 การอธิบายให้เข้าใจว่าสิ่งที่ชักชวนคืออะไรและเป็นอย่างไร คือ การที่ผู้ส่งสารกำหนดกิจกรรมหรือรูปแบบการกระทำเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ เช่น หากต้องการประชาสัมพันธ์ให้คนไทยหันมาใช้สินค้าไทย ก็ต้องกำหนดกิจกรรมเพื่อชักชวนให้คนไทยหันมาสนใจสินค้าไทย เช่น การจัดงานแสดงสินค้า และการจัดเสวนาวิชาการ

1.3 การชี้ให้เห็นว่าถ้าทำตามสิ่งที่ชักชวนแล้วจะก่อให้เกิดผลดีต่อตนเองและต่อสังคมอย่างไร คือ การชี้ให้เห็นผลที่จะเกิดขึ้นตามมาจากการกระทำ หรือการร่วมกิจกรรมในการรณรงค์นั้นๆ ซึ่งนอกจากตอบสนองความพึงพอใจส่วนตัวแล้วยังเป็นการสร้างการยอมรับในสังคมให้เกิดขึ้นอีกด้วย

1.4 การชี้ให้เห็นผลเสียที่จะเกิดขึ้นถ้าไม่ทำตามสิ่งที่ชักชวน คือ เนื่องจากบุคคลบางคนอาจปฏิเสธผลประโยชน์จากกิจกรรมที่นำเสนอ ดังนั้นในบางครั้งจึงจำเป็นต้องอาศัยเนื้อหาที่บ่งบอกถึงผลเสียหากไม่ปฏิบัติตามแนวทางนั้นๆ เพราะมนุษย์กลัวการสูญเสียและกลัวภัยอันตรายที่จะเกิดขึ้นกับตนเอง เช่น โฆษณาสินค้าอุปกรณ์ป้องกันไฟฟ้าลัดวงจรมักจะนำเสนอถึงผลเสียจากการไม่ใช้อุปกรณ์แทนการบอกประโยชน์ของสินค้านั้น

1.5 การให้รายละเอียดที่มากพอที่จะทำให้ผู้รับสารเชื่อถือและปฏิบัติตามได้ คือ การให้รายละเอียดต่างๆ ตามความจำเป็นเพื่อสร้างความมั่นใจ เช่น คุณลักษณะของสินค้า บริการ หรือกิจกรรมของโครงการต่างๆ รวมถึงการนำเสนอหลักฐานยืนยัน การเปรียบเทียบ และสถิติตัวเลข

1.6 การเปิดโอกาสให้ผู้รับสารชักชวนคิดตกลงด้วยตนเองว่าควรจะทำตามหรือไม่ คือ การให้ข้อมูลหลายด้านเพื่อประกอบการตัดสินใจ โดยเปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีทางเลือก และสามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเอง ต่างจากการโฆษณาชวนเชื่อที่เป็นการให้ข้อมูลเพียงด้านเดียวและมุ่งโจมตีฝ่ายตรงข้ามอย่างเปิดเผย โดยมีนัยของการขู่บังคับซ่อนเร้นอยู่หากผู้รับสารไม่ปฏิบัติตาม

2. การโน้มน้าวใจด้วยการสร้างจุดสนใจในสาร

2.1 การจุดใจโดยใช้ความกลัว คือ การสื่อสารเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความกลัวหากไม่ปฏิบัติตามเจตนาของผู้ส่งสาร โดยการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจให้เกิดความกลัวในระดับต่ำมีแนวโน้มประสบความสำเร็จมากกว่าความกลัวในระดับสูง เพราะความกลัวที่มากเกินไปจะทำให้ผู้รับสารเกิดความกระวนกระวายจนละเลยความสนใจของสาร

2.2 การจูงใจโดยใช้อารมณ์ คือ การใช้ภาษาที่เจืออารมณ์เพื่อบรรยายสถานการณ์หนึ่ง การเชื่อมโยงความคิดใหม่กับความคิดเก่า การเชื่อมโยงความคิดที่นำเสนอกับภาพประกอบต่างๆที่เร้าอารมณ์ผู้ชม และการใช้อวัจนภาษาจากผู้ส่งสาร เช่น การเลือกใช้น้ำเสียง ท่าทางขณะเล่าเรื่อง

2.3 การจูงใจโดยใช้ความโกรธ คือ การสร้างความโกรธหรือความคับข้องใจแก่ผู้รับสาร จากนั้นจึงเขียนหรือพูดเพื่อลดความเครียดแก่ผู้รับสารและวิธีแก้ไข

2.4 การจูงใจโดยใช้อารมณ์ขัน คือ การโน้มน้าวใจโดยการลดความเครียดเพื่อความตลกขบขัน

2.5 การจูงใจโดยใช้รางวัล คือ การให้สิ่งตอบแทนหากร่วมมือกิจกรรมหรือปฏิบัติตามสิ่งที่ผู้ส่งสารนำเสนอ โดยสิ่งตอบแทนนั้นอาจเป็นได้ทั้งสิ่งที่เป็นวัตถุสิ่งของหรือกิจกรรม โครงการต่างๆ

9.กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ และหลักจริยธรรมที่เกี่ยวข้อง

9.1 พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551

หมวด 2 รายการของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

มาตรา 37 ห้ามมิให้ออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสาระที่ก่อให้เกิดการล้มล้างการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข หรือที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือมีการกระทำซึ่งเข้าลักษณะลามกอนาจาร หรือมีผลกระทบต่อทำให้เกิดความเสื่อมทรามทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชนอย่างร้ายแรง

9.2 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 (ส่วนที่ 2 การคุ้มครองผู้บริโภคในการโฆษณา)

มาตรา 22 การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อ ผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนควบ ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการตอบจดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้ สินค้าหรือบริการ ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือเป็น ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมส่วนรวม

(1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

(2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการไม่ว่าจะกระทำโดยใช้ หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการสถิติหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริง หรือไม่

(3) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิด กฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

มาตรา 23 การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตราย ต่อสุขภาพ ร่างกายหรือจิตใจ หรืออันอาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

9.3 มติมหาเถรสมาคม เรื่องการโฆษณาพระพุทธรูป/พระเครื่องและวัตถุมงคลในสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อวิทยุโทรทัศน์ สำนักเลขาธิการมหาเถรสมาคม

การประชุมมหาเถรสมาคมเรื่อง "การโฆษณาในสื่อหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ และในสื่อวิทยุโทรทัศน์" ครั้งที่ 1/2547 ที่ประชุมได้ปรารภถึงการโฆษณาและการเรียไรที่อวดอ้างสรรพคุณเกินสภาพที่นา จะเป็นการชวนเชื่อ และใช้สื่อเพื่อแสวงหาประโยชน์ส่วนตนมากกว่าจะเป็นประโยชน์ส่วนรวม ดังนี้

1. การโฆษณาสรรพคุณพระพุทธรูปและวัตถุมงคล โดยอ้างแหล่งที่มาของวัสดุที่นำมาสร้างพระพุทธรูปและวัตถุมงคล จำนวนพระพุทธรูปและวัตถุมงคล ที่นำมาจำหน่ายหรือแลกเปลี่ยนหรือมอบเป็นของที่ระลึก โดยไม่รู้จกหมด ตลอดจนอ้างอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ต่าง ๆ อาจเข้าข่ายการโฆษณาชวนเชื่อ ซึ่งหมิ่นเหม่ต่อการอวดอุตริมนุสสรธรรม และเข้าลักษณะเบี่ยงเบนหลักพระสัทธิธรรม คือ ปรีชา ประพฤติ และปฏิเวธ ได้

2. การใช้สื่อต่าง ๆ ในการเรียไร โดยไม่คำนึงถึงหลักธรรมคำสั่งสอนที่แท้จริงของพระพุทธศาสนา มุ่งแต่ประโยชน์ส่วนตนหรือกลุ่มบุคคลมาก

9.4 จรรยาบรรณโหร⁹

"จรรยาบรรณโหร(หมอดู)" หรือ "มารยาทของโหร(หมอดู)" เป็นสิ่งที่นักพยากรณ์หรือโหรศึกษาและยึดถือเป็นข้อปฏิบัติเพื่อให้เป็นแนวทางในการประกอบอาชีพ ดังนี้

- 1.พึงรักษาความลับของผู้มาดูเสมอด้วยความลับของตน
- 2.แม้จะเป็นเรื่องจริง ก็ไม่ควรใช้คำทำนายอันเป็นเหตุให้กระทบกระเทือนขวัญของผู้มาดูอย่างร้ายแรง
- 3.อย่าใช้ภาษาคำทำนายเป็นเชิงบริภาษผู้ดู หรือใช้คำหยาบคาย ทำให้ผู้ดูมีความละอายในท่ามกลางชุมชน
- 4.เมื่อดูร้ายก็พึงชี้ช่องทางที่จะแก้ไขด้วยเสมอ และไม่ควรรับหน้าที่สะเดาะเคราะห์ โดยเห็นแก่ลาภสักการะ เว้นแต่เจ้าตัวขอรับรองก็แนะนำไป
- 5.อย่าพูดจาข่มขู่หรือข่มขู่ดูถูก สบประมาทโหรที่มีความรู้อ่อนกว่าหรือผู้ที่แก่กว่า
- 6.การดูหมิ่นเหยียดหยามครูบาอาจารย์ของคนอื่น เท่ากับตนเองบริภาษอาจารย์ตนเอง
- 7.ถ้ามีโอกาสควรจะช่วยยกย่องคุณงามความดีของโหรผู้อื่นเสมอ เพื่อแสดงว่าเป็นคนน้ำใจกว้างขวาง
- 8.พึงประพฤติตนให้สมเป็นที่เคารพนับถือของประชาชน มีนิสัยสุจริตยุติธรรม มีความประพฤติเรียบร้อยเสมอต้นเสมอปลาย
- 9.แขกผู้มาดูนั้นให้ถือว่าเป็นแขกพิเศษ พึงจักต้อนรับด้วยอาการกระปรีะเปร่า โอบาปราศรัยด้วยความไมตรีเสมอ ไม่ว่าจะอยู่ในอารมณ์ใด
- 10.พึงรักษาร่างกายและแต่งกายให้สะอาดเรียบร้อย ไม่เป็นที่รังเกียจแห่งสังคม และระวังกริยาวาจาให้ดี
- 11.ไม่พึงแย่งอาชีพซึ่งกันและกัน ถือว่าเสียมารยาทอย่างแรง
- 12.ไม่ควรไปดูในสถานที่ต่ำช้า อันเป็นทางให้ผู้อื่นเหยียดหยามเกียรติของหมู่โหร
- 13.พึงรักษาความเที่ยงธรรมในการดู ปราศจากอคติลำเอียงใดๆ อย่าเชื่อข่าว อย่ามีอุปาทาน จงใช้หลัก

⁹อาจารย์โรจน์ วงศ์สาร, "จรรยาบรรณโหร (หมอดู)", <http://www.meemodo.com> (วันที่ 17 พฤศจิกายน 2554)

วิชาทำนายเท่านั้น

14. พึงใช้ความพิจารณาให้ละเอียดถี่ถ้วน ไม่หยาบสะเพร่า
15. ต้องใช้เสรีภาพในการทำนายเต็มที่ ดีก็บอกว่าดี ร้ายก็บอกว่าร้าย ไม่ยกย่อง โดยใช้คำพูดให้เหมาะสมอย่าให้บาดหูและกระทบกระเทือนใจ
16. ถ้าเห็นตนว่า ตนยังไม่พร้อมที่จะทำนาย เพราะอารมณ์ยังไม่ดีหรือยังไม่มีความรู้พอ หรือวิจารณ์ยังไม่ละเอียด ก็อย่าทำนาย
17. อย่าแสดงตนเป็นคนเห็นแก่ลาภเงินไป คนที่มาขอให้ดู แม้จะไม่มีค่าคำนับครู ก็พึงทำนายโดยเต็มใจ
18. ไม่ควรจะไปทำนายการบ้านการเมืองให้เป็นการยุ่งยาก เพราะถูกผิดก็ไม่รู้จะได้ผลอะไรแก่ตน
19. ไม่ควรสนับสนุนผู้ที่มาขอให้กระทำการที่ผิดกฎหมายและศีลธรรม อาทิ หนุนให้ฉ้อราษฎร์บังหลวง ลักขโมย ปล้นสะดม
20. ในเวลาผู้มาดูที่ทุกขร้อนสาหัส คำทำนายใดที่จะเป็นเครื่องช่วยปลดปล่อยให้คลายทุกข์ ให้มีกำลังใจก็ควรใช้คำทำนายนั้นแม้จะเพี้ยนจากคำตรงไปบ้างนิดหน่อยก็ยอมให้
21. ผู้ที่มีเคราะห์ดีกลับทายเป็นร้ายโดยจงใจ หรือเคราะห์น้อยก็บอกเป็นมาก เพื่อหวังสินจ้างรางวัลอย่างอื่นใด ไม่ควรประพฤติเป็นอันขาดจะฉิบหายแก่ตนและครอบครัวตนตลอดชาติ
22. พึงถ่อมตนว่า เป็นผู้รู้น้อยเสมอ
23. ใครมีความรู้แจ้งเห็นจริงเฉพาะอย่าง ไม่ใช่ตรัสรู้ทุกอย่าง ฉะนั้นสิ่งใดตนรู้ก็บอกว่ารู้ ที่ไม่รู้ก็บอกว่าไม่รู้
24. ไม่ควรดั่งต้นทิวี่มานะ เอาแต่ความเห็นของตนเป็นใหญ่
25. ควรรักหมู่มากคนละ มีสามัคคีธรรมต่อกันสม่ำเสมอ
26. หลีกเลียงการทายที่เป็นเหตุให้สามภรรยาทะเลาะ ชัดแย้งหรือเล็กกัน
27. ทำนายเรื่องดวงชะตาที่บ่งบอกถึงคุณและโทษของบุตรผู้มาขอรับคำทำนาย

หน่วยการศึกษาและขอบเขตการศึกษา

ศึกษารายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับความเชื่อไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียม โดยเลือกศึกษาจากเทปบันทึกระหว่างวันที่ 7-13 ตุลาคม 2554 เป็นระยะเวลา 24 ชม.รวมทั้งสิ้น 4 ช่องสถานี (จากทั้งหมด 21 ช่องสถานีที่มีรายการไสยศาสตร์ โหราศาสตร์) จำแนกสถานีตามความโดดเด่นของเนื้อหารายการได้ 2 กลุ่ม คือ

1. ช่องที่ไม่เน้นการขาย คัดเลือก 2 ช่อง

- MIT14 เนื่องจากเป็นช่องที่เน้นการนำเสนอความเชื่อทางไสยศาสตร์และโหราศาสตร์ที่ไม่เคยปรากฏในฟรีทีวี เน้นความเชื่อผิดวิญญาน และการดูดวงหลากหลายวิธี เช่น ไพ่ เข็มชี้สถานที่อยู่อาศัย และการใช้พลังจิต
- Miracle Channel เนื่องจากเป็นช่องของบริษัทกันตนา รายการความเชื่อไสยศาสตร์จำนวนไม่น้อยเป็นรายการที่เคยนำเสนอในช่องฟรีทีวี พบรายการดูดวงจากนักพยากรณ์ชื่อดัง คือ หมอหยอง และมีรายการทำนายดวงชะตาที่เชื่อมโยงถึงการสะเดาะเคราะห์แก้กรรม

2. ช่องที่เน้นการขาย คัดเลือก 2 ช่อง

- SMM TV เนื่องจากเป็นช่องในเครือบริษัทสยามสปอร์ตซินดิเคท พบการนำเสนอโฆษณาเช่าบูชาวัตถุมงคล (บริษัทสยามมงคล) และบริการทำนายดวงตลอดช่วงรายการ (ทั้งรายการไสยศาสตร์และรายการอื่นๆ เช่น รายการกีฬา) ทั้งนี้พบว่าโฆษณาทำนายดวงชะตาเป็นไปเพื่อการทำนายผลการแข่งขันฟุตบอล รายการไสยศาสตร์ความเชื่อมีการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพร่างกาย และโฆษณานิยายสารที่ส่งเสริมการพนันห่วย
- ช่อง Dara Channel เนื่องจากเป็นช่องในเครือบริษัทโอมมหารวยจำกัด วัตถุประสงค์หลักของช่องสถานีคือการประชาสัมพันธ์เช่าบูชาวัตถุมงคลซึ่งมีจุดขายสำคัญ คือ อาจารย์หนู กันภัย (ปรมาจารย์ด้านการสีกยันต์ชื่อดัง) ทั้งรายการและโฆษณาสันับสนุนการขายสินค้าซึ่งกันและกัน

วิธีการศึกษา

การศึกษารอบ “รายการไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียม” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการศึกษากาพรรวมรายการในทีวีดาวเทียม และการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเครื่องมือการศึกษา คือ แบบบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) จากนั้นจึงแปลผลข้อมูลเป็นเชิงสถิติ และการบรรยายสรุปข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนาเชิงวิเคราะห์

นิยามหน่วยการวัด

รายการที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับไสยศาสตร์ หมายถึง รายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศในทีวีดาวเทียมที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เหตุการณ์เหนือธรรมชาติ เวทมนตร์ คาถา การปลุกเสก พิธีกรรม และเรื่องลึกลับต่างๆ

รายการที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับโหราศาสตร์ หมายถึง รายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศในทีวีดาวเทียมที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการทำนายดวงชะตาบุคคล ดวงชะตาบ้านเมืองด้วยวิธีการต่างๆ

ข้อมูลทั่วไปของรายการ ได้แก่ ชื่อรายการ ชื่อช่อง วัน เวลาการออกอากาศ ผู้ดำเนินรายการ และบริษัทผู้ผลิต

ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหารายการ ได้แก่

1. กลุ่มเนื้อหารายการ (Content)

- 1.1 เครื่องรางของขลัง วัตถุมงคล (C1) หมายถึง เรื่องราวเกี่ยวกับวัตถุที่จับต้องได้ซึ่งผ่านการปลุกเสกหรือมีอำนาจอิทธิฤทธิ์ตามธรรมชาติ บุคคลสามารถมีไว้ครอบครอง บูชาเพื่อคุณประโยชน์บางอย่าง
- 1.2 ทำนายดวงชะตา (C2) หมายถึง เรื่องราวเกี่ยวกับการทำนายทายทักหรือการคาดเดาเหตุการณ์หรือความเป็นไปของชีวิตบุคคล หรือบ้านเมือง

- 1.3 ปรากฏการณ์เหนือธรรมชาติ (C3) หมายถึง เรื่องราวเกี่ยวกับ เหตุการณ์ หรือพฤติกรรมของบุคคล หรือสัตว์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติซึ่งแตกต่างหรือปกติไปจากสภาวะปกติของสิ่งนั้นๆ
- 1.4 ผี วิญญาณ ปีศาจ (C4) หมายถึง เรื่องราวเกี่ยวกับความตาย หรือสภาวะหลังความตายของบุคคล ซึ่งลึกลับ การกลับชาติมาเกิด นรก-สวรรค์
- 1.5 พิธีกรรม/ศาสนพิธี (C5) หมายถึง วิธีการ หลักปฏิบัติ กิจกรรมต่างๆตามวัฒนธรรมหรือตามความเชื่อของกลุ่มคนเพื่อให้ผู้เข้าร่วมพิธีได้รับผลบางอย่าง

2. กลวิธีการนำเสนอเพื่อการจูงใจ (Persuasion techniques)

2.1 เนื้อหาจูงใจ (P1) หมายถึง การจูงใจผู้ชมให้เกิดความเชื่อ ปฏิบัติตาม หรือบริโภคสินค้า/บริการทางความเชื่อนั้นๆ ด้วยเนื้อหาสาระที่น่าเสนอในรายการ ซึ่งแบ่งกลวิธีได้ดังนี้

(1) การสร้างความกลัว (P1.1) หมายถึง เนื้อหารายการที่ทำให้ให้ผู้ชมเกิดความเกรงกลัวต่อความเชื่อ หรือเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในชีวิตของผู้ชม เช่น กลัวว่าชีวิตจะตกต่ำหากไม่ปฏิบัติตามความเชื่อ หรือการละเว้นการปฏิบัติบางอย่างเพราะเกรงกลัวอำนาจความเชื่อ

(2) การสร้างความเชื่อมั่น (P1.2) หมายถึง เนื้อหารายการที่ทำให้ผู้ชมเกิดความมั่นใจที่ยึดถือปฏิบัติ หรือบริโภคสินค้า/บริการความเชื่อนั้นๆ ซึ่งแบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ

(1.1) ความเชื่อมั่นในตัวสินค้า (P1.2.1) หมายถึง เนื้อหารายการที่ทำให้ผู้ชมเกิดความเชื่อถือในความเชื่อ หรือสินค้า/บริการทางความเชื่อนั้นๆ เช่น การจูงใจให้เช่านูชาวัดมุงคลโดยอ้างถึงความเก่าแก่ ความเป็นของแท้ สร้างจากมวลสารหายาก ฯลฯ

(1.2) ความเชื่อมั่นในชีวิต (P1.2.2) หมายถึง เนื้อหารายการที่ทำให้ผู้ชมเกิดความมั่นใจในการใช้ชีวิต หรือรู้สึกว่าจะเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นเมื่อยึดถือหรือปฏิบัติตามความเชื่อ เช่น การจูงใจให้เช่านูชาวัดมุงคลโดยอ้างถึงความปลอดภัย มีอำนาจ วาสนา โชค ลาภในชีวิตผู้บูชา ฯลฯ

(3) การสร้างประโยชน์ตอบแทน (P1.3) หมายถึง เนื้อหารายการที่จูงใจให้ผู้ชมเกิดความเชื่อ ต้องการปฏิบัติตามความเชื่อ หรือบริโภค/สินค้าบริการทางความเชื่อโดยการอ้างถึงผลประโยชน์อื่นๆที่บุคคลจะได้รับเมื่อยึดถือ ปฏิบัติตาม หรือบริโภคสินค้า/บริการความเชื่อนั้น เช่น การได้รับส่วนลด ของแถม โปรโมชั่นต่างๆ รวมถึงการสร้างประโยชน์ด้านคุณค่าให้ตัวบุคคลยึดถือความเชื่อนั้น เช่น การซื้อวัตถุมงคลให้แม่แสดงถึงความเป็นลูกกตัญญู (ผู้บูชาไม่ได้เชื่อเพราะอำนาจของวัตถุมงคล แต่เพราะอยากที่จะเป็นคนกตัญญู)

(4) การสร้างแนวทางแก้ไขปัญหาในชีวิต (P1.4) หมายถึง เนื้อหารายการที่จูงใจให้ผู้ชมเกิดความเชื่อ ปฏิบัติตามความเชื่อ หรือบริโภคสินค้า/บริการทางความเชื่อเพราะเชื่อว่าจะช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวในชีวิตจากร้ายกลายเป็นดีได้ เช่น การปฏิบัติตนเช่นนี้จะช่วยลดเคราะห์กรรม หรือช่วยรักษาโรคที่เป็นอยู่ได้ ฯลฯ

2.2 รูปแบบจูงใจ (P2) การจูงใจผู้ชมให้เกิดความเชื่อ ปฏิบัติตาม หรือบริโภคสินค้า/บริการทางความเชื่อนั้นๆ ด้วยรูปแบบและเทคนิคการนำเสนอ ซึ่งแบ่งได้ดังนี้

- (1) การเล่าเรื่อง (P2.1) หมายถึง การบอกเล่าเรื่องราวความเชื่อโดยผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ ผู้ชมทางบ้าน ผู้นำเสนอสินค้า ผ่านรูปแบบรายการ เช่น สนทนา สัมภาษณ์ การพูด การเล่า ประสบการณ์ การเล่าเรื่องสยองขวัญ การเทศน์
- (2) การแสดงหลักฐานอ้างอิง (P2.2) หมายถึง การใช้พยานบุคคล เหตุการณ์ เอกสาร ตัวเลขเชิงสถิติต่างๆ เพื่อยืนยันความเป็นไปได้ของความเชื่อทางไสยศาสตร์ หรือโหราศาสตร์
- (3) การจำลองเหตุการณ์ (P2.3) หมายถึง การสร้างเรื่องราว โดยอิงมาจากจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง (Fact/History) และ/หรือเรื่องราวที่แต่งขึ้นจากจินตนาการ (Fiction/Imagination) ผ่านรูปแบบรายการ เช่น ละคร สารคดี ภาพยนตร์
- (4) การทดสอบ (P2.4) หมายถึง การนำเสนอเรื่องราวความเชื่อผ่านการทดสอบจริง/เท็จ เช่น การทดสอบอิทธิฤทธิ์เครื่องรางของขลัง การทดสอบเพื่อพิสูจน์ว่ามีจริงหรือไม่ เน้นความสำคัญของกระบวนการทดสอบ/พิสูจน์ ซึ่งอาจไม่ใช่การทดสอบแบบวิทยาศาสตร์ก็ได้
- (5) การพาชมสถานที่จริง (P2.5) หมายถึง การนำเสนอเรื่องราวผ่านการพาชมสถานที่สำคัญทางความเชื่อ เช่น การพาชมบ้านผีสิง วัด โบสถ์และแหล่งความเชื่อที่สำคัญ เน้นความสำคัญของสถานที่

3. ปัญหาที่ขัดต่อกฎ ระเบียบ ข้อบังคับทางสังคม (Laws and Ethics)

3.1 กฎหมาย (LE1)

- (1) ข้อความเป็นเท็จหรือเกินความจริง (L1.2)
- (2) ข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญสินค้า (L1.3)
- (3) ข้อความที่สนับสนุนให้กระทำความผิดกฎหมาย หรือศีลธรรม (L1.4)
- (4) การโฆษณาที่กระทำด้วยวิธีที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพร่างกาย จิตใจ (L1.5)
- (5) อื่นๆ (L1.6)

3.2 จริยธรรมและจรรยาบรรณ (LE2)

(1) จรรยาบรรณโหร (LE2.2)

- (1.1) การรับหน้าที่สะเดาะเคราะห์โดยเห็นแก่ลาภสักการะเว้นแต่เจ้าตัวขอรับรอง (LE2.2.1)
- (1.2) ไม่ควรสนับสนุนผู้มาดูให้กระทำความผิดกฎหมาย (LE2.2.2)
- (1.3) ทำนายให้เกิดความเสียหายในชีวิต (LE2.2.3)
- (1.4) อื่นๆ (LE2.2.4)

(2) มติมหาเถรสมาคม (LE2.3)

- (3.1) โฆษณาสรรพคุณพระบูชาและวัตถุมงคลโดยอ้างอิทธิฤทธิ์ ปาฏิหาริย์ (LE2.3.1)

ขั้นที่ 1
เชิงปริมาณ

สำรวจภาพรวมข้อสงสัยที่วัดความเที่ยงตรงของข้อมูล
ศาสตร์ โหราศาสตร์เพื่อให้ได้ผลเบื้องต้นดังนี้
1. จำนวนข้อสงสัยที่นำเสนอมารายการความเชื่อ โหราศาสตร์
2. จำนวนข้อสงสัยที่ไม่เน้นการขานรับ/บริการความเชื่อ และจำนวนข้อ
รายการที่เน้นความเชื่อ

คัดลอกหน่วยการศึกษามารายการ โดยคัดลอกข้อที่มีความโดดเด่นในด้าน
ต่างๆจาก 2 กลุ่มข้อสงสัย (ไม่เน้นการขานรับ และการนำเสนอ X ลักษณะ (คัดลอกข้อที่
เป็นตัวแทนความโดดเด่น) ศึกษาสัดส่วนรายการ
-กลุ่มข้อที่เน้นการขานรับ พบความโดดเด่นในการนำเสนอ X ลักษณะ (คัดลอกข้อที่
เป็นตัวแทนความโดดเด่น) ศึกษาสัดส่วนรายการ

ขอบเขตการศึกษา : ศึกษาข้อรายการ 24 ชั่วโมงเป็นระยะเวลา 7 วัน (8-15
ตุลาคม 2554) ทั้งนี้จะเลือกบันทึกข้อมูลเฉพาะรายการสดหรือเทป master
เท่านั้น (ไม่บันทึกการ rerun เนื่องจากมีเนื้อหาซ้ำกัน)

ขั้นที่ 2
สำรวจเนื้อหา

ข้อมูลทั่วไป 1. ชื่อรายการ 2. ช่อง 3. วัน-เวลาออกอากาศ 4. ผู้ดำเนินรายการ 5. บริษัทผู้ผลิต

รายการ

กลุ่มเนื้อหารายการ

รายการ

- โหราศาสตร์
1. เครื่องรางของขลัง วัตถุมงคล
 2. ศี วิญญาณ ปีศาจ
 3. ปรัชญาการให้เกียรติธรรมชาต
 4. พิธีกรรม
 5. ตำนาน ความเชื่อ
- โหราศาสตร์
1. ทำนายดวงชะตา

เนื้อหา

1. สร้างความกลัวให้แก่ผู้ชม
2. การสร้างความเชื่อแบบกลุ่ม
- เชื้อมโนในความคิด หรือ
- สันติภาพ/บริการทางความเชื่อ
- เชื้อมโนในชีวิต
3. สร้างประโยชน์ตอบแทนเมื่อ
- ยึดถือ ปฏิบัติตาม หรือบริโภค
- ความเชื่อแบบ
4. สร้างแนวทางการแก้ไขปัญหาใน
- ชีวิตของผู้ชม

รูปแบบ

1. การเล่าเรื่อง
2. การอ้างอิงหลักฐาน
3. การจำลองเหตุการณ์
4. การทดสอบ
5. การพหุสัมพันธ์จริง

กลวิธีการสื่อสารเพื่อการจูงใจ

โฆษณา

ปัญหาที่ขัดต่อกฎ ระเบียบ ข้อบังคับทางสังคม

กฎหมาย

- พ.ร.บ. (พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค, พ.ร.บ. การ
ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการ
โทรทัศน์ฯ)
- ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง
 - ข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดใน
 - สาระสำคัญสินค้า
 - ข้อความที่สนับสนุนให้กระทำความผิดกฎหมาย
 - หรือศีลธรรม
 - การโฆษณาที่กระทำด้วยวิธีที่เป็นอันตราย
 - ต่อสุขภาพร่างกาย จิตใจ
 - ฯลฯ

จริยธรรม จรรยาบรรณ

- จรรยาบรรณโหร
- การรับหน้าที่ที่สะอาดและโดยเห็นแก่
 - ลาภสักการะจนได้เสียตัวหรือ
 - ไม่ควรรสับสนุนผู้มาดูให้กระทำผิด
 - กฎหมาย
 - ทำนายให้เกิดความเสียหายในชีวิต
 - ฯลฯ

มติมหาชนสมาคม

- โหราศาสตร์พระชนวนาและวัตถุมงคล
- โดยอ้างอิทธิฤทธิ์ ปาฏิหาริย์

ขั้นที่ 3
วิเคราะห์เนื้อหา

กลุ่มเนื้อหา
รายการ

กลวิธีการสื่อสารเพื่อ
การจูงใจ

ปัญหาที่ขัดต่อกฎ ระเบียบ
ข้อบังคับทางสังคม

ขั้นที่ 4
สรุปผล
การศึกษาศาสตร์

สรุปภาพรวมรายการโหราศาสตร์
โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียม

1. บทบาทหน้าที่ของความเชื่อ
2. การปลูกฝังค่านิยม
3. ฯลฯ

เปรียบเทียบสภาพปัญหาและการควบคุมเนื้อหาทางทีวีดาวเทียมกับพิธีกรรม ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง และแนวทางแก้ไข

ผลการศึกษา

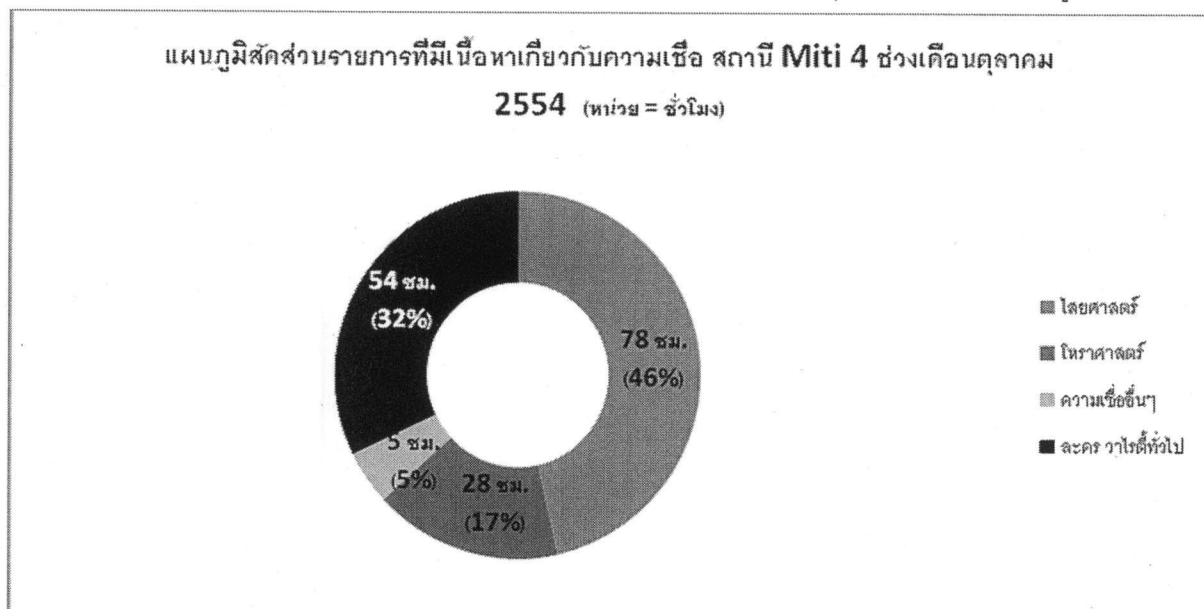
จากการศึกษาช่องสถานี MIT4, Miracle Channel, SMM TV และDara Channel ระหว่างวันที่ 7-13 ตุลาคม 2554 ช่วงเวลา 00.00-24.00 น.พบว่าแต่ละช่องสถานีมีการนำเสนอประเภทเนื้อหาไฮยศาสตร์และโหราศาสตร์ กลวิธีการนำเสนอเพื่อการจูงใจ และประเด็นปัญหาข้อกฎหมาย จริยธรรมสื่อมวลชน และจรรยาบรรณโหร จำแนกรายละเอียดตามช่องได้ดังนี้

ช่อง Miti4

ข้อมูลทั่วไปของช่องสถานี : ช่องสถานีมิติ 4 (MITI4) เป็นธุรกิจของบริษัทไลฟ์ทีวีคอมพานี (Livetv Company) ซึ่งบริษัท เนชั่นบรอดแคสติ้งได้จัดให้อยู่ในหมวด Movie andละคร เน้นการนำเสนอเรื่องราวความเชื่อไฮยศาสตร์ประเภทเรื่องผี วิญญาณ ประสบการณ์เหนือธรรมชาติ เพื่อความบันเทิง รวมถึงเรื่องราวของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ วัดถ้ำมงคล สำหรับรายการโหราศาสตร์พบการทำนายดวงชะตามหลากหลายรูปแบบตามหลักโหราศาสตร์ เช่น การดูไฟ การเสี่ยงเซียมซี การทำนายจากชื่อสกุล วันเดือนปีเกิด และการทำนายนอกเหนือไปจากหลักโหราศาสตร์ คือ การทำนายจากการใช้พลังจิต โดยนักพยากรณ์คนสำคัญ คือ ดุ้ย เอ็กชเรย์

ผลการศึกษาสัดส่วนเวลาออกอากาศ

พบรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อ 10 รายการ รวมเวลาออกอากาศทั้งสิ้น 114 ชั่วโมง/สัปดาห์ แบ่งรายการออกเป็น 3 ประเภท เรียงตามลำดับสัดส่วนการออกอากาศจากมากที่สุดตามลำดับ ดังแผนภูมิต่อไปนี้



ผลการศึกษาเนื้อหารายการ

ผลการศึกษาพบรายการความเชื่อทั้งหมด 11 รายการ แบ่งตามประเภทความเชื่อได้ดังนี้

รายการความเชื่อไสยศาสตร์พบทั้งหมด 6 รายการ ดังนี้

ประเภท	รายการ	รายละเอียด
เครื่องรางของขลัง วัตถุมงคล	คอหอย	นำเสนอสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่มีชื่อเสียงเรื่องการไปเลขเด็ด
ผี วิญญาณ (ตำนานพอมด สัตว์ในนิยาย)	Miti 4 Theater	ภาพยนตร์ทั้งไทยและต่างประเทศที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความตาย วิญญาณ ความอาฆาต หรือเรื่องราวแฟนตาซีเทพนิยายเหนือธรรมชาติ เช่น พอมด
	โปรแกรมทองผิงเพชร	ภาพยนตร์ต่างประเทศที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความตาย วิญญาณ
	แดนพิศวง	ภาพยนตร์ไทย(จบในตอน) เนื้อหาเกี่ยวกับความลึกลับ ความตาย วิญญาณ ความอาฆาต กฎแห่งกรรม
	ผ่าคลิบลับปริศนา	นำเสนอคลิป/ภาพถ่ายที่ปรากฏภาพของวิญญาณ
	ซ็อก สเตชั่น	ถ่ายทอดเรื่องราวการพบเห็นผี วิญญาณ และทำกิจกรรม เช่น เกมจำลองคดีฆาตกรรมในสถานที่บ้านผีสิง (Bloody Hospital)

รายการความเชื่อโหราศาสตร์พบทั้งหมด 4 รายการ ดังนี้

รายการ	รายละเอียด
ขัณฎา ยิปซี 4 มิติ	ทำนายดวงชะตาด้วยไฟยิปซี และไพ่ออราเคิล (Oracle Cards) ผ่านทาง sms และการโทรศัพท์เข้ามาในรายการ
ส่องทะลวงชะตาด้วยเอกซเรย์	ทำนายดวงชะตาด้วยภาพทางมโนจิต ผ่านทาง sms และการโทรศัพท์เข้ามาในรายการ
ดวงจ้ย 1	ทำนายดวงชะตาจากที่ตั้ง การจัดวางสถานที่
ดวงจ้ย 2	ทำนายดวงชะตา และเรื่องสถานที่อยู่อาศัย

รายการไสยศาสตร์

1. ประเภทเนื้อหา ผลการศึกษาพบการนำเสนอเรื่องราวความเชื่อไสยศาสตร์ 3 ประเภท ได้แก่ 1.ความเชื่อเรื่องเครื่องรางของขลัง วัตถุมงคล เช่น ชากสัตว์แปลกประหลาด ไม้ตะเคียน 2.ความเชื่อเรื่องปรากฏการณ์เหนือธรรมชาติ ได้แก่ การกำหนดให้คนตายได้ด้วยกรรมบดียดี 3.ความเชื่อเรื่องผีวิญญาณ ได้แก่ คลิปถ่ายติดวิญญาณ และเรื่องราวการอาฆาตแค้นของผี วิญญาณ

2. กลวิธีการนำเสนอเพื่อการจูงใจ ผลการศึกษาพบการใช้กลวิธีการนำเสนอเพื่อการจูงใจ ดังนี้

2.1 การจูงใจผ่านเนื้อหา พบ 3 ลักษณะ คือ

(1) สร้างความหวาดกลัว - พบในรายการความเชื่อประเภทผี วิญญาณ และปรากฏการณ์เหนือธรรมชาติซึ่งนำเสนอในรูปแบบภาพยนตร์จบในตอน เนื้อเรื่องกล่าวถึงความอาฆาตแค้นของวิญญาณที่สิงสถิตอยู่ในสถานที่ต่างๆและการทำร้ายคน เน้นการสร้าง ความหวาดกลัวเพื่อความบันเทิง

ยกตัวอย่างเช่น รายการ Miti4 Theater นำเสนอภาพยนตร์เรื่อง Hangman's Curse นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับเด็กนักเรียนในโรงเรียนมัธยมแห่งหนึ่งที่ผูกคอตายและตามหลอกหลอนเด็กนักเรียนในโรงเรียนเพื่อแก้แค้น

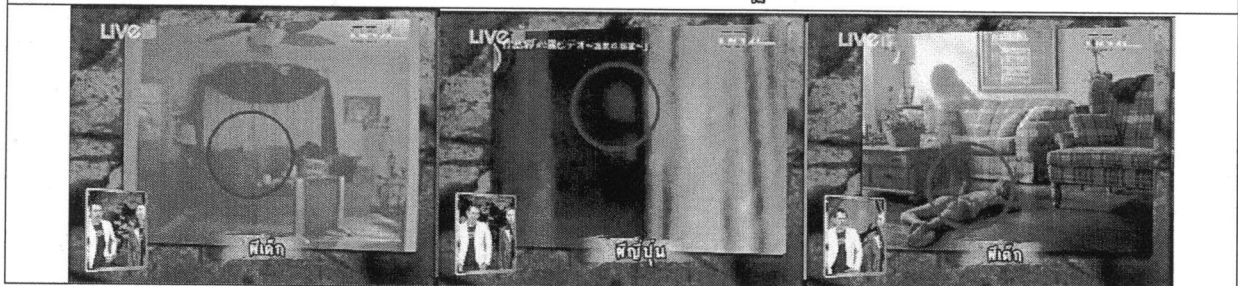
(2) สร้างความเชื่อมั่น – พบในรายการคอบอยซึ่งเป็นรายการความเชื่อประเภทสิ่งศักดิ์สิทธิ์ วัตถุมงคลที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ ที่เชื่อว่ามีความแม่นยำในการบอกละเอียด เช่น เรือนไม้ตะเคียน เสาตะเคียนศักดิ์สิทธิ์ สุนัขลูกกรอก ซากวัว8ขา3ตา ฯลฯ โดยผู้ดำเนินรายการจะสัมภาษณ์ชาวบ้านในพื้นที่เกี่ยวกับความแม่นยำของสิ่งศักดิ์สิทธิ์นั้นๆ ซึ่งถือเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในชีวิตด้านทรัพย์สินเงินทอง

2.2 การจูงใจผ่านรูปแบบการนำเสนอ พบ 5 ลักษณะ คือ

(1) การเล่าเรื่อง – พบในทุกรายการ โดยผู้ดำเนินรายการจะทำหน้าที่หลักในการบอกเล่าเรื่องราวความเชื่อ นอกจากนั้นยังมีการบรรยายเรื่องประกอบภาพ และการสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการซึ่งเป็นชาวบ้านที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับความเชื่อนั้นๆ

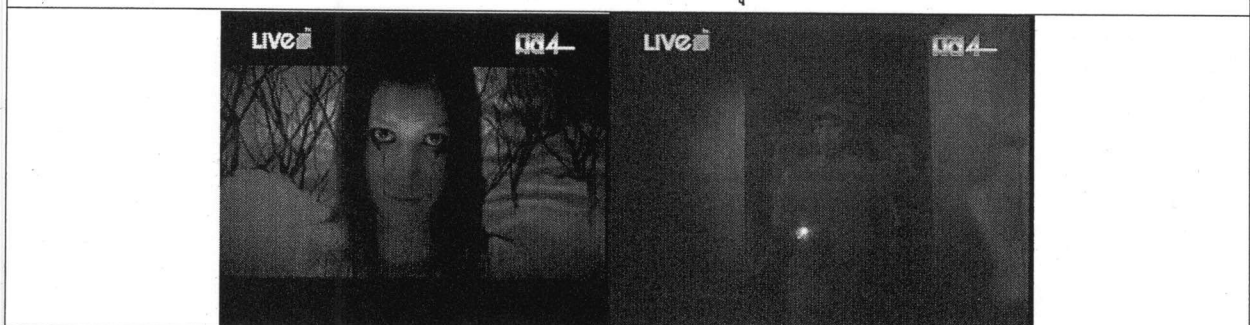
(2) การอ้างอิงหลักฐาน – พบในรายการผ่าคลิปปลื้มปรีศนาซึ่งผู้ดำเนินรายการ หรือผู้ชมจากทางบ้านจะส่งภาพถ่ายหรือคลิปที่ถ่ายติดวิญญาณมานำเสนอในรายการเพื่อความสมจริง

ตัวอย่างภาพการอ้างอิงหลักฐาน



(3) การจำลองเหตุการณ์ – พบในรายการละครและภาพยนตร์ลึกลับสยองขวัญ ได้แก่ Miti4 Theater โปรแกรมทองผิงเพชร และแดนพิศวง

ตัวอย่างภาพการจำลองเหตุการณ์



(4) การพิสูจน์ – พบในรายการคอหอย โดยผู้ดำเนินรายการได้สาธิตวิธีการขอหอยจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เช่น การเสี่ยงเซียมซีเพื่อยืนยันความเชื่อ ในขณะที่รายการผ่าคลิบลับปริศนา ผู้ดำเนินรายการพิสูจน์หาความจริงของคลิบเพื่อปฏิเสธความเชื่อวาคลิปหรือภาพถ่ายติดวิญญาณเหล่านั้นเป็นเรื่องที่สร้างขึ้นด้วยวิธีการทางเทคโนโลยีต่างๆ



(5) การพหามสถานที่จริง – พบในรายการ Shock Station โดยผู้ดำเนินรายการภาคสนามพาไปสัมผัสประสบการณ์สยองขวัญที่บ้านผีสิงจำลอง “บ้านผีสิง Bloody Hospital”



3. ปัญหาข้อกฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ ผลการศึกษาพบการนำเสนอเนื้อหาที่มีแนวโน้มที่จะขัดต่อข้อกฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ ดังนี้

3.1 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ส่วนที่ 2 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา

มาตรา 22 ข้อ 3 ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสียหายในวัฒนธรรมของชาติ

พบรายการ “คอหอย” ซึ่งสนับสนุน “อบายมุข” คือ การพนันหอย โดยทางรายการพาผู้ชมไปชมสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่างๆที่เชื่อว่ามีความแม่นยำในการใบ้เลขเด็ด พร้อมสาธิตวิธีการขอเลข

รายการโหราศาสตร์

1. ประเภทเนื้อหา ผลการศึกษาพบการนำเสนอเนื้อหาการทำนายดวงชะตาในลักษณะที่เหมือนกัน คือ การทำนายทายทักดวงของบุคคล แต่มีข้อแตกต่างกันเฉพาะเรื่องของวิธีการทำนายซึ่งสามารถแบ่งได้

หลายวิธี เช่น การทำนายตามวันเดือนปีเกิด การทำนายจากสถานที่อยู่อาศัย (ฮวงจุ้ย) และการทำนายด้วยไฟ

2. กลวิธีการนำเสนอเพื่อการจูงใจ ผลการศึกษาพบการใช้กลวิธีการนำเสนอเพื่อการจูงใจ ดังนี้

2.1 การจูงใจผ่านเนื้อหา พบ 2 ลักษณะ คือ

(1) การสร้างความเชื่อมั่น – ผู้พยากรณ์ในรายการทำนายดวงชะตาของบุคคลโดยให้คำแนะนำเกี่ยวกับแนวทางในการดำเนินชีวิตทางด้านอาชีพการงาน และการใช้ชีวิตประจำวันว่ากิจกรรมใดที่ควรกระทำและกิจกรรมใดที่ควรหลีกเลี่ยง

ยกตัวอย่างเช่น รายการดุษฎีเอกซเรย์ มีผู้ชมทางบ้านโทรศัพท์เข้ามาถามเรื่องการเรียนของบุตรหมอดูทำนายว่าจะสอบติด แต่ต้องตั้งใจและตัวให้ครบทุกวิชา “ตอบเลย ภาพออกมาสว่างก็คือติด แต่ต้องมีความมุ่งมั่นตั้งใจ ก่อนจะไปสอบติวซะหน่อยนะครบทุกวิชา ได้นะได้นะ...”

(2) การสร้างแนวทางแก้ไขปัญหาในชีวิต – ผู้พยากรณ์ในรายการจะทำนายดวงชะตาของบุคคลโดยระบุถึงปัญหาและอุปสรรคในชีวิต จากนั้นจึงนำเสนอวิธีการแก้ไขปัญา ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นแนวทางแก้ไขปัญาที่สอดคล้องกับความเป็นจริง ส่งเสริมชีวิตไปในทางที่ดี และเป็นเหตุเป็นผล

ยกตัวอย่างเช่น รายการดุษฎีเอกซเรย์ มีผู้ชมทางบ้าน sms เข้ามาถามเรื่องสุขภาพร่างกาย หมอดูได้ทำนายว่าสุขภาพปอดจะมีปัญหา ให้หลีกเลี่ยงบุหรี่และอารมณ์โกรธ “เรื่องสุขภาพร่างกายดีนะครับ ไม่มีเอ็ดส์นะครับ แต่ปอดมีปัญหา ห่างไกลจากคนสูบบุหรี่ซะ ถ้าสูบหรือไม่สูบก็ต้องห่างไกล ระบบมีปัญหาแล้วครับใจแบบนี้เนี่ยๆ อารมณ์โมโหอย่าให้เกิด ไม่อย่างนั้นเสียหาย”

2.2 การจูงใจผ่านรูปแบบการนำเสนอ พบ 1 ลักษณะ คือ

(1) การเล่าเรื่อง – รายการโหราศาสตร์ทุกรายการจูงใจผู้ชมในรูปแบบเดียวกันกับช่อง Miracle คือการเล่าเรื่องโดยนักพยากรณ์หรือหมอดูจะเป็นผู้ดำเนินรายการ สร้างความใกล้ชิดกับผู้ชมทางบ้านโดยการทำนายดวงชะตาแนะนำวิธีการแก้ไขปัญาชีวิตให้กับผู้ชมที่ sms และโทรศัพท์เข้ามาในรายการ

ตัวอย่างภาพการเล่าเรื่อง



3. ปัญหาข้อกฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณ ผลการศึกษาพบการนำเสนอเนื้อหาที่ไม่ขัดต่อข้อกฎหมาย และจรรยาบรรณโทร แต่พบสภาพปัญหาเรื่องการแสวงหาผลประโยชน์จากผู้ชม ดังนี้

การเชิญชวนให้ผู้ชมซื้อสินค้าของผู้พยากรณ์ (หมอดู) – พบการประชาสัมพันธ์ขายสินค้าในรายการ “ดวงจัญ” โดยอาจารย์มด ฌรศาสตร์ ปุณณโปศล เสนอขายเข็มทิศสำหรับการกำหนดทิศทางของสถานที่อยู่อาศัย เนื่องจากในการทำนายดวงทุกครั้งผู้ชมจะต้องแจ้งทิศสถานที่เพื่อรับคำทำนาย “ของอาจารย์มดไม่ใช่อย่างนั้น อย่างนั้นะ ในเว็บไซต์ราคาสองร้อยรวมค่าส่งแบบช่วยเหลือกันเลยนะ คนไม่เข้าใจกัน ไม่ได้ค้ากำไรแต่อยากให้คน มีเข็มทิศ”

โฆษณา

ผลการศึกษา พบ การนำเสนอโฆษณาประเภทไสยศาสตร์และโหราศาสตร์ ดังนี้

1. โฆษณาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับไสยศาสตร์ พบโฆษณาประชาสัมพันธ์เช่าบูชาวัตถุมงคล เช่น เหรียญหลวงปู่ทวด รุ่นบารมียืนยง เหรียญบูชาพลังสเกลล่า ตะกรุดตีใหญ่ พระสมเด็จพระไผ่ โดยมีการระบุถึงรุ่น อาณาภพ ราคาเช่าบูชา และเบอร์ติดต่อสั่งซื้อ โดยโฆษณาวัตถุมงคลดังกล่าวจะปรากฏบางช่วงเวลาเท่านั้น เช่น ช่วงเบรกรายการชัญญา ยิปซี 4 มิติ รายการมิติ 4 สเปเชียล และรายการภารกิจพิชิตใจ

ตัวอย่างโฆษณาไสยศาสตร์



2. โฆษณาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโหราศาสตร์ พบโฆษณาการดูดวงชะตาผ่านระบบออডিโอ เท็กซ์ จากนักพยากรณ์ที่มีชื่อเสียง เช่น อาจารย์ช้าง ทศพร ศรีตุลา หมอฤกษ์นาคอนเฟิร์ม ปู โลกเบี้ยว โดยในโฆษณาจะระบุถึงชื่อนักพยากรณ์ ประเด็นพยากรณ์ ผลดีของการพยากรณ์ และวิธีการรับคำทำนาย โดยโฆษณาเหล่านี้จะปรากฏเกือบตลอดทั้งวันและเกือบทุกรายการ

ตัวอย่างโฆษณาโหราศาสตร์



ตารางสรุปภาพรวมรายการไฮสตาสตร์ชื่อ MITI4

	ประเภทความเชื่อ	กลวิธีการจูงใจ		ปัญหาด้านข้อกฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณ
		เนื้อหา	รูปแบบ	
รายการ	1. วิถี ด ม ง ค ล (สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ วัตถุประหลาดเพื่อกายภาพของหอย)	1. สร้างความเชื่อมั่น (การเน้นย้ำถึงความแม่นยำในการให้หอยของสถานที่นั้นๆ สร้างความเชื่อมั่นด้านโซคัลลา)	1. เล่าเรื่อง (ผู้ดำเนินรายการบรรยายเรื่อง) 2. อ้างอิงหลักฐาน (สัมภาษณ์ผู้มีประสบการณ์เรื่องการชอหอย) 2. พิสูจน์ (ผู้ดำเนินรายการเสี่ยงเขียนชื่อเลข) – เพื่อสนับสนุนความเชื่อ 3. พหุสมสถานที่จริง (ลงพื้นที่พหุสมสถานที่ที่คนนิยมชอหอย)	1. พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค ด้านการโฆษณา (มาตรา 22 ข้อ 3) ข้อความสนับสนุนการกระทำผิดกฎหมายและศีลธรรม – สนับสนุนการพนันหอย (อบายมุข)
	2. วิถี วิญญู าน (ภาพยนตร์ สยองขวัญ และศิลปะถ่ายทอดวิญญาณ)	1. สร้างความหวาดกลัว (เพื่อความบันเทิง) เนื้อหาแสดงถึงพลังอำนาจของผี วิญญาณในสถานที่ต่างๆ	1. เล่าเรื่อง (ผู้ดำเนินรายการบรรยายเรื่องราว) 2. อ้างอิงหลักฐาน (คลิปและภาพถ่ายติดวิญญาณ) 3. พิสูจน์ (จับผิดภาพถ่ายติดวิญญาณ) – เพื่อปฏิเสธความเชื่อ 4. จำลองเหตุการณ์ – ภาพยนตร์	(ไม่พบปัญหา)
โฆษณา	1. วิถี มงคล (พระเครื่อง ตะกรุด เหรียญบูชา ฯลฯ)	1. สร้างความเชื่อมั่น (ระบุถึงอำนาจ สร้างความเชื่อมั่นด้านโซคัลลา บารมี เมตตา ฯลฯ)	1. การเล่าเรื่อง (เสียงบรรยายประกอบภาพ)	(ไม่พบปัญหา)

ตารางสรุปภาพรวมรายการโหราศาสตร์ของ MITI4

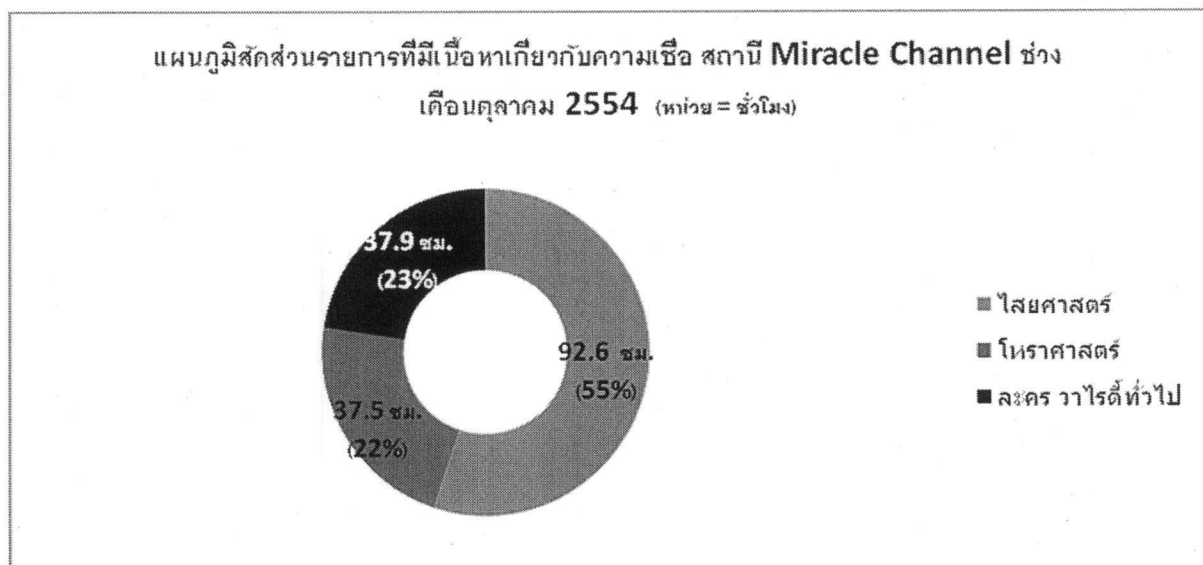
รายการ	ประเภทเนื้อหา	กลวิธีการดูใจ		ปัญหาด้านข้อกฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณ
		เนื้อหา	รูปแบบ	
	1. ทำนายดวงชะตาบุคคล (ทำนายเรื่องการทำงาน การเรียน ความรัก เงินทอง ฯลฯ ตามแต่ที่ผู้ชมจะถาม)	1. สร้างความเชื่อมั่น (แนะนำวิธีการดำเนินชีวิตให้กับบุคคล) เช่น ลูกชายจะสอบติดแน่นอน แต่ต้องติวทุกวิชา 2. สร้างวิธีแก้ไขปัญหาชีวิต (แนะนำวิธีการแก้เคล็ด แก้ดวง เช่น การปรับตำแหน่งที่อยู่อาศัย)	1. เล่าเรื่อง (นักพยากรณ์พูดคุยกับผู้ชมที่โทรศัพท์เข้ามาในรายการ และการทำนายให้กับผู้ชมที่ sms เข้ามา)	แสดงเหตุผลประโยชน์จากผู้ขอคำทำนาย – เชิญชวนให้ผู้ดูวงซื้อเข็มทิศเพื่อกำหนดทิศทางสถานที่อยู่อาศัย
โฆษณา	1. ทำนายดวงชะตาบุคคล	1. สร้างความเชื่อมั่น (แสดงให้เห็นว่าดวงจะช่วยให้ดำเนินชีวิตได้นั่นคงขึ้น รวมถึงการกล่าวรับรองความแม่นยำด้วยชื่อเสียงของผู้พยากรณ์)	1. เล่าเรื่อง (นักพยากรณ์เป็นผู้โฆษณา หรือเสียงบรรยายประกอบภาพนักพยากรณ์) เนื้อหาเรื่องถึงเรื่องที่ทำนาย เช่น การเงิน การงาน ความรัก ฯลฯ และวิธีการรับคำทำนาย	(ไม่พบปัญหา)

ช่อง Miracle

ข้อมูลทั่วไปของช่องสถานี : ช่องสถานีมีราเคิล แชนแนล (Miracle Channel) เป็นธุรกิจของบริษัทกันตนาซึ่งบริษัท เนชั่นบรอดแคสติ้งได้จัดให้อยู่ในหมวด Movie andละคร โดยทางช่องสถานีเน้นการนำเสนอเรื่องราวความเชื่อทางด้านไสยศาสตร์ ผี วิญญาณ พิธีกรรม วัตถุมงคล ตำนานความเชื่อโบราณ และกฎแห่งกรรมผ่านรูปแบบละคร รายการสารคดี และรายการสนทนาซึ่งส่วนใหญ่เคยนำเสนอในช่องฟรีทีวี เนื้อหารายการมุ่งเน้นความบันเทิงและเพื่อสอนให้ผู้ชมประพัตินอยู่ในศีลธรรม สำหรับรายการประเภทโหราศาสตร์มีทั้งการทำนายดวงตามชื่อนามสกุล วันเดือนปีเกิด และการทำนายดวงตามหลักฮวงจุ้ย โดยมีนักพยากรณ์คนสำคัญ คือ หมอหยอง สุริยัน สุจริตพลวงศ์

ผลการศึกษาลัดส่วนเวลาออกอากาศ

พบรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อ 15 รายการ รวมเวลาออกอากาศทั้งสิ้น 130.1 ชั่วโมง/สัปดาห์ แบ่งรายการออกเป็น 2 ประเภท เรียงตามลำดับสัดส่วนการออกอากาศจากมากที่สุุดตามลำดับ ดังแผนภูมิต่อไปนี้



ผลการศึกษาเนื้อหารายการ

ผลการศึกษาพบรายการความเชื่อทั้งหมด 15 รายการ แบ่งตามประเภทความเชื่อได้ดังนี้
รายการความเชื่อไสยศาสตร์พบทั้งหมด 7 รายการ ดังนี้

ประเภท	รายการ	รายละเอียด
เครื่องรางของขลัง วัดมณฑล	พระเครื่องเมืองสยาม	ประวัติพระเกจิอาจารย์และรายละเอียดวัดมณฑลที่สร้างและปลุกเสกโดยเกจิอาจารย์ท่านนั้นๆ
	ตามรอยตำนาน	
ปรากฏการณ์เหนือธรรมชาติ	เรื่องจริงผ่านจอ	เหตุการณ์ลึกลับและการพิสูจน์ความจริง
	จ้อจ้ปาฏิหาริย์	เรื่องราวเหลือเชื่อของบุคคลต่างๆ
ผี วิญญาณ	เปิดกรุละครผี	เรื่องราวของบุคคลที่พยายามครอบครองสิ่งศักดิ์ต่างๆจนพบกับหายนะในชีวิต เช่น เพชรดาแก้ว เล็บครุฑ ฯลฯ
	ละครชีวิตจริงชุด 84000	เรื่องราวของบุคคลที่เคยกระทำความผิดจนถูกวิญญาณ ภูตผีตามทำร้าย และสามารถแก้ปัญหาได้โดยการปฏิบัติธรรม ทำความดี
ตำนานความเชื่อ	บันทึกลึกลับ	เรื่องราวความเชื่อท้องถิ่นที่ถูกเล่าขานต่อกันมาเป็นความเชื่อที่ดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ เช่น ตำนานป่าพญานาค และแม่ชื้อ (มีการพิสูจน์ความจริงและชี้แนะให้เชื่ออย่างมีสติและเหตุผล)

รายการความเชื่อโหราศาสตร์พบทั้งหมด 4 รายการ ดังนี้

รายการ	รายละเอียด
เปิดดวง 12 ราศี	หมอดูทำนายดวงให้กับบุคคลผ่านทาง sms และการโทรศัพท์เข้ามาในรายการ โดยทำนายดวงจากวันเดือนปีเกิด ท้ายรายการมีคตินิยม คำสอนในการใช้ชีวิตจากพระสงฆ์
จักรราศี	หมอดูทำนายดวงให้กับบุคคลผ่านทาง sms และการโทรศัพท์เข้ามาในรายการ โดยทำนายดวงจากวันเดือนปีเกิด เชื้อหมี่ ไบไม้ ไฟฟ้าไร และ โทงเฮ้ง
ดิลีฮวงจุ้ย	หมอดูทำนายดวงผ่านทางโทรศัพท์ให้กับบุคคลที่ส่งแปลนที่อยู่อาศัยมาที่รายการ และบุคคลทั่วไปที่โทรเข้ามาอธิบายลักษณะที่อยู่อาศัยของตน โดยหมอดูจะแนะแนวทางการปรับเปลี่ยนลักษณะที่อยู่อาศัย
จิตสัมผัส	ไม่พบเนื้อหาเรื่องโหราศาสตร์ในช่วงวันที่ศึกษา (พบเพียงการรายงานสถานการณ์น้ำท่วม และการประชาสัมพันธ์รับบริจาคเงิน สิ่งของแก่ผู้ประสบภัย)

รายการความเชื่อไสยศาสตร์และโหราศาสตร์พบทั้งหมด 3 รายการ ดังนี้

รายการ	รายละเอียด
เสาร์ ๕	นำเสนอเรื่องราวของวัดมณฑล เรื่องราวลึกลับ คลิปถ่ายตติวิญญาน รวมถึงการดูดวงให้กับแขกรับเชิญ
เส้นทางศักดิ์สิทธิ์	หมอดูทำนายดวงให้กับบุคคลผ่านทาง sms และการโทรศัพท์เข้ามาในรายการ ประชาสัมพันธ์พิธีการแก้กรรมโดยให้แจ้งความประสงค์ขอแก้กรรมผ่านทาง sms และการบอกเล่าเรื่องราว อาณาภพความศักดิ์สิทธิ์ของวัดมณฑลประเภทต่างๆ
หัตถจิต	อาจารย์หัตถาทำนายดวงให้กับบุคคลผ่านทาง sms และการโทรศัพท์เข้ามาในรายการ มีการนำเสนอเรื่องราวพิธีกรรมแก้คุณไสยซึ่งมีอาจารย์หัตถาเป็นผู้ประกอบพิธีกรรมนั้นๆ รวมถึงการบอกเล่าเรื่องราวการบูชาเทพองค์ต่างๆ

รายการไสยศาสตร์

1. ประเภทเนื้อหา ผลการศึกษาพบการนำเสนอเรื่องราวความเชื่อไสยศาสตร์ 4 ประเภท ได้แก่ 1. ความเชื่อเรื่องเครื่องรางของขลัง วัดมุงคล ได้แก่ พระเครื่อง ตะกรุด 2. ความเชื่อเรื่องปรากฏการณ์เหนือธรรมชาติ ได้แก่ เรื่องลี้ลับภายในป่า และเหตุการณ์เหลือเชื่อต่างๆ 3. ความเชื่อเรื่องผีวิญญาณ ได้แก่ คลิปถ่ายติดวิญญาณ และเรื่องราวการอาฆาตแค้นของผี วิญญาณ 4. ความเชื่อเรื่องตำนานความเชื่อ ได้แก่ ตำนานความเชื่อในพื้นที่ต่างๆ เช่น วังนาคินทร์ (วังพญานาค) หรือความเชื่อโบราณ เช่น เรื่องแม่ซื้อ

2. กลวิธีการนำเสนอเพื่อการจูงใจ ผลการศึกษาพบการใช้กลวิธีการนำเสนอเพื่อการจูงใจ ดังนี้

2.1 การจูงใจผ่านเนื้อหา พบ 3 ลักษณะ คือ

(1) สร้างความหวาดกลัว – พบในรายการไสยศาสตร์ประเภทปรากฏการณ์เหนือธรรมชาติ ผี วิญญาณ พิธีกรรม และตำนานความเชื่อซึ่งทางรายการจะนำเสนอเนื้อหาเพื่อให้ผู้ชมรู้สึกหวาดกลัวกับเหตุการณ์ลี้ลับต่างๆ ได้แก่ ความกลัวเรื่องการอาฆาตแค้นของผี วิญญาณ การโดนของ โดนคุณไสย และการหล่มลุ่มบุคคลหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โดยรายการจะนำเสนอถึงผลร้ายหรือความหายนะต่างๆที่เกิดขึ้นในชีวิตบุคคลที่ได้สัมผัสกับเรื่องลี้ลับเหล่านั้น

ยกตัวอย่างเช่น รายการเปิดกรุละครผีนำเสนอเรื่องราวของบุคคลที่ถูกผี วิญญาณไล่ตามเนื่องจากการพยายามครอบครองสิ่งของต้องห้ามต่างๆ เช่น เพชรตาแมว หรือรายการหัตถจิตที่นำเสนอเรื่องราวของบุคคลที่โดนของและถูกผีเข้า

(2) สร้างความเชื่อมั่น – พบในรายการไสยศาสตร์ประเภทเครื่องรางของขลังวัดมุงคล โดยทางรายการจะเน้นการนำเสนอภาพ พุทธคุณ อิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ ความศักดิ์สิทธิ์ของวัดมุงคลต่างๆ เพื่อให้ผู้ชมเกิดความเชื่อมั่นว่าหากบูชาวัดมุงคลเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมให้เกิดโชคลาภ บุญบารมี สมหวัง ปลอดภัยจากภัยอันตรายต่างๆ

ยกตัวอย่างเช่น รายการพระเครื่องเมืองสยามนำเสนอเรื่องราววัดมุงคลพระเกจิอาจารย์ต่างๆ พร้อมระบุถึงพุทธคุณ เช่น “พระเครื่องหลวงพ่อจรัญ เมตตามหานิยม” “หลวงพ่อแผ้ว กันเหนียว คงกระพัน”

(3) สร้างแนวทางแก้ไขปัญหาในชีวิตของผู้ชม – พบในรายการประเภทปรากฏการณ์เหนือธรรมชาติ และพิธีกรรม โดยจะเน้นการนำเสนอถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตของบุคคลแล้วจึงบอกเล่าถึงวิธีการแก้ไขปัญหโดยการกราบไหว้บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือการกระทำบางอย่างซึ่งไม่ได้เน้นการขายหรือการประชาสัมพันธ์สินค้าเพื่อแก้ไขปัญหาวีชีวิต

ยกตัวอย่างเช่น รายการจ้อจ้ปาฏิหาริย์ (ออกอากาศทางฟรีทีวีช่อง 7) นำเสนอเรื่องราวของแม่ที่เชื่อคำทำนายของหมอดูว่าลูกดวงไม่ดีโตขึ้นมาแล้วจะเป็นเด็กเกเรมีปัญหาเลยนำลูกไปฝากหลวงตาที่วัดเลี้ยงทำให้ลูกโตมากลายเป็นคนดี หรือเรื่องราวของเด็กที่รับประทานคางคกแล้วเจริญอาหาร (ซึ่งช่วงท้ายรายการไม่ได้นำเสนอว่าเรื่องดังกล่าวเป็นเรื่องจริงหรือไม่ในขณะที่ฟรีทีวีมีการเฉลยความจริง)

2.2 การจูงใจผ่านรูปแบบ พบ 4 ลักษณะ คือ

(1) การเล่าเรื่อง – พบในรายการโศกนาฏกรรมทุกประเภท โดยผู้ดำเนินรายการเป็นผู้บอกเล่าเรื่องราวความเชื่อต่างๆเพียงคนเดียว การสนทนาร่วมกันระหว่างผู้ดำเนินรายการสองคน และการสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ ซึ่งมีทั้งชาวบ้านทั่วไป ผู้ดำเนินรายการส่วนใหญ่จะมีท่าทางน้ำเสียงสอดคล้องกับเรื่องที่กำลังนำเสนอเพื่อให้ผู้ชมรู้สึกตื่นเต้น กลัว หรือผ่อนคลาย

ยกตัวอย่างเช่น รายการบันทึกกลับผู้ดำเนินรายการจะใช้น้ำเสียงที่ดังชัด มีเสียงสูงต่ำขณะเล่าเรื่องตำนานความเชื่อ ความลี้ลับของสถานที่ต่างๆเพื่อสร้างความตื่นเต้น ความน่ากลัว แต่หากเป็นรายการวัตถุมงคลผู้ดำเนินรายการจะใช้น้ำเสียงปกติ ท่าทางสุภาพเพื่อสร้างความรู้สึกเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือ

ตัวอย่างภาพการเล่าเรื่อง



(2) อ้างอิงหลักฐาน – พบในรายการเสาร์ & ซึ่งมีการอ้างอิงข่าวหน้าหนึ่งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่กล่าวถึงอาถรรพณ์ของคลิปถ่ายติดวิญญาณเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเนื้อหารายการ

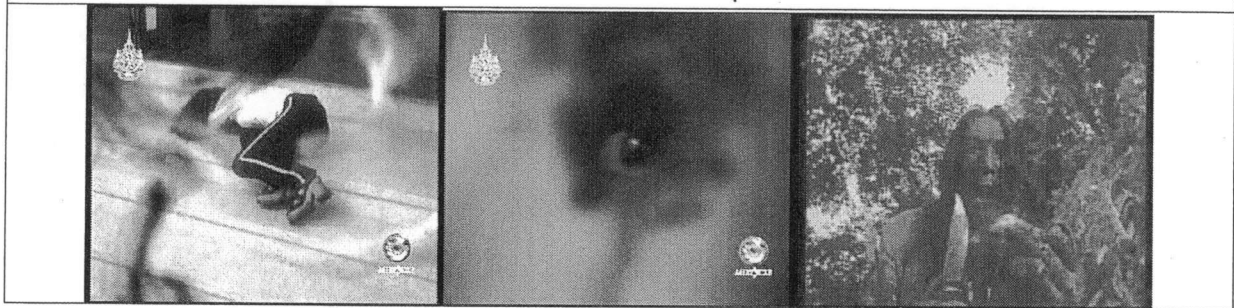
ตัวอย่างภาพการอ้างอิงหลักฐาน



(3) การจำลองเหตุการณ์ – พบในรายการโศกนาฏกรรมประเภทละครผี วิญญาณ และรายการตำนานความเชื่อซึ่งมีการจำลองเหตุการณ์เสมือนจริงขึ้นเพื่อบอกเล่าเรื่องราวความเชื่อเพื่อให้ผู้ชมเข้าใจเหตุการณ์ได้ดีและง่ายขึ้นนอกจากนี้การดำเนินเรื่องที่สมจริงอาจช่วยให้ผู้ชมรู้สึกร่วมไปกับเรื่องราวที่เกิดขึ้นได้เช่นกัน

ยกตัวอย่างเช่น รายการเปิดกรุละครผี และละครชีวิตจริงชุด 84000 นำเสนอภาพเหตุการณ์เลวร้ายต่างๆของบุคคลที่พยายามลบหลู่หรือครอบครองสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือรายการเรื่องจริงผ่านจอที่มีการจำลองเหตุการณ์เณรหลงป่าเพื่อช่วยให้ผู้ชมรู้สึกร่วมไปกับความลึกลับสมจริงของอำนาจสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในป่าที่ถูกเชื่อว่าเป็นต้นเหตุของเรื่องราวดังกล่าว

ตัวอย่างภาพการจำลองเหตุการณ์



(4) การพิสูจน์ – พบในรายการไสยศาสตร์ประเภทวัตถุมงคลที่นำเสนอวิธีการทดสอบ ทดลองของเพื่อยืนยันความศักดิ์สิทธิ์ของวัตถุมงคลนั้น เช่น การพยายามยิงปืนไปที่ตะกรุดแล้วปืนไม่ลั่น

อย่างไรก็ตามพบว่ารายการความเชื่อไสยศาสตร์ของช่องมีราเคิล (Miracle) มีการพิสูจน์หาความจริงเพื่อปฏิเสธความเชื่อเหนือธรรมชาติต่างๆ เช่น การอธิบายลักษณะของคลิปถ่ายติดวิญญาณ การพยายามอธิบายเหตุผลเรื่องสามเณรหลงป่า รวมถึงชี้แนะให้ผู้ชมเชื่ออย่างมีสติและมีเหตุผล ไม่หลงมกมาย

ตัวอย่างภาพการพิสูจน์



(5) การพาชมสถานที่จริง – พบในรายการไสยศาสตร์ประเภทวัตถุมงคล พิธีกรรม และตำนาน โดยผู้ดำเนินรายการจะบอกเล่าเรื่องราวขณะพาชมสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อนั้นๆ ซึ่งผู้ชมจะได้เห็นภาพของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ภาพพิธีกรรม ภาพผู้คนเดินทางมาสักการบูชาสถานที่แห่งนั้น เช่น เจดีย์ศักดิ์สิทธิ์ในวัดประเทศอินเดีย และวังนาคินทร์คำชะโนด (สถานที่อยู่ของพญานาค) จังหวัดอุดรธานี เพื่อความสมจริง และความน่าเชื่อถือ

ตัวอย่างภาพการพาชมสถานที่จริง



(6) การใช้เทคนิคแสงสีเสียง – พบในรายการละครผี วิญญาณ ตำนานความเชื่อซึ่งมีภาพกราฟฟิก ซาวนด์เอฟเฟคประกอบการดำเนินเรื่องเพื่อสร้างความน่าสนใจ ความสมจริงที่จะทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมไปกับ เรื่องราวที่น่าเสนอ

3. ปัญหาข้อกฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณ ผลการศึกษาพบการนำเสนอเนื้อหาที่มีแนวโน้มที่ จะขัดต่อข้อกฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณ ดังนี้

3.1 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ส่วนที่ 2 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการ โฆษณา

มาตรา 23 การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกายหรือ จิตใจหรืออันอาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภคทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง – พบการนำเสนอเรื่อง เหลือเชื่อของบุคคลที่ทานอาหารต่อจากสุนัขแล้วหายเป็นอัมพาต และการให้เด็กทานอาหารที่ปรุงจากคางคกแล้ว จะช่วยให้เด็กเจริญอาหาร

รายการโทรทัศน์

1. ประเภทเนื้อหา ผลการศึกษาไม่พบการนำเสนอเนื้อหาการทำนายดวงชะตาในลักษณะที่เหมือนกัน คือ การทำนายทายทักดวงของบุคคล แต่มีข้อแตกต่างกันเฉพาะในเรื่องของวิธีการทำนายซึ่งสามารถแบ่งได้หลายวิธี เช่น การทำนายตามวันเดือนปีเกิด การทำนายจากสถานที่อยู่อาศัย (ฮวงจุ้ย) การทำนายด้วยไฟ การทำนายด้วย ไข่ไก่ การทำนายด้วยเชือก และการทำนายจากลายเซ็น

2. กลวิธีการนำเสนอเพื่อการจูงใจ ผลการศึกษาพบการใช้กลวิธีการนำเสนอเพื่อการจูงใจ ดังนี้

2.1 การจูงใจผ่านเนื้อหา พบ 2 ลักษณะ คือ

(1) การสร้างความเชื่อมั่น – ผู้พยากรณ์ในรายการจะทำนายดวงชะตาของบุคคลโดยการแนะนำ แนวทางการดำเนินชีวิต เช่น การแนะนำอาชีพ แผนการเรียน

ยกตัวอย่างเช่น รายการเปิดดวง 12 ราศี มีนักเรียนโทรศัพท์เข้ามาถามเรื่องการเรียนต่อแพทย์ ผู้ พยากรณ์ทำนายว่า “เรียนได้แต่ฝากให้เป็นทางเลือก เพราะมีดวงสูงทางด้านศิลปะ การแสดง ดนตรี ออกแบบ ตกแต่ง การเงิน”

(2) การสร้างผลประโยชน์ตอบแทน – พบในรายการเปิดดวง 12 ราศี ซึ่งผู้ดำเนินรายการ ประชาสัมพันธ์รับบริจาคเงินช่วยผู้ประสบภัยน้ำท่วม “Miracle รวมน้ำใจไทยช่วยภัยน้ำท่วม” โดยให้ผู้บริจาคส่ง หลักฐานการโอนเงินมาเพื่อนำไปทำพิธีอธิษฐานจิตในช่วงปลายปี ซึ่งเป็นผลตอบแทนจากกิจกรรมอื่นทั่วไป

(3) การสร้างแนวทางแก้ไขปัญหาในชีวิต – ผู้พยากรณ์ในรายการจะทำนายดวงชะตาของบุคคลซึ่ง แสดงถึงปัญหาและอุปสรรคในชีวิตจากนั้นจึงนำเสนอวิธีการแก้ไขปัญหา

ยกตัวอย่างเช่น รายการดีลีฮวงจุ้ย หมออุณวันต์ทำนายดวงชะตาบุคคลจากสถานที่ตั้งบ้าน “บ้านทาวน์เฮาส์หลังบ้านชิดกัน ถ้าน้ำบ้านเป็นทิศใต้จะดี เพราะมีลมมาตลอด แต่หากไม่มีลมก็จะไม่ดี ทำอะไรจะคงที่ ทั้งนี้มีวิธีแก้ไขด้วยการติดลูกหมอนที่หลังคาเพื่อระบายอากาศ”

2.2 การจูงใจผ่านรูปแบบการนำเสนอ พบ 1 ลักษณะ คือ

(1) การเล่าเรื่อง – รายการโหราศาสตร์ทุกรายการจูงใจผู้ชมในรูปแบบเดียวกัน คือ การเล่าเรื่องโดยนักพยากรณ์หรือหมอดูจะเป็นผู้ดำเนินรายการ พูดคุยกับผู้ชมทางบ้าน ทำนายดวงชะตาแนะนำวิธีการแก้ไข ปัญหาชีวิตให้กับผู้ชมที่ sms และโทรศัพท์เข้ามาในรายการ



3. ปัญหาข้อกฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณ ผลการศึกษาไม่พบการนำเสนอเนื้อหาที่มีแนวโน้มขัดต่อจริยธรรมสื่อมวลชน และจรรยาบรรณโหร ดังนี้

3.1 จรรยาบรรณโหร

หลีกเลี่ยงการทายที่เป็นเหตุให้สามิภรรยาทะเลาะ ขัดแย้งหรือเลิกกัน – พบการทำนายดวงของสามิภรรยาและแนะนำวิธีการแก้ปัญหาโดยการให้นอนแยกกัน “ช่วง 2 ปีนี้สามีมีเรื่องที่ทำให้ผิดใจกัน แนะนำให้แยกห้องกันอยู่หรือแยกเตียงนอนให้ห่างออกจากกัน แต่ถ้าผ่าน 2 ปีนี้ไปได้จะอยู่ด้วยกันได้ยาว...”

รายการไสยศาสตร์-โหราศาสตร์

1. ประเภทเนื้อหา พบการนำเสนอเนื้อหาการทำนายดวงชะตาและพิธีกรรมเพื่อการสะเดาะเคราะห์ ขจัดปัดเป่าสิ่งชั่วร้าย

2. กลวิธีการนำเสนอเพื่อการจูงใจ ผลการศึกษาพบการใช้กลวิธีการนำเสนอเพื่อการจูงใจ ดังนี้

2.1 การจูงใจผ่านเนื้อหา พบ 3 ลักษณะ คือ

(1) การสร้างความหวาดกลัว – พบการนำเสนอเรื่องราวของพิธีกรรมรดน้ำมนต์แก้คุณไสย และพิธีเดินธาตุเพื่อขับไล่วิญญาณของอาจารย์หัตถาซึ่งเป็นนักพยากรณ์ (หมอดู) โดยทางรายการนำเสนอภาพอาการของบุคคลที่ถูกผีเข้า หรือถูกเล่นของ

ยกตัวอย่างเช่น รายการหัตถ์จิตนำเสนอเรื่องราวของชายถูกเล่นของสงฆ์เสียงดัง นั่งตัวสั่น ภาพหญิงสาวแสดงอาการโกรธ พุดไม่เป็นภาษา ซึ่งอาจทำให้ผู้ชมเกิดความหวาดกลัวต่ออำนาจลึกลับเหนือธรรมชาติ โดยพิธีกรรมดังกล่าวเป็นพิธีกรรมของรายการหัตถ์จิตซึ่งเป็นรายการทำนายดวงชะตา

(2) สร้างความเชื่อมั่น – พบการประชาสัมพันธ์วัดอุโมงค์ประเภทต่างๆ เช่น กุมารทอง หนูมาร รูปพระต่างๆ โดยผู้ดำเนินรายการซึ่งเป็นหมอดูระบุถึงอำนาจภาพของวัดอุโมงค์ที่จะช่วยให้ผู้ชมมีชีวิตที่ดีขึ้นทั้งทางด้านฐานะ เงินทอง ความสำเร็จ

ยกตัวอย่างเช่น รายการเส้นทางศักดิ์สิทธิ์มีการประชาสัมพันธ์กุมารทองสมบัติซึ่งมีอำนาจเรื่องความมั่งคั่งร่ำรวย “น้องกุมารทองสมบัติ ชื่อก็บอกอยู่แล้ว สมบัติจะมั่นคง จะยืนยงนิรันดร์ จะพอกพูน ร่ำรวยขึ้น...”

นอกจากนี้ยังพบการสร้างเชื่อมั่นในเรื่องความแม่นยำของนักพยากรณ์ (หมอดู) เพื่อจูงใจให้ผู้ชมเลือกใช้บริการผ่านการสัมภาษณ์คนที่เคยมาดูหมอดู

ยกตัวอย่างเช่น รายการเปิดดวง 12 ราศี มีการสัมภาษณ์บุคคลเพื่อยืนยันความแม่นยำในการทำนายดวงของอ.พจน์ สัตตเลข “พี่ไม่ใช่คนงมงาย แต่ทุกเรื่องอาจารย์พูดมาพี่อึ้งทุกข้อ ไม่ว่าเรื่องเล็กๆ ถึงก็นะ บอกได้หมดเลย พี่ถึงได้บอก อาจารย์ขอบคุณมากเลย”

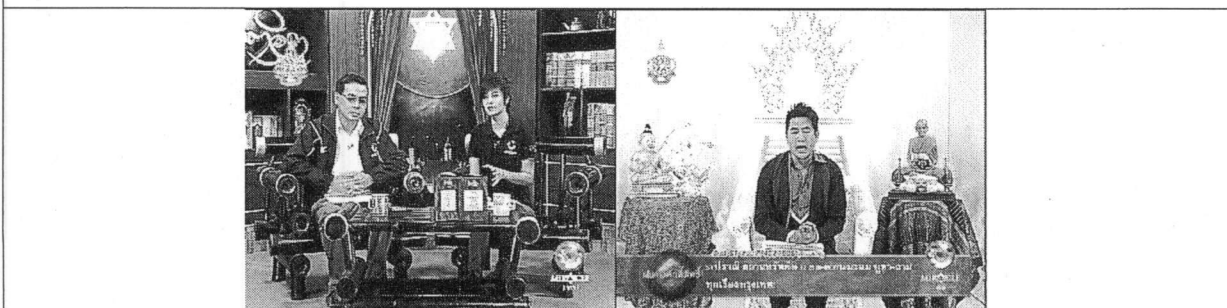
(3) การสร้างแนวทางแก้ไขปัญหาในชีวิตของผู้ชม – พบการนำเสนอวิธีการแก้กรรม สะเดาะเคราะห์ โดยผู้ดำเนินรายการซึ่งเป็นหมอดูจะบอกเล่าถึงปัญหาในชีวิตของผู้ชมแล้วเสนอวิธีการแก้ไขปัญหา

ยกตัวอย่างเช่น รายการเส้นทางศักดิ์สิทธิ์นำเสนอวิธีการปลดหนี้กรรมสำหรับคนที่เคยบบานศาลกล่าว หรือต้องคำสาปใดๆไว้ โดยหมอดูหยอง (หมอดู) จะเป็นคนทำพิธีดังกล่าว “ส่ง sms พิมพ์ ST ตามด้วยชื่อนามสกุล วันเดือนปีเกิดอย่างชัดเจนและตามด้วยคำว่า ขอใบถอนคำสาป ส่งมาที่หมายเลข 4221606 ซึ่งทุก sms หมอดูหยองจะเอาชะตาไปนั่งสมาธิเขียนดวงตั้งไว้ก่อนจะได้แก้กรรมแก้ดวงได้”

2.2 การจูงใจผ่านรูปแบบการนำเสนอ พบ 3 ลักษณะ คือ

(1) เล่าเรื่อง – พบการบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับพิธีกรรมการสะเดาะเคราะห์โดยผู้ดำเนินรายการสนทนากับผู้ชมที่บ้านเพื่อทำนายดวงชะตา และการสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการเกี่ยวกับความเป็นมาและอำนาจภาพของวัดอุโมงค์

ตัวอย่างภาพการเล่าเรื่อง



(2) อ้างอิงหลักฐาน – พบการอ้างอิงหลักฐานบุคคลผ่านการสัมภาษณ์พระสงฆ์ (พระครูปลัดสิทธิวัฒน์ หรือหลวงพี่น้ำฝน) ซึ่งท่านได้กล่าวยืนยันเรื่องอิทธิฤทธิ์อำนาจของกุมารทอง และการสัมภาษณ์บุคคลที่เคยมีประสบการณ์ดูหมอกกับหมอดูในรายการ รวมถึงหลักฐานภาพการประกอบพิธีรดน้ำมนต์ซึ่งเป็นกิจกรรมของทางรายการหัตถจิต ซึ่งภาพแสดงให้เห็นถึงอาการของคนที่ไม่โดนของและการรดน้ำมนต์

ตัวอย่างภาพการอ้างอิงหลักฐาน



(3) การใช้เทคนิคแสงสีเสียง – พบในรายการละครผี วิญญาณ พิธีกรรมซึ่งมีภาพกราฟฟิก ชาวนด์ เอฟเฟคประกอบการดำเนินเรื่องเพื่อสร้างความน่าสนใจ ความสมจริงที่จะทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมไปกับเหตุการณ์

3. ปัญหาข้อกฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณ ผลการศึกษาพบการนำเสนอเนื้อหาที่มีแนวโน้มขัดต่อมติมาเถรสมาคม และจรรยาบรรณโทรทัศน์ ดังนี้

3.1 มติมหาเถรสมาคม ครั้งที่ 7/2547 เรื่องการโฆษณาพระพุทธรูป/พระเครื่องและวัตถุมงคลในสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อวิทยุโทรทัศน์

ข้อ 1 การโฆษณาสรรพคุณพระพุทธรูปและวัตถุมงคล โดยอ้างแหล่งที่มาของวัตถุที่นำมาสร้างพระพุทธรูปและวัตถุมงคล จำนวนพระพุทธรูปและวัตถุมงคลที่นำมาจำหน่ายหรือแลกเปลี่ยนหรือมอบเป็นของที่ระลึก โดยไม่รู้จำกัด ตลอดจนอ้างอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ต่างๆ อาจเข้าข่ายการโฆษณาชวนเชื่อซึ่งหมิ่นเหม่ต่อการอวดอุตริมนุสสธรรม และเข้าลักษณะเบี่ยงเบนหลักพระสัทธรรม คือ ปริยัติ ปฏิบัติ ปฏิเวธ ได้ – พบว่ารายการเส้นทางศักดิ์สิทธิ์มีการสัมภาษณ์พระสงฆ์เกี่ยวกับอำนาจของกุมารทองสมบัติ “อาตมาเห็นมามากมายกับปาฏิหาริย์ที่ญาติโยมนำไปบูชา...อิทธิฤทธิ์ ปาฏิหาริย์เกิดจากจิตศรัทธา แรงอธิษฐาน...”

3.2 จรรยาบรรณโทรทัศน์

ข้อ 4 การรับหน้าที่สะเดาะเคราะห์โดยเห็นแก่ผลประโยชน์ส่วนตัวและเข้าตัวขอร้อง – พบว่ารายการหัตถจิต และรายการเส้นทางศักดิ์สิทธิ์มีการนำเสนอภาพ และการประชาสัมพันธ์พิธีกรรมสะเดาะเคราะห์ที่จัดขึ้นโดยหมอดูที่ทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินรายการ และทวิโรหพระ (ไหว้พระ 3 มหาราช ตาก สุโขทัย พิษณุโลก 19-20 พ.ย.นี้เพื่อชนะอุปสรรคทั้งหลาย) แม้จะไม่ได้มีการแนะนำต่อจากการทำนายดวงทันที แต่ก็อาจเป็นการจูงใจให้

ผู้ชมที่เคยรับคำทำนายที่ไม่ดีเลือกที่จะสะเดาะเคราะห์กับหมอดูดังกล่าว และถึงแม้ทางรายการเส้นทางศกดิ์สิทธิ์จะระบุชัดเจนว่าไม่เสียค่าใช้จ่ายในการสะเดาะเคราะห์ แต่การผู้ชมจะต้องแจ้งชื่อนามสกุล วันเดือนปีเกิดผ่านทาง sms ซึ่งอาจเป็นผลประโยชน์ทางอ้อมที่หมอดูจะได้รับจากพิธีกรรมนั้นๆ

โฆษณา

ผลการศึกษา พบ การนำเสนอโฆษณาประเภทโหราศาสตร์และไสยศาสตร์ซึ่งมีการออกอากาศซ้ำเกือบตลอดทั้งวัน ดังนี้

1. โฆษณาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับไสยศาสตร์ พบโฆษณาที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อความบันเทิง คือ เรื่องเล่า ประสบการณ์ของขวัญเกี่ยวกับผีและวิญญาณผ่านระบบอดิโอ เท็กซ์ และการประชาสัมพันธ์เข้าบูชา วัดมุนงคล ได้แก่ ลีดเกิดและรูปหล่อเรชินหลวงปู่ทวด รุ่นชุมทรัพย์โชคไพศาล และหลวงพ่อโสธร รุ่นบารมี ซึ่งรายละเอียดในโฆษณาระบุถึงรุ่น อานุภาพของวัดมุนงคล ราคาบูชา และเบอร์ติดต่อสั่งซื้อ

ตัวอย่างภาพโฆษณาไสยศาสตร์

2. โฆษณาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโหราศาสตร์ พบโฆษณาการดูดวงชะตาผ่านระบบอดิโอ เท็กซ์ จากนักพยากรณ์ที่มีชื่อเสียง เช่น จตุรเทพพยากรณ์, อ.ช้าง ทศพร ศรีตุลา, หมอกฤษณ์ คอนเฟิร์ม, หมอลักษณ์ เลขานีเทศ, หมอหยอง, ปุโลกเบี้ยว ซึ่งรายละเอียดในโฆษณาระบุถึงชื่อหมอดู ประเด็นการทำนาย ผลดีของการดูดวง และวิธีการรับคำทำนาย

ตัวอย่างภาพโฆษณาโหราศาสตร์

ประเภทเนื้อหา	กลวิธีการดูใจ		ปัญหาด้านข้อกฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ
	เนื้อหา	รูปแบบ	
รายการ	1. วัตถุมงคล (พระเครื่อง และประวัติดิเรกจารย์)	1. สร้างความเชื่อมั่น (บอกเล่าถึงพุทธคุณอานุภาพของพระเครื่อง เช่น คงกระพัน ป้องกันอันตราย) 2. พิสูจน์ (ภาพการทดสอบอานุภาพ วัตถุมงคล เช่น เอาปืนจ่อไปที่พระเครื่องแล้วไม่ลั่น การเอาเหล็กร้อนลูบ การจุ่มน้ำในน้ำกรด) แต่มีการอธิบายความจริงเพื่อปฏิเสธความเชื่อ และการสอนของพระสงฆ์	1. พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค (โฆษณา มาตรา 23) โฆษณาด้วยวิธีการอันเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกาย จิตใจ - เล่าถึงอานุภาพของวัตถุมงคลว่าได้แล้วยังไม่เข้า ปืนไม่ลั่น และการทดสอบการยิงปืนทดสอบอานุภาพตะกวด พระเครื่อง 2. มติมหาเถรสมาคม เรื่องการห้ามพระสงฆ์โฆษณาอวดอ้างอิทธิฤทธิ์ ปาฏิหาริย์ของวัตถุมงคล - พบการอวดอ้างอิทธิฤทธิ์ของภุมการทองโดยพระสงฆ์
	2. เหตุการณ์เหนือธรรมชาติ	1. จำลองเหตุการณ์ (ละครสั้นจบในตอน) รายการจัดจ้ป้าพิหารีย์	1. พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค (โฆษณา มาตรา 23) โฆษณาด้วยวิธีการอันเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกาย จิตใจ - นำเสนอวิธีการศึกษาปัญหาสุขภาพด้วยวิธีที่ไม่น่าเชื่อถือและอาจเป็นอันตราย เช่น การทานอาหารต่อจากสุนัข และการรับประทานคางคก
	3. ผี วิญญาณ	1. สร้างความหวาดกลัว (เพื่อความบันเทิง) เนื้อหาเกี่ยวกับแรงอาฆาตของวิญญาณ	(ไม่พบปัญหา)
	4. พิธีกรรม	1. สร้างความเชื่อมั่น (พิธีกรรมนำมนต์ แก้วคุณไสย)	(ไม่พบปัญหา)
	5. ตำนานความเชื่อ	(เป็นเพียงการให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับตำนานความเชื่อโบราณ)	(ไม่พบปัญหา)

		เช่น เรื่องวังพญานาค)	ชาวบ้านในพื้นที่เกี่ยวกับเรื่องวาลูกลับที่เกิดขึ้น) 3.จำลองเหตุการณ์ (จำลองเรื่องวังพญานาค)	
โฆษณา	วัดถมมงคล	1.สร้างความเชื่อมั่น (อาณาเขตของพระเครื่องด้านความปลอดภัย บารมี โชคลาภ ฯลฯ)	1.เล่าเรื่อง (บรรยายเรื่องประกอบภาพ) ระบุถึง รุ่น มวลสาร อาณาเขตราคาเช่าบูชา และช่องทางเช่าบูชา (ติดต่อ call center)	(ไม่พบปัญหา)

ตารางสรุปภาพรวมรายการโทรทัศน์ช่อง Miracle Channel

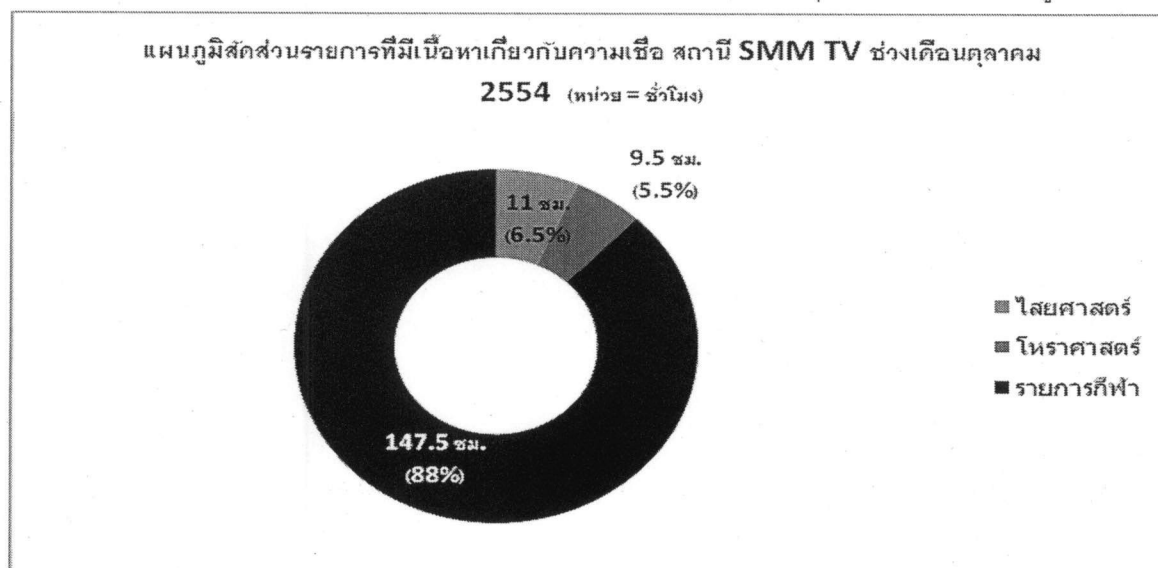
	ประเภทเนื้อหา	กลวิธีการดูใจ		ปัญหาด้านข้อกฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ
		เนื้อหา	รูปแบบ	
รายการ	ทำนายดวงชะตาบุคคล (ทำนายจากไพ่ ชีอ นามสกุล วันเดือนปีเกิด และสถานที่อยู่อาศัย)	1.สร้างความเชื่อมั่น (แนะนำแนวทางการค้าเน้นชีวิต) 2.สร้างวิธีแก้ไขปัญหา (แนววิธีการสะเดาะเคราะห์ ตัดกรรม ลดกรรม แก้เคล็ดต่างๆ)	1.เล่าเรื่อง (บรรยายเรื่อง และพูดคุยกับผู้ชมที่โทรศัพท์เข้ามาในรายการ)	จรรยาบรรณโทร หลีกเลี่ยงการทนายที่เป็นเหตุให้เสียมีภรรยาทะเลาะ ขัดแย้งหรือเล็กกัน - พบการทำนายดวงของสามีภรรยาและแนะนำวิธีการแก้ปัญหาโดยการให้ถอนแยกกัน สภาพปัญหาที่ไม่ได้ระบุไว้ในจรรยาบรรณโทร ** พบการแสดงผลประโยชน์ทางสังคมจากการทำงานถวายดวง เช่น การประชาสัมพันธ์ให้พระ และการส่ง sms ขอไปถอนคำสาบาน ถอนคำสาป แก่ดวงแก่กรรมจากภัยกลายเป็นดี
	ทำนายดวงชะตาบุคคล เนื้อหาระบุถึงชื่อหมดดูประเด็นการทำนาย ผลดีของการดูหมอด และช่องทางการรับคำทำนาย)	1.สร้างความเชื่อมั่น (บอกผลดีของการดูดวง หรือการรู้ดวงชะตาส่งหน้า)	1.เล่าเรื่อง (บรรยายเรื่องโดยนักพยากรณ์ หรือหมอดู)	(ไม่พบปัญหา)

ช่อง SMM TV

ข้อมูลทั่วไปของช่องสถานี : ช่องสถานีเอสเอ็มเอ็ม ทีวีเป็นธุรกิจของบริษัทสยามสปอร์ตซินดิเคท ซึ่งเป็นบริษัทชั้นนำด้านสื่อกีฬา โดยมีบริษัทในเครือ คือ บริษัทสยามมงคลซึ่งทำธุรกิจวัดมุงคล และการจัดพิธีกรรมทางไสยศาสตร์เพื่อการปลุกเสกวัตถุมงคล ซึ่งบริษัทเนชั่นบรอดแคสติ้งได้จัดให้อยู่ในหมวดรายการกีฬา รายการและโฆษณาความเชื่อทางไสยศาสตร์ของทางสถานีมีทั้งวัตถุมงคล สิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามความเชื่อของชาวพุทธ ชาวพราหมณ์-ฮินดู และชาวจีน รวมถึงรายการและโฆษณาโหราศาสตร์ที่เน้นการทำนายดวงชะตา และการทำนายผลการแข่งขันฟุตบอล

ผลการศึกษาสัดส่วนเวลาออกอากาศ

พบรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อ 7 รายการ รวมเวลาออกอากาศทั้งสิ้น 20.5 ชั่วโมง/สัปดาห์ แบ่งรายการออกเป็น 2 ประเภท เรียงตามลำดับสัดส่วนการออกอากาศจากมากที่สุดตามลำดับ ดังแผนภูมิต่อไปนี้



ผลการศึกษาเนื้อหารายการ

ผลการศึกษาพบรายการความเชื่อทั้งหมด รายการ แบ่งตามประเภทความเชื่อได้ดังนี้
รายการความเชื่อไสยศาสตร์พบทั้งหมด 3 รายการ ดังนี้

ประเภท	รายการ	รายละเอียด
วัตถุมงคล เครื่องรางของขลัง	สยามมงคล	ประชาสัมพันธ์เช่าบูชาวัตถุมงคล เช่น พระเครื่อง และรูปจำลององค์เทพต่างๆ เช่น เทพเจ้ากวนอู ปี เชื้อยะ พระพิฆเนศ รวมถึงยันต์ต่างๆ
	สยามมงคลสุดสัปดาห์	ประชาสัมพันธ์วัตถุมงคล (1ชิ้นต่อ 1 ตอน) โดยเน้นที่พิธีกรรมการปลุกเสก และการทดสอบอำนาจของวัตถุมงคลนั้นๆ
ตำนาน ความเชื่อ	เปิดตำนานความเชื่อ	เรื่องเล่า ตำนานของเทพเจ้าต่างๆที่มีความศักดิ์สิทธิ์ อิทธิฤทธิ์ ปาฏิหาริย์ในด้านต่างๆ รวมถึงรายละเอียดพิธีกรรมเพื่อการกราบไหว้บูชาเทพเจ้าองค์นั้นๆ

รายการความเชื่อโหราศาสตร์พบทั้งหมด 3 รายการ ดังนี้

รายการ	รายละเอียด
พลังเลขพลิกษะดา	ทำนายดวงชะตาของผู้ชมที่ sms และโทรศัพท์เข้ามาในรายการ โดยทำนายจากตัวเลขที่เกี่ยวข้องกับบุคคล เช่น วันเดือนปีเกิด เลขบัตรประชาชน เลขที่บ้าน ทะเบียนรถ ฯลฯ
โป๊ยหยี่ชะตา	ทำนายดวงชะตาของผู้ชมที่ sms และโทรศัพท์เข้ามาในรายการ เป็นการทำนายแบบจีนโดยทำนายจากชื่อนามสกุล วันเดือนปีเกิด
เปิดดาว ๙ ทันดวง	ทำนายดวงชะตาของผู้ชมที่ sms และโทรศัพท์เข้ามาในรายการ โดยทำนายจากชื่อ วันเดือนปีเกิด และเวลาเกิด มีการแนะนำวิธีแก้ไขปัญหา

รายการไสยศาสตร์

1. ประเภทเนื้อหา ผลการศึกษาพบการนำเสนอเรื่องราวความเชื่อไสยศาสตร์ 2 ประเภท คือ วัตถุมงคล เครื่องรางของขลัง และตำนานความเชื่อ สำหรับรายการประเภทวัตถุมงคลจะมีวัตถุประสงค์เพื่อการขายโดยผู้ดำเนินรายการจะระบุถึงอำนาจความศักดิ์สิทธิ์และราคาเช่าบูชาซึ่งทั้งหมดเป็นสินค้าของทางบริษัทสยามมงคล ในขณะที่รายการประเภทตำนานจะนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาและการบูชาองค์เทพเจ้า

2. กลวิธีการนำเสนอเพื่อการจูงใจ ผลการศึกษาพบการใช้กลวิธีการนำเสนอเพื่อการจูงใจ ดังนี้

2.1 การจูงใจผ่านเนื้อหา พบ 1 ลักษณะ คือ

(1) การสร้างความเชื่อมั่น – พบว่ารายการความเชื่อไสยศาสตร์ทุกรายการเน้นการนำเสนออำนาจ ความศักดิ์สิทธิ์ของวัตถุมงคล พิธีกรรม และเทพเจ้าต่างๆที่จะช่วยสร้างความปลอดภัย ความสุข อำนาจ บารมี โชคลาภความร่ำรวยให้ชีวิตของผู้ที่เคารพบูชา

ยกตัวอย่างเช่น รายการสยามมงคล ผู้ดำเนินรายการกล่าวถึงอำนาจด้านโชคลาภของปีเตี้ยะ ซึ่งเป็นเครื่องรางของชาวจีน “ปีเตี้ยะจากวัดแดงประชาราษฎร์ เป็นสัตว์สวรรค์ที่บริโภคแต่เงินทอง โภคทรัพย์ ไม่มี รุทวาร จะเก็บทรัพย์สินอยู่ภายใน จะทำให้ผู้เป็นเจ้าของมีเงินทอง ผ่านพิธีพุทธาภิเษกแบบไทยและเบิกเนตรแบบ จีนอย่างถูกต้อง”

2.2 การจูงใจผ่านรูปแบบการนำเสนอ พบ 5 ลักษณะ คือ

(1) การเล่าเรื่อง – พบในทุกรายการ โดยผู้ดำเนินรายการจะเป็นผู้บอกเล่าถึงรายละเอียดของวัตถุมงคล เครื่องรางของขลัง หรือตำนานความเชื่อต่างๆ เช่น ประวัติความเป็นมา การปลุกเสก มวลสาร อำนาจ พิธีกรรม การบูชา และราคาเช่าบูชา ทั้งนี้ทั้งการเล่าเรื่องแบบพูดคนเดียว การเล่าเรื่องประกอบภาพเหตุการณ์ และการเล่าเรื่องผ่านการสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในความเชื่อนั้นๆ เช่น การสัมภาษณ์ผู้ทำพิธีกรรม บูชาพระแม่อุมาเทวีเกี่ยวกับขั้นตอนพิธีกรรม

ตัวอย่างภาพการเล่าเรื่อง



(2) การอ้างอิงหลักฐาน – พบการอ้างอิงหลักฐานบุคคลจากการสัมภาษณ์พระอาจารย์ปัญญาเพื่อยืนยันเรื่องพุทธคุณของยันต์เกราะเพชร

ตัวอย่างภาพการอ้างอิงหลักฐาน



(3) การจำลองเหตุการณ์ – พบในรายการเปิดตำนานความเชื่อซึ่งมีการจำลองเหตุการณ์ประวัติความเป็นมาของพระแม่อุมาเทวีในรูปแบบแอนิเมชันซึ่งจะช่วยให้การนำเสนอมีความน่าสนใจและช่วยให้ผู้ชมเข้าใจและจดจำเรื่องราวได้ง่ายและชัดเจนมากขึ้น

ตัวอย่างภาพการจำลองเหตุการณ์



(4) การพิสูจน์ – พบในรายการสยามมงคลสุดสัปดาห์ซึ่งนำเสนอเรื่องราวของพิธีปลุกเสกยันต์เกราะเพชร ณ อาคารสยามอินเตอร์ โดยพระอาจารย์ปัญญา เขมะปัญโญ พระเกจิอาจารย์วัดชนะสงคราม โดยพระอาจารย์ปัญญาทำพิธีเป่ายันต์แล้วให้บุคคลใช้มีดดาบปลายแหลมเขี่ยลงไปที่บริเวณเอว หน้าท้อง คอ กลางลำตัว กลางหลัง และแขนของคนที่มาเข้าร่วมพิธีปลุกเสก

ตัวอย่างภาพการพิสูจน์



(5) การพหามสถานที่จริง – พบในรายการเปิดตำนานความเชื่อซึ่งผู้ดำเนินรายการพหามพิธีการบูชาพระแม่อุมาเทวีในเทศกาลนวราตรี ณ วัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขกสีลม) ซึ่งผู้ชมทางบ้านจะได้เห็นภาพการประกอบพิธี จำนวนผู้คนที่มาร่วมพิธี และเหตุการณ์แปลกประหลาดที่เกิดขึ้นกับผู้ร่วมพิธี เช่น การร่ายรำโดยไม่รู้ตัว ในขณะที่รายการสยามมงคลสุดสัปดาห์ ผู้ดำเนินรายการพาไปชมพิธีการปลุกเสกเป่ายันต์เกราะเพชร ซึ่งผู้ชมจะได้เห็นถึงผู้ปลุกเสก ผู้ที่มาร่วมงาน ขั้นตอนการปลุกเสก และการพิสูจน์อานุภาพของพิธี

การพหามสถานที่จริงจะส่งผลให้เรื่องราวมีความสมจริงและมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น นอกจากนี้การได้เห็นภาพความยิ่งใหญ่ของพิธี และภาพประชาชนจำนวนมากที่ไปเข้าร่วมพิธีอาจส่งผลให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกคล้อยตามความเชื่อและเกิดความศรัทธาต่อความเชื่อนั้นๆ

ตัวอย่างภาพการพหามสถานที่จริง



3. ปัญหาข้อกฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณ ผลการศึกษาพบการนำเสนอเนื้อหาที่มีแนวโน้มขัดต่อกฎหมาย และจริยธรรมสื่อมวลชน ดังนี้

3.1 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ส่วนที่ 2 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา

มาตรา 22 ข้อ 1 ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง – พบการบิดอ้างความสามารถพิเศษของบุคคล (ริว จิตสัมผัส) ว่าสามารถติดต่อกับเทพเจ้ากวนอูได้ “คุณริว ก็เป็นผู้ที่สื่อถึงเทพเจ้ากวนอูได้ ซึ่งเทพเจ้ากวนอูองค์นี้คุณริว จิตสัมผัสเป็นเจ้าพิธีในการเบิกเนตร...อ่านโองการอัญเชิญเทพเจ้ากวนอูมาให้พรในพิธีกรรมเบิกเนตร”

มาตรา 23 การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกาย หรือจิตใจหรืออันอาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง – พบการนำเสนอภาพการ

ทดสอบอานูภาพของวัดมุงคลโดยการนำมีดดาบกรีดลงไปบนร่างกายของบุคคลเพื่อพิสูจน์ว่าการบูชาวัดมุงคลนั้นๆจะช่วยให้ผู้บูชาแคล้วคลาด คงกระพัน พังแทงไม่เข้า อย่างไรก็ตามทางรายการขึ้นข้อความเตือนและผู้ดำเนินรายการแนะนำไม่ให้ผู้ชมลอกเลียนแบบการกระทำดังกล่าว

รวมถึงการถอดอานูภาพของวัดมุงคลที่อาจส่งผลให้ผู้ชมใช้ชีวิตด้วยความประมาทหรือทดลองอานูภาพด้วยวิธีที่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ชีวิต “ยันต์เกราะเพชรของพระปัญญา เขมปัญญาญ มีพุทธคุณ คือ แคล้วคลาดปลอดภัย เวลาเดินไปไหน ไม่ตายโง่งอย่างเด็ดขาด ไม่ตายด้วยพิษสัตว์ทุกชนิด”

3.2 มติมหาเถรสมาคม ครั้งที่ 7 เรื่องการโฆษณาพระพุทธรูป/พระเครื่องและวัดมุงคลในหนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อวิทยุโทรทัศน์

ข้อ 1 การโฆษณาสรรพคุณพระพุทธรูปและวัดมุงคล โดยอ้างแหล่งที่มาของวัสดุที่นำมาสร้างพระพุทธรูปและวัดมุงคล จำนวนพระพุทธรูปและวัดมุงคลที่นำมาจำหน่ายหรือแลกเปลี่ยนหรือมอบเป็นของขวัญที่ระลึก โดยไม่รู้จักหมด ตลอดจนการอ้างอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ต่างๆอาจเข้าข่ายการโฆษณาชวนเชื่อ ซึ่งหมิ่นเหม่ต่อการอวดอุตริมนุสสรธรรม และเข้าลักษณะเบี่ยงเบนหลักพระสัทธิธรรม คือ ปริยัติ ปฏิบัติ ปฏิเวธ ได้ – พบพระสงฆ์ถอดอานูภาพยันต์เกราะเพชร และยินยอมให้มีการทดสอบอานูภาพของวัดมุงคลดังกล่าว

รายการโหราศาสตร์

1. ประเภทเนื้อหา ผลการศึกษาพบการนำเสนอเนื้อหาการทำนายดวงชะตาบุคคลเหมือนกันทุกรายการ แต่มีข้อแตกต่างกันในเรื่องของวิธีการทำนายซึ่งสามารถแบ่งได้หลายวิธีตามหลักของคนไทย และคนจีน ซึ่งส่วนใหญ่จะเน้นการทำนายจากตัวเลข วันเดือนปีเกิด เลขบ้าน เลขทะเบียนรถ รวมถึงชื่อสกุลของบุคคล

2. กลวิธีการนำเสนอเพื่อการจูงใจ ผลการศึกษาพบการใช้กลวิธีการนำเสนอเพื่อการจูงใจ ดังนี้

2.1 การจูงใจผ่านเนื้อหา พบ 2 ลักษณะ คือ

(1) การสร้างความเชื่อมั่น – พบว่าผู้พยากรณ์ในรายการจะทำนายดวงชะตาของบุคคลโดยการแนะนำว่าควรจะทำหรือไม่ทำอะไรในช่วงนี้ หรือสิ่งที่ทำอยู่ขณะนี้ เป็นสิ่งที่ดีและเหมาะสมหรือไม่

ยกตัวอย่างเช่น รายการพลังเลขพลิกชะตา ผู้ชมทางบ้านโทรศัพท์เข้ามาสอบถามถึงความมั่นคงของประภทธุรกิจที่กำลังดำเนินการอยู่ ซึ่งผู้พยากรณ์ทำนายจากเลขบัตรประชาชนว่างานมีความเหมาะสมและมีความก้าวหน้า “มีความเหมาะสมของงานที่ทำ มีโอกาสเจริญก้าวหน้าเพราะผู้ชายเลข 1 คือ การมีกิจการเป็นของตนเอง ส่วน 89 เกี่ยวกับธุรกิจต่างชาติโดยเฉพาะ”

นอกจากนี้ยังพบการสร้างเชื่อมั่นในตัวผู้พยากรณ์ว่าเป็นคนที่มีความสามารถพิเศษในการทำนายทายทักเรื่องดวงชะตาได้อย่างแม่นยำ โดยผู้ดำเนินรายการอ่านคำให้สัมภาษณ์รว จิตสัมผัสผัสเรื่องการทำนายเหตุการณ์น้ำท่วม “เรื่องภัยพิบัติไม่ต้องพูดถึงครับ ในปีเถาะปัญหาน้ำท่วมก็ยังคงเจออยู่ ภัยหนาวก็ยังต้องเจออยู่ สิ่งเหล่านี้จะปรากฏชัดเจนในปีที่เพิ่มขึ้น ปีเสือก็แค่จดหมายเตือนเท่านั้นเอง แต่ปีเถาะจะเกิดภัยพิบัติ

ที่รุนแรงกว่า” ซึ่งเมื่อผู้ชมเกิดความเชื่อมั่นในความแม่นยำของวิธี จิตสัมผัส ก็อาจส่งผลให้ผู้ชมต้องการทำนายดวงชะตากับวิธีหรือต้องการเข้าบูชาวัตถุมงคลที่รับเป็นผู้ปลุกเสก

(2) การสร้างแนวทางแก้ไขปัญหาในชีวิต – พบว่ารายการทำนายดวง ผู้พยากรณ์จะแนะนำวิธีการสะเดาะเคราะห์เพื่อปรับเปลี่ยนดวงชะตาให้ดีขึ้นในกรณีที่ผู้ที่โทรศัพท์เข้ามาดูดวงนั้นมีดวงชะตาที่ไม่ดี หรือมีปัญหาในชีวิต ซึ่งวิธีแก้ไขจะมีทั้งการทำบุญ การหาฤกษ์มงคลเพื่อทำกิจกรรมต่างๆ และการปิดทองแก้เคล็ด ฯลฯ

ยกตัวอย่างเช่น รายการเปิดดาว ๙ ทันดวง ผู้พยากรณ์จะทำนายถึงปัญหาเคราะห์กรรมของผู้ที่โทรศัพท์เข้ามาในรายการและแนะนำวิธีแก้โดยการทำบุญทำกุศล “คุณควรจะไปปล่อยสัตว์ เช่น อาจจะไปซื้อปลาในตลาดสด อาจารย์อยากแนะนำให้ไปซื้อในตลาดสด ไปปล่อยในแม่น้ำลำคลองให้เค้ามีชีวิตรอดต่อไป ปล่อยวัวสักตัวหนึ่ง หรือจะไปทำบุญตามมูลนิธิอะไรก็ได้ รพ.สงฆ์ก็ได้ ตัวคุณเองก็อย่าฆ่าสัตว์ตัดชีวิตนะ เพราะว่ากรรมเก่าคุณมีเรื่องเกี่ยวกับพวกนี้อยู่แล้วนะ...”

รายการพลังเลขพลิกชะตา ผู้พยากรณ์ได้ทำนายดวงชะตาของผู้ที่โทรศัพท์เข้ามาดูดวงว่า ทะเบียนรถไม่ดีอาจทำให้เกิดอุบัติเหตุ จากนั้นจึงแนะนำวิธีการแก้ไขปัญหาโดยการให้เจ้าของทะเบียนรถนำทองคำเปลวไปติดบนเลขทะเบียนที่มีปัญหา

2.2 การจูงใจผ่านรูปแบบการนำเสนอ พบ 1 ลักษณะ คือ

(1) การเล่าเรื่อง – รายการโหราศาสตร์ทุกรายการจูงใจผู้ชมในรูปแบบเดียวกัน คือ นักพยากรณ์ดวงชะตาหรือหมอดูจะทำหน้าที่ดำเนินรายการ พูดคุย ทำนายดวงชะตาให้กับผู้ชมทางบ้านที่ sms และโทรศัพท์เข้ามาดูดวง

ตัวอย่างภาพการเล่าเรื่อง



3. ปัญหาข้อกฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณ ผลการศึกษาไม่พบปัญหาเรื่องประเด็นดังกล่าว

โฆษณา

ผลการศึกษา พบ การนำเสนอโฆษณาประเภทไสยศาสตร์และโหราศาสตร์ ดังนี้

1. โฆษณาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับไสยศาสตร์ พบโฆษณานิยายสารประวัตินิยายต่างๆและวัตถุมงคลซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่เคยนำเสนอในรายการของทางช่องสถานี เช่น องค์เทพเจ้ากวนอู องค์พระพิฆเนศ

ยันต์มหาลักษมี พระขุนแผนรุ่นบุญฤทธิ์ยันต์ 5 แถว พระพุทธรูปเมตตามหานิยม รายนละเอียดโฆษณาระบุถึงรุ่น
มวลสาร การปลุกเสก อานุภาพ ราคา เบอร์และสถานที่จำหน่าย

ตัวอย่างโฆษณาไสยศาสตร์



2. โฆษณาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโหราศาสตร์ พบโฆษณาทำนายผลการแข่งขันฟุตบอลตามหลัก
ตำแหน่งดวงดาวผ่านระบบออไดโอเท็กซ์

นอกจากนี้ยังพบโฆษณานิยายสารของสำนักพิมพ์สยามมงคลซึ่งเป็นบริษัทในเครือสยามอินเตอร์
มัลติมีเดีย ซึ่งมีเนื้อหาสนับสนุนการพนันหวย ได้แก่ หนังสือคู่มือซื้อหวยรัฐ นิยายสารเขียน นิยายสารโหราหาเวทย์
ซึ่งรายละเอียดโฆษณาระบุถึงชื่อหนังสือ เนื้อหาโดยย่อ และสถานที่จำหน่าย ซึ่งขัดต่อพระราชบัญญัติคุ้มครอง
ผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ส่วนที่ 2 เรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา มาตรา 22 ข้อ 3 ข้อความที่เป็นการ
สนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำความผิด กฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรม
ของชาติคือ การส่งเสริมอบายมุข คือ การพนันฟุตบอล และการพนันหวย

ตัวอย่างโฆษณาโหราศาสตร์



ตารางสรุปภาพรวมรายการไต่สวนคดีของ SMM TV

	ประเภทเนื้อหา	กลวิธีการจูงใจ		ปัญหาด้านข้อกฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณ
		เนื้อหา	รูปแบบ	
รายการ	1. วัตถุมงคล (พระเครื่อง ยันต์เกราะเพชร เทพเจ้ากวนอู ปีสี่ียะ ฯลฯ)	1. สร้างความเชื่อมั่น (อำนาจ ความศักดิ์สิทธิ์ขององค์เทพ และพระเครื่องด้านโชคลาภ ความรุ่งเรือง เมตตามหานิยม ฯลฯ) 2. สร้างแนวทางแก้ไขปัญหาชีวิต (บูชาเทพเจ้าแล้วจะช่วยแก้ปัญห ทำให้ชีวิตดีขึ้น เช่น เทพเจ้ากวนอู ช่วยให้ออกดีชีวิตจากอุปสรรคติดขัด)	1. เล่าเรื่อง (บอกเล่าเรื่องราวความเป็นมา ลักษณะ อาณาเขตของวัตถุมงคล) 2. อ้างอิงหลักฐาน (สัมภาษณ์พระอาจารย์ เพื่อยืนยันอาณาเขตของวัตถุมงคล) 3. การทดสอบ (ภาพการทดสอบอาณานาฬิกาของยันต์เกราะเพชร) 5. พาทชมสถานที่จริง (ผู้ดำเนินรายการพาชมสถานที่และการปลุกเสกยันต์เกราะเพชร)	1. พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค ด้านการโฆษณา (มาตรา 22 ข้อ 1) - ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง - อวดอ้างว่าวิจิตรพิสดาร 2. มติมหาเถรสมาคม เรื่องการโฆษณาสรรพคุณพระพุทธรูปและวัตถุมงคล - การอ้างอิทธิฤทธิ์ ปาฏิหาริย์ของวัตถุมงคลทางพุทธศาสนา - พระสงฆ์อวดอ้างอิทธิฤทธิ์ของยันต์เกราะเพชรและยินยอมให้มีการทดสอบอาณานาฬิกา
	2. ด้านความเชื่อ (องค์เทพเจ้า พระแม่อุมาเทวี)	1. สร้างความเชื่อมั่น (อำนาจความศักดิ์สิทธิ์ของพระแม่อุมาเทวีด้านบารมี)	1. เล่าเรื่อง (บรรยายประวัติความเป็นมาขององค์เทพ และความศักดิ์สิทธิ์) 2. จำลองเหตุการณ์ (จำลองประวัติพระแม่อุมาเทวี) 3. พาทชมสถานที่จริง (พาชมวัดแขกสีลม สถานที่บูชาพระแม่อุมาเทวี)	(ไม่พบปัญหา)
	วัตถุมงคล (พระเครื่อง เหรียญบูชา องค์เทพเจ้าจำลอง)	1. สร้างความเชื่อมั่น (อำนาจความศักดิ์สิทธิ์ของวัตถุมงคลด้านโชคลาภ บารมี คงกระพัน ฯลฯ)	1. เล่าเรื่อง (บรรยายประกอบภาพ) ระบุถึงชื่อรุ่น ขนาดสาร อาณานาฬิกา ราคาเช่าบูชา และช่องทางในการเช่าบูชา	(ไม่พบปัญหา)
โฆษณา				

ตารางสรุปภาพรวมรายการโทรทัศน์ช่อง SMM TV

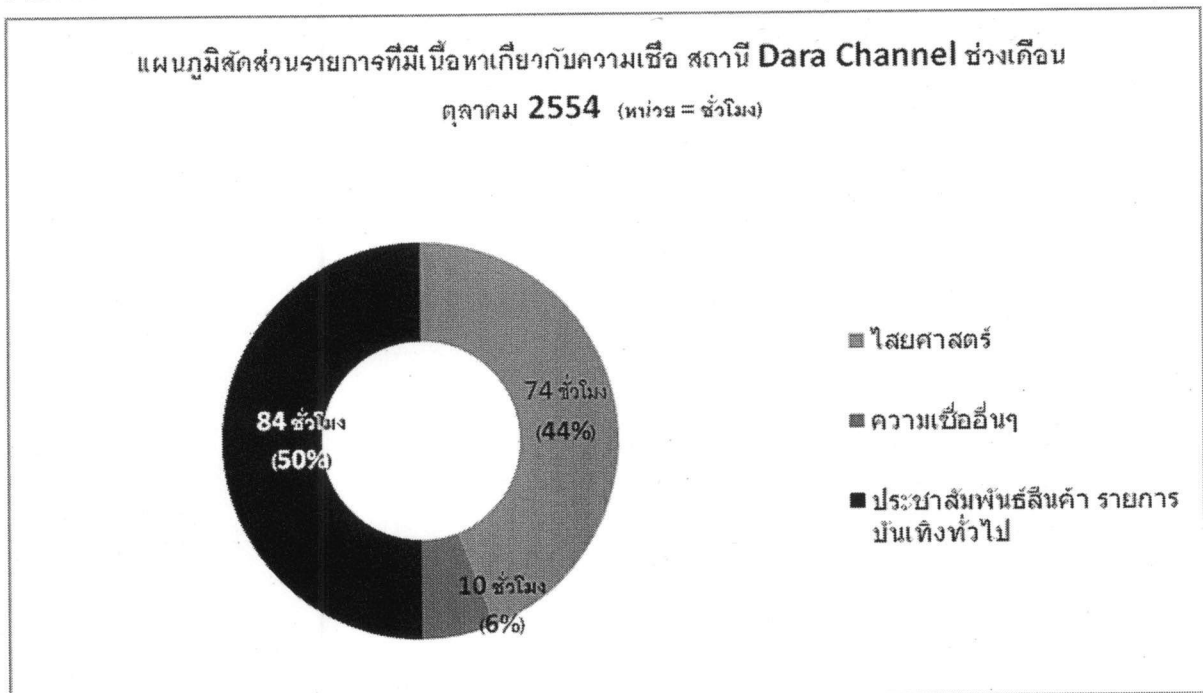
	ประเภทเนื้อหา	กลวิธีการดูใจ		ปัญหาด้านกฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณ (ไม่พบปัญหา)
		เนื้อหา	รูปแบบ	
รายการ	ทำนายดวงชะตาบุคคล (จากวันเดือนเกิด ทะเบียนรถ เลขที่บ้าน เลข บัตรประจำตัวประชาชน)	1.สร้างความเชื่อมั่น - เชื่อมั่นในกฎการค้าเป็นชีวิต (แนะนำวิธีการดำเนินชีวิตที่ถูกต้องเหมาะสม) -เชื่อมั่นในผู้พยากรณ์ (ความแม่นยำจริง จิตสัมผัส) 2.สร้างแนวทางแก้ไขปัญหา (แนะนำวิธีแก้เคล็ด ปรับ พฤติกรรม และสถานที่อยู่อาศัย)	1.การเล่าเรื่อง (นักพยากรณ์(หมอดู)พูดคุยกับผู้ชมที่โทรศัพท์เข้ามา หรือบรรยายค่าทำนายให้ผู้ชมที่ sms เข้ามา 2.อ้างอิงหลักฐาน (อ้างอิงค่าให้สัมภาษณ์ของวีวในหนังสือพิมพ์ว่าทำนายเรื่องน้ำท่วมได้แม่นยำมาก)	
	ทำนายผลบอลตามหลักโหราศาสตร์ (ดวงดาว สี)	1.สร้างความเชื่อมั่น (ระบุเน้นย้ำความแม่นยำในการทายผล เช่น ที่เด็ดขาดบอล พันธังโดนใจ)	1.การเล่าเรื่อง (เสียงบรรยายประกอบภาพการแข่งขันฟุตบอล)	พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค ด้านการโฆษณา (มาตรา 22 ข้อ 3) ข้อความที่สนับสนุนให้มีการกระทำผิด กฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียวัฒนธรรมชาติ - พบการโฆษณาบริการทนายผลบอลละหนึ่งสัปดาห์เลขเด็ด ซึ่งเป็นการสนับสนุนอบายมุขด้านการพนัน *** พบการโฆษณาโดยสสารไม่หาย***

สรุปผลการศึกษาช่อง Dara Channel

ข้อมูลทั่วไปของช่องสถานี : ช่องสถานีดารา แชนแนล เป็นธุรกิจของบริษัทโอมมหารวย จำกัด เจ้าของ คือ นาง จันทนา ศิริผล นักแสดงอาวุโส บริษัทเนชั่นบรอดแคสติ้งได้จัดช่องดังกล่าวให้อยู่ในหมวด Direct sale วัตถุประสงค์หลักของช่อง คือ การประชาสัมพันธ์ขายเครื่องรางของขลัง วัตถุมงคล และเครื่องประดับ อัญมณีของบริษัทโอมมหารวย จำกัด และบริษัทดารามณีจิวเวลรี่ 2001 โดยมีจุดขายสำคัญ คือ อาจารย์หนู กันภัย (ปรมาจารย์ชื่อดังด้านการสักยันต์) ซึ่งเป็นผู้ปลุกเสกวัตถุมงคลที่มีการประชาสัมพันธ์เข้าหูตาในรายการ

ผลการศึกษาสัดส่วนเวลาออกอากาศ

พบรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อ 13 รายการ รวมเวลาออกอากาศทั้งสิ้น 84 ชั่วโมง/สัปดาห์ แบ่งรายการออกเป็น 2 ประเภท เรียงตามลำดับสัดส่วนการออกอากาศจากมากที่สุดตามลำดับ ดังแผนภูมิต่อไปนี้



ทั้งนี้รายการของช่องดาราแชนแนล (Dara Channel) เป็นรายการความเชื่อไสยศาสตร์ทั้งหมดซึ่งมีรายละเอียดเรื่องประเภทเนื้อหา กลวิธีการจูงใจ และปัญหาข้อกฎหมาย และจริยธรรมวิชาชีพสื่อ ดังนี้

1. ประเภทเนื้อหา ผลการศึกษาพบการนำเสนอเรื่องราวความเชื่อไสยศาสตร์ 2 ประเภท คือ วัตถุมงคล และพิธีกรรม ซึ่งวัตถุมงคลส่วนใหญ่จะได้รับการปลุกเสกโดยอาจารย์หนู กันภัย (ปรมาจารย์ชื่อดังด้านการสักยันต์) รวมถึงพิธีกรรมการต่อดวงชะตา และการสักยันต์ต่างๆที่มีอาจารย์หนูเป็นบุคคลสำคัญในการประกอบพิธีกรรม โดยวัตถุมงคลและพิธีกรรมต่างๆถูกจัดทำขึ้นเพื่อการพาณิชย์ของบริษัทโอมมหารวย จำกัดเนื่องจากวัตถุ

มงคล พิธีกรรมหรือศาสนพิธีทั้งหมดถูกจัดขึ้นโดยบริษัทโอมมหารวย ดังนั้นหากผู้ใดต้องการเข้าบูชาวัตถุมงคล หรือร่วมกิจกรรมที่มีการประชาสัมพันธ์ในรายการจะต้องชำระเงินให้กับทางบริษัทดังกล่าวเพียงแห่งเดียว

2. กลวิธีการนำเสนอเพื่อการจูงใจ ผลการศึกษาพบการใช้กลวิธีการนำเสนอเพื่อการจูงใจ ดังนี้

2.1 การจูงใจผ่านเนื้อหา พบ 4 ลักษณะ คือ

(1) สร้างความหวาดกลัว – พบในรายการประชาสัมพันธ์เข้าบูชาวัตถุมงคล และรายการพิธีกรรมซึ่งผู้ดำเนินรายการชี้ให้ผู้ชมรู้สึกหวาดกลัวต่อปัญหาอุปสรรคต่างๆที่อาจเกิดขึ้นในชีวิต หรือปัญหาต่างๆที่อาจเกิดขึ้นหากไม่บูชาวัตถุมงคลที่ทางรายการนำเสนอซึ่งบางคำพูดเป็นการดูถูกบุคคลที่สวมใส่สินค้าที่มีมูลค่าต่ำกว่าสินค้าของบริษัทดารามณีจิวเวลรี่

ยกตัวอย่าง รายการ 12 ปีดารามณีจิวเวลรี่ ผู้ดำเนินรายการ (ภูษงค์ สิริธัญผล) ประชาสัมพันธ์ขายสร้อยคอทองคำเกรด A โดยใช้คำพูดที่เป็นการดูถูกเสียดสีคนที่สวมใส่ของที่มีมูลค่าน้อยกว่าสินค้าของทางบริษัท “ถ้าใครใคร่ไม่ติด 50 สาย ไม่ต้องใส่ทองหรอกครับ ใส่เชือกใส่สายสิญจน์ไปเถอะครับ ไปไหนตัวก็ดำเดินหัวกว้าง ยังใส่สายสิญจน์รองเท้าแตะ เดินโทงๆมีแต่คนดูถูก”

(2) สร้างความเชื่อมั่น – พบทั้งในรายการความเชื่อวัตถุมงคล และพิธีกรรมซึ่งผู้ดำเนินรายการพยายามจูงใจโดยการบอกเล่าถึงอำนาจ อิทธิฤทธิ์ ปาฏิหาริย์ของวัตถุมงคล พิธีกรรม และบุคคลปลุกเสกหรือประกอบพิธีกรรมเพื่อให้ผู้ชมเกิดความเชื่อมั่นว่าหากได้บูชาหรือร่วมพิธีกรรมตามที่รายการได้ประชาสัมพันธ์แล้วนั้นชีวิตจะเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น

ยกตัวอย่างเช่น รายการเหรียญพระพุทธรูปเจ้าชะนะมาร ผู้ดำเนินรายการ (อภิษฎา สิริธัญผล) กล่าวถึงอำนาจ ความศักดิ์สิทธิ์ของเหรียญพระพุทธรูปเจ้าชะนะมารในเรื่องของการขจัดปัดเป่าสิ่งชั่วร้าย “เหรียญพระพุทธรูปเจ้าชะนะมาร ปรามมารล้างอาถรรพ์ ขับไล่สิ่งชั่วร้าย วิญญาณร้าย เสนียดจัญไร ผีสิง ป้องกันดวงตกชะตาขาด ให้เป็นมงคลกับชีวิต”

(3) การสร้างประโยชน์ที่จะได้รับ – พบการสร้างประโยชน์แก่ผู้บริโภค 2 ลักษณะ คือ ของแถมและสิทธิประโยชน์ และภาพลักษณ์บุคคล ดังนี้

- ของแถมและสิทธิประโยชน์ (สิทธิประโยชน์ ของแถม) หมายถึง การบูชาวัตถุมงคลหรือการร่วมพิธีกรรมต่างๆ แล้วจะรับสิ่งตอบแทนเป็นวัตถุสิ่งของ เช่น วัตถุมงคล เครื่องรางของขลัง หรือได้เข้าร่วมพิธีเพิ่มเติม ยกตัวอย่างเช่น รายการกฐินดารา ผู้ดำเนินรายการ (ภูษงค์ สิริธัญผล) ประชาสัมพันธ์งานทอดกฐินที่วัดแม่ตะไคร้ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้ไปร่วมกิจกรรมนี้จะมีโอกาสได้เข้าร่วมพิธีหนุนดวง และพิธีสักยันต์ของอาจารย์หนู กันภัย และการประชาสัมพันธ์เข้าบูชาพระสมเด็จโต พรหมรังสีพร้อมของแถม คือ พระเครื่องหลวงปู่ทวด พระสมเด็จ เข็มกลัดสกดกันสิ่งชั่วร้าย และผ้ายันต์ 5 แถว
- ภาพลักษณ์บุคคล (การสร้างคุณค่าแก่ตัวบุคคล) หมายถึง การเข้าบูชาวัตถุมงคลจะแสดงถึงการเป็นคนดี คนกตัญญู คนฉลาด ยกตัวอย่างเช่น โฆษณาโทรทัศน์แชมป์ไมบาย “ท่านจะต้องเป็นคนฉลาด และจะต้องเลือกครับ เลือกแชมป์ไมบาย...” และโฆษณา นาฬิกา

บอกรักแม่ซึ่งเน้นผลตอบแทนเรื่องความกตัญญู “บริษัทดารามณีจิวเวลรี่ขอเชิญท่านแสดงความรัก การบอกรักแม่ ด้วยการมอบนาฬิกาแห่งความรักอันยิ่งใหญ่ให้ผู้ที่เรารัก และเราเรียกท่านว่าแม่ รีบบอกรักแม่ ก่อนที่จะไม่มีแม่ให้บอกรัก”

(4) สร้างแนวทางแก้ไขปัญหาในชีวิต – พบในรายการประชาสัมพันธ์เข้าบุญชาวัตถุมงคล และพิธีกรรม โดยผู้ดำเนินรายการหรือผู้ร่วมรายการจะบอกเล่าถึงปัญหาต่างๆที่อาจเกิดขึ้นในชีวิต และเสนอแนวทางแก้ไขโดยการบุญชาวัตถุมงคลหรือเข้าร่วมพิธีกรรมที่ทางบริษัทโอมมหารวยจัดขึ้น

ยกตัวอย่างเช่น รายการ 12 ปีดารามณีจิวเวลรี่ ผู้ดำเนินรายการ (ภุชงค์ สิริัญผล) บอกเล่าถึงเครื่องรางศักดิ์สิทธิ์ที่จะช่วยแก้ไขปัญหาด้านสุขภาพ “คนจีนเขารักเคียวพญาชะหย่น เชื่อว่าเมื่อลูกหลานไม่สบาย จะเอายกให้ลูกหลานสวมใส่เพราะจะช่วยปรับอุณหภูมิในร่างกาย”

2.2 การจูงใจผ่านรูปแบบการนำเสนอ พบ 5 ลักษณะ คือ

(1) การเล่าเรื่อง – พบในทุกรายการซึ่งมีทั้งการเล่าเรื่องโดยผู้ดำเนินรายการ และการสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการซึ่งส่วนใหญ่เป็นดารา นักร้อง นักแสดงในวงการบันเทิง ทั้งนี้สีหน้า ท่าทางและน้ำเสียงของผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการจะเป็นไปอย่างผ่อนคลาย สนุกสนาน

ภาพตัวอย่างการเล่าเรื่อง



(2) การอ้างอิงหลักฐาน – พบการอ้างอิงหลักฐานบุคคล ภาพ และเอกสารเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือแก่เรื่องราวที่นำเสนอซึ่งทั้งหมดเป็นไปเพื่อยืนยันอานุภาพความศักดิ์สิทธิ์ของวัตถุมงคลที่ประชาสัมพันธ์ในรายการ

- หลักฐานบุคคล – พบการอ้างอิงพระสงฆ์ อาจารย์หนู กันภัย และดารานักแสดงที่มีประสบการณ์ตรงกับอานุภาพของวัตถุมงคลที่มีการประชาสัมพันธ์ในรายการเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือว่าเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่ทางรายการนำเสนอเป็นเรื่องจริง ยกตัวอย่างเช่น รายการพระคู่บารมี ทีมงานได้สัมภาษณ์พระอธิการสุรินทร์ เจ้าอาวาสวัดน้ำพี้ จ.อุตรดิตถ์ เพื่อยืนยันถึงอานุภาพของเหล็กน้ำพี้ซึ่งเป็นมวลสารสำคัญในการสร้างพระสมเด็จพุฒาจารย์โตฯ “ก็มันกันอยู่ได้แล้วโยม กันได้อยู่ในตัว อาตมาก็บอกไปแล้วว่าทั้งแคล้วคลาด ทั้งปลอดภัย กันภูตผี ปีศาจ กันทุกอย่าง เหล็กน้ำพี้คือมีเทพประจำสิงสถิตอยู่ทุกอณูในแร่เหล็กน้ำพี้อยู่แล้วนะ มันก็กันได้อยู่แล้ว”

- หลักฐานภาพ – พบการอ้างอิงภาพเหตุการณ์ของคนที่เป็นชาวตมขมอยู่แล้วแล้วคลาดจากอันตราย ยกตัวอย่างเช่น รายการดราม่าฉาวโฉ่ซึ่งประชาสัมพันธ์ขายสื่อแจ๊คเก็ตยันต์มหาเวทย์โดยการนำภาพเหตุการณ์คนที่รอดพ้นจากการถูกลอบยิงเพราะสวมแจ๊คเก็ต
- หลักฐานเอกสาร – พบการอ้างอิงข่าวบนหน้าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐที่กล่าวถึงชายที่ แล้วคลาดจากการถูกยิงเพราะแขวนเหรียญดวงพระประสูติ และตะกรุดของอาจารย์หนู

ภาพตัวอย่างการอ้างอิงหลักฐาน



(3) การจำลองเหตุการณ์ – พบการจำลองเหตุการณ์แบบเอนิเมชันเกี่ยวกับพุทธประวัติตอนพระแม่วรรณปิรมวยผมเพื่อรื้อน้ำมากำจัดมาร ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ชวนชาเหรีญพระพุทเจ้าขณะมารเพื่อให้ผู้ชมเข้าใจเรื่องราวที่มาที่ไปของเหรีญได้ดีและชัดเจนยิ่งขึ้น

ภาพตัวอย่างการจำลองเหตุการณ์



(4) การพาทชมสถานที่จริง – พบการพาทชมกระบวนการจัดส่งสินค้าของบริษัทดราม่าฉาวโฉ่จำกัด ตั้งแต่ขั้นตอนการรับออเดอร์ การรับหลักฐานการโอนเงิน การตรวจเช็คสินค้า การบรรจุสินค้า และการจัดส่งสินค้า ณ ที่ทำการไปรษณีย์ ทั้งนี้การพาทชมสถานที่จริงจะช่วยให้บริษัทมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น และอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมวางใจที่จะซื้อสินค้ากับทางบริษัท

ภาพตัวอย่างการพาทชมสถานที่จริง



(5) เทคนิคแสง สี เสียง – พบในรายการขายสินค้าวัดมุงคลซึ่งมีการแทรกภาพกราฟิก ชาวน์ด์เอฟเฟคประกอบการนำเสนอเนื้อหาและภาพวัดมุงคลเพื่อแสดงให้เห็นถึงความศักดิ์สิทธิ์ ความมีอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ของวัดมุงคลขึ้นนั้นๆ เช่น ภาพแสงหลังองค์จำลองสมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี)

3. ปัญหาข้อกฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณ ผลการศึกษาพบการนำเสนอเนื้อหาที่มีแนวโน้มขัดต่อกฎหมาย และจริยธรรมสื่อมวลชน ดังนี้

มติมหาเถรสมาคม ครั้งที่ 7/2547 เรื่องการโฆษณาพระพุทธรูป/พระเครื่องและวัดมุงคลในสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อวิทยุโทรทัศน์

ข้อ 1 การโฆษณาสรรพคุณพระพุทธรูปและวัดมุงคล โดยอ้างแหล่งที่มาของวัสดุที่นำมาสร้างพระพุทธรูปและวัดมุงคล จำนวนพระพุทธรูปและวัดมุงคลที่นำมาจำหน่ายหรือแลกเปลี่ยนหรือมอบเป็นของที่ระลึก โดยไม่รู้จำกัด ตลอดจนอ้างอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ต่างๆอาจเข้าข่ายการโฆษณาชวนเชื่อซึ่งหมิ่นเหม่ต่อการอวดอุตริมนุสสรธรรม และเข้าลักษณะเบี่ยงเบนหลักพระสัทธรรม คือ ปรีชา ประพฤติ ปฏิเวธ ได้ – พบการสัมภาษณ์พระสงฆ์เกี่ยวกับการอวดอ้างอิทธิฤทธิ์ อานุภาพของแร่เหล็กน้ำพี้ซึ่งเป็นมวลสารของวัดมุงคลองค์สมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี)

สภาพปัญหาอื่นๆที่ไม่ระบุไว้ในข้อกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

1.การแสดงความคิดเห็นลบหลู่ คุณมีนสัญลักษณ์ทางความเชื่อหรือทางพระพุทธศาสนา - พบการอวดอ้างคุณสมบัติของสร้อยคอทองคำของทางบริษัทารามณีจิวเวลรี่ 2001 โดยการดูถูกบุคคลที่สวมใส่สายสิญจน์ “ไปฟังเพลงก็ดี ไปทานเลี้ยงก็ดี ยิ่งไปประชุมสัมมนา ถ้ามีวแต่ใส่เชือกใส่สายสิญจน์จะไม่มีใครให้ความศรัทธาแน่นอนครับ มีแต่คนดูถูกแน่นอน”

2.การนำเด็กและเยาวชนมาร่วมแสดงในภาพยนตร์โฆษณาวัดมุงคล - พบรายการ “วัยซน” นำเด็กและเยาวชนมาร่วมเล่นภาพยนตร์แอนิเมชันเหรียญพระพุทธรูปเจ้าชนะมาร และมีการมอบเหรียญให้เด็กที่มาร่วมแสดงภาพยนตร์โฆษณา

โฆษณา

พบโฆษณาประชาสัมพันธ์วัดมุงคล พิธีกรรมซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้า/บริการขึ้นเดียวกับที่นำเสนอในรายการของทางช่องสถานี โฆษณาส่วนใหญ่เป็นการตัดตอนมาจากรายการที่นำเสนอเรื่องราวของวัดมุงคลนั้นๆ เช่น เหรียญหลวงปู่ทวด เหรียญสมเด็จพระพุฒาจารย์โต พรหมรังสี ไตรศัptsมือถือแฮมป์โมบาย ฯลฯ โดยเนื้อหาจะไปถึงรุ่น มวลสาร อานุภาพ พุทธคุณ และราคาเช่าบูชา ซึ่งเหมือนกับที่เคยนำเสนอในรายการ

นอกจากนี้พบโฆษณากิจกรรมทางพุทธศาสนา คือ พิธีทอดกฐินดาราสามัคคี ณ วัดแม่ตะไคร้ จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นพิธีที่จัดขึ้นโดยบริษัทโอมมหารวย จำกัด

ตัวอย่างโฆษณาไสยศาสตร์



4-5-6 พฤศจิกายน นี้
บัตรราคาหน้าละ 1,900 บาท

โทรด่วน 084-762-0555
084-762-0666

ที่ตั้ง: ถนนมิตรภาพ อ.เมือง จ.ขอนแก่น



นาฬิกา นก "ยักษ์"
ขนาด 1.500 บ.
โทร. 02-3789-555 (กรุงเทพฯ)



องค์สูง 2,500 บาท (ทองคำ 200)
โทร. 089-000-1952 089-000-1953

-ประกาศจากบริษัท โอบ บาคารอย จำกัด และ บริษัท โอบ บาคารอย จำกัด และ บริษัท บาคารอย จำกัด

ตารางสรุปภาพรวมรายการไต่สวนคดีช่อง Data Channel

ประเภทเนื้อหา	กลวิธีการดูใจ		ปัญหาด้านข้อกฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณ
	เนื้อหา	รูปแบบ	
รายการ	1. วัตถุมงคล - พระเครื่อง นาฬิกา เสือ แจ็คเก็ต โทรศัพท์มือถือ	1. สร้างความหวาดกลัว - ถูก ข่มขู่ที่ไม่บูชาวัตถุมงคลของทาง บริษัท หรือ การดูถูกผู้สวม สายสัญญาณ 2. สร้างความเชื่อมั่น - ผู้บูชาจะมี ชีวิตที่ดีขึ้นทางด้านโชคลาภ บารมี คงกระพัน ฯลฯ 3. สร้างประโยชน์ตอบแทน - ของแถม ส่วนลด คุณค่าในตัวเอง 4. สร้างแนวทางการแก้ไข - ชีวิตที่ แย่จะดีขึ้นหากบูชาวัตถุมงคล	1. พระบรมครูผู้ประสิทธิ์ประสาท (มาตรา 22 ข้อ 1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง - อดอ้างมูลค่าของพระสมเด็จวัด ระสังว่ามูลค่ากว่า 100 ล้านบาท และอ้างว่าพระประสูติคัมภีร์ขององค์ได้ทั้ง กองทัพ (มาตรา 22 ข้อ 3) ข้อความที่สนับสนุนให้กระทำความผิดกฎหมาย ศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อม เสียทางวัฒนธรรม - อ้างอิงเท็จเจ็ดเกิดเจ็ดดับแห่งเวทย์และเหรียญดวงพระประสูติว่าช่วยให้คน ถูกหอย (สนับสนุนนินทร) (มาตรา 23) การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกาย จิตใจ - นำเสนอภาพขายรอยต่อชีวิตจากการถูกลบยิงพระสวมเสื้อแจ็คเก็ตยืนดื่มหาเวทย์ 2. มติมหาเถรสมาคม - การอ้างอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ของพระบูชาและวัตถุมงคล - พบบทให้ สัมภาษณ์ของพระสงฆ์เรื่องการขออำนาจของเหล็กนำที่ตั้งเป็นมวลสารของวัตถุมงคล 2.
	2. ฝึกอบรม	1. เล่าเรื่อง - บรรยายความเป็นมา และรายละเอียดของวัตถุมงคล 2. อ้างอิงหลักฐาน - บุคคล - สัมภาษณ์ผู้พระสงฆ์และผู้ ปลูกเสถวัตถุมงคล - ภาพ - ภาพคนรูดจากการถูกยิง เพราะสวมเสื้อแจ็คเก็ตยืนดื่มหา เวทย์ 3. จำลองเหตุการณ์ - เรื่องราวพุทธ ประวัติ และเหตุการณ์เพื่อ ประชาสัมพันธ์เหรียญพระพุทธรูปเจ้า ชนมมาร 4. พาชมสถานที่จริง - กระบวนการ จัดส่งวัตถุมงคลของบริษัทโฮมมา ราย 5. ใช้แสง สี เสียง - การให้ ภาพกราฟิก ขาวนดเอฟเฟคประ ทอมการโฆษณาวัตถุมงคล	สภาพปัญหาอื่น ๆ ที่ไม่ระบุในข้อกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับใด ๆ - การใช้โดยบุคคลที่สวมใส่สายสัญญาณ "ใส่สายสัญญาณใส่รองเท้าแตะ เดินโทรมแต่คนดู ถูก" - การนำเด็กและเยาวชนร่วมโฆษณาวัตถุมงคล - พบบทนำเสนอรายการที่ใช้เด็กแสดงให้ ภาพยนตร์เงินต้นเพื่อประชาสัมพันธ์วัตถุมงคลพร้อมขอวัตถุมงคลให้เด็ก
2. ฝึกอบรม	1. สร้างความหวาดกลัว - เพื่อ ความบันเทิง (ความลึกลับของ วิญญาณตามสถานที่ต่างๆ)	1. เล่าเรื่อง (บรรยายเรื่องราวที่ เกิดขึ้น) 2. อ้างอิงหลักฐาน (ภาพถ่าย คลิป ถ่ายตติวิญญาน)	(ไม่พบปัญหา)

	3.พิธีกรรม (กฐินศารท แข่งด้วยพิธีกรรมเสริม ดวง สักยันต์ กลืนลิบ)	1.สร้างความเชื่อมั่น (เสริมดวง ต่อ ชะตา)	1.เล่าเรื่อง (บรรยายรายละเอียด พิธีกรรม) 2. อ้างอิงหลักฐาน (อ. หนูผู้ทำ พิธีกรรมเป็นคนบอกเล่าเรื่องราว)	(ไม่พบปัญหา)
โฆษณา	วัตถุมงคล (พระเครื่อง นาฬิกา เสือแจ๊คเกิด โทรศัพท์มือถือ)	1.สร้างความเชื่อมั่น (โชคลาภ บารมี แคล้วคลาด ฯลฯ)	1.เล่าเรื่อง (บรรยายประกอบภาพ สินค้า) 2. อ้างอิงหลักฐาน (ภาพการ ประกาศอธิปัติปลุกเสก ภาพคนจำนวน มากที่มาขอเช่าบูชา)	(ไม่พบปัญหา)

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษารายการไสยศาสตร์ที่นำเสนอในช่องสถานีทีวี่ดาวเทียม 4 ช่อง คือ Miti4 Miracle SMM TV และ Dara Channel ระหว่างวันที่ 7-13 ตุลาคม 2554 ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถสรุปผลการศึกษาภาพรวมการนำเสนอเนื้อหาได้ดังนี้

ประเภทความเชื่อไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวี่ดาวเทียม

ความเชื่อไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ที่นำเสนอในทีวี่ดาวเทียมสามารถแบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มความเชื่อในฐานะแหล่งข้อมูลความรู้ ความบันเทิง และกลุ่มความเชื่อในฐานะสินค้า/บริการเพื่อการขาย ดังนี้

1. ความเชื่อในฐานะแหล่งข้อมูลความรู้

ความเชื่อไสยศาสตร์

1.1 ผีวิญญาณ – พบมากที่สุดในรูปแบบละคร ภาพยนตร์แนวลึกลับสยองขวัญ นอกจากนั้นเป็นคลิบและภาพถ่ายติดวิญญาณ และเรื่องราวของบ้านผีสิง เนื้อหานำเสนอเกี่ยวกับพลังอำนาจและความลึกลับของผีวิญญาณตามสถานที่ต่างๆ เน้นเพื่อความบันเทิง

1.2 วัตถุมงคล – นำเสนอเรื่องราวพระเครื่อง ตะกรุด วัตถุและสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ โดยทางรายการนำเสนอเกี่ยวกับประวัติและวิชาอาคมของพระเกจิอาจารย์ผู้สร้างหรือปลุกเสกวัตถุมงคล คุณลักษณะ มวลสาร และอานุภาพความศักดิ์สิทธิ์ของวัตถุมงคล

1.3 ตำนานความเชื่อ – นำเสนอเรื่องเล่าความเชื่อโบราณ เช่น วังพญานาค แม่น้ำ โดยทางรายการนำเสนอให้เห็นถึงความลึกลับ และพลังอำนาจของผี วิญญาณ หรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มีตัวตนตามความเชื่อนั้นๆ เพื่อให้บุคคลเกิดความเคารพและประพฤติปฏิบัติตนอย่างเหมาะสม

1.4 เหตุการณ์เหนือธรรมชาติ – นำเสนอเหตุการณ์เหลือเชื่อต่างๆที่เกิดขึ้นในชีวิตบุคคลซึ่งไม่สามารถหาข้อพิสูจน์ทางวิทยาศาสตร์ได้ซึ่งบางเรื่องอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ เช่น การรับประทานอาหารต่อจากสุนัข แล้วหายเป็นอัมพาต การรับประทานคางคกแล้วเจริญอาหาร

2. ความเชื่อในฐานะสินค้า/บริการเพื่อการขาย

ความเชื่อไสยศาสตร์

2.1 วัตถุมงคล – นำเสนอเรื่องราวของเหรียญบูชา ยันต์ รูปจำลองเทพเจ้า เนื้อหาการนำเสนอคล้ายกับรายการที่ไม่เน้นการขาย คือ บรรยายถึงชื่อรุ่น ผู้สร้าง ผู้ปลุกเสก อานุภาพความศักดิ์สิทธิ์ แต่เนื้อหาส่วนที่เพิ่มขึ้นมา คือ ราคา เงื่อนไขการเช่าบูชา สถานที่ติดต่อสั่งซื้อ นอกจากนี้สินค้าส่วนใหญ่ที่นำเสนอในรายการและโฆษณาจะเป็นสินค้าชิ้นเดียวกัน โดยเจ้าของสถานีบางช่องจะมีเครือข่ายธุรกิจเป็นบริษัทจำหน่ายวัตถุมงคลเป็นของตนเอง

2.2 พิธีกรรม – นำเสนอเรื่องราวพิธีกรรมการแก้คุณไสยซึ่งเป็นกิจกรรมที่ทางรายการและเจ้าของช่องสถานีเป็นผู้จัดขึ้นจุดประสงค์เพื่อการขจัดปัดเป่าสิ่งชั่วร้าย แก่กรรม เสริมดวง ต่อชะตาชีวิต

ความเชื่อโหราศาสตร์

รายการความเชื่อโหราศาสตร์พบมากในช่องที่ไม่เน้นการขาย ได้แก่ ช่อง Miti4 และ Miracle ในขณะที่ช่องที่เน้นการขายซึ่งได้แก่ SMM TV และ Dara Channel จะนำเสนอเพียง 2-3 รายการหรือไม่มีการนำเสนอเลย

จุดมุ่งหมายรายการเป็นไปเพื่อทำนายดวงชะตาบุคคลด้วยวิธีต่างๆที่แตกต่างกันออกไป เช่น การทำนายจากตัวเลขในชีวิตประจำวัน (ทะเบียนรถ เลขที่บ้าน เลขที่บัตรประชาชน) ชื่อ-สกุล วันเดือนปีเกิด ไฟ พลังจิต และการทำนายตามหลักฮวงจุ้ย เรื่องที่ผู้ชมสนใจขอรับคำทำนายส่วนใหญ่ คือ เรื่องการทำงาน การเรียน ความรัก และสุขภาพ โดยทำนายผ่านทาง sms โทรศัพท์ และ audio text

กลวิธีจูงใจในรายการและโฆษณาไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียม

รายการไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียมมีการใช้กลวิธีการจูงใจผ่านเนื้อหาเพื่อให้ผู้ชมสนใจและคล้อยตามเรื่องราวความเชื่อที่นำเสนอในรายการทั้งหมด 4 วิธี ดังนี้

1. สร้างความเชื่อมั่นในชีวิต

รายการความเชื่อไสยศาสตร์ประเภทพิธีกรรมและวัตถุมงคลนิยมจูงใจให้ผู้ชมคล้อยตามความเชื่อเกิดความสำเร็จในชีวิต หรือบริโภคนิสัย/บริการทางความเชื่อขึ้นโดยการอวดอ้างอำนาจ ความขลัง ความศักดิ์สิทธิ์ของพิธีกรรมหรือวัตถุมงคล รวมถึงการอวดอ้างคุณสมบัติความสามารถของผู้สร้างหรือผู้ปลุกเสกวัตถุมงคลเพื่อให้ผู้ชมเชื่อว่าการบริโภคนิสัยเหล่านั้นจะเสริมสร้างมงคลในชีวิต ทั้งนี้ภาพส่วนใหญ่ที่พบจะเน้นไปที่ความมั่งคั่งร่ำรวย ความแคล้วคลาด บารมี และเมตตามหานิยม

รายการโหราศาสตร์เน้นการทำนายดวงเพื่อชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสิ่งที่ควรปฏิบัติ และสิ่งที่ควรหลีกเลี่ยงเพื่อให้ผู้ชมเกิดความมั่นใจในการใช้ชีวิตทั้งทางด้านการเรียน การงาน สุขภาพ ความรัก ฯลฯ

2. สร้างความหวาดกลัวและเสนอแนวทางแก้ไขปัญหา

รายการความเชื่อไสยศาสตร์มีการสร้างความหวาดกลัวแก่ผู้ชม 2 ลักษณะ คือ

2.1 การสร้างความหวาดกลัวเพื่อความบันเทิง – พบในรายการที่นำเสนอเรื่องราวลึกลับ ภาพถ่ายติดวิญญาณ และละคร ภาพยนตร์ผี สยองขวัญ

2.2 การสร้างความหวาดกลัวเพื่อให้บุคคลปฏิบัติตามความเชื่อ – พบในรายการความเชื่อวัตถุมงคลและตำนานความเชื่อโบราณ เนื้อหาเน้นการนำเสนอถึงความลึกลับ พลังอำนาจ อิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ของสิ่งเหนือธรรมชาติเพื่อให้บุคคลเกิดความเกรงกลัวและไม่กล้ากระทำการที่ไม่ถูกไม่ควร นอกจากนี้ยังพบการสร้างหวาดกลัวผ่านเงื่อนไขแก่ผู้ชมที่ไม่ยอมรับหรือบริโภคนิสัยทางความเชื่ออื่นๆ เช่น ชีวิตจะไม่ดีขึ้นถ้าไม่บูชาวัตถุมงคล ดังนั้นถ้าอยากมีชีวิตที่ดีขึ้นจะต้องบริโภคนิสัยดังกล่าว

รายการความเชื่อไสยศาสตร์ประเภทวัตถุมงคลและพิธีกรรม ผู้ดำเนินรายการจะนำเสนอถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตบุคคลและนำเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยการแนะนำให้ปฏิบัติตามความเชื่ออื่นๆ เช่น การร่วมพิธีรดน้ำมนต์แก้คุณไสย การร่วมพิธีแก้กรรม ต่อชะตาชีวิต ฯลฯ

รายการโหราศาสตร์ ผู้ชมที่บ้านจะโทรศัพท์หรือ sms เข้ามาขอคำทำนาย จากนั้นนักพยากรณ์ดวงชะตา (หมอดู) จะทำนายดวงแก่ผู้ชม หากดวงชะตาไม่ดีหมอดูจะแนะนำวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เช่น การเปลี่ยนเลขทะเบียนรถแก้เคล็ด หรือการปรับเปลี่ยนนิสัยและพฤติกรรม ฯลฯ

3. สร้างประโยชน์ที่จะได้รับ

รายการความเชื่อไสยศาสตร์มีการจูงใจให้ผู้ชมบริโภคสินค้าวัตถุมงคลโดยการสร้างประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับ 2 ลักษณะ คือ

3.1 ของแถมและสิทธิประโยชน์ – หากผู้ชมตัดสินใจบริโภคสินค้าความเชื่อจะได้รับสิ่งของหรือสิทธิประโยชน์เพิ่มเติม เช่น วัตถุมงคลอีกประเภทหนึ่ง หนังสือประวัติวัตถุมงคล หรือสิทธิในการร่วมพิธีกรรมทางไสยศาสตร์ต่างๆ

3.2 ภาพลักษณ์บุคคล – บางรายการของช่อง Dara Channel จูงใจผู้ชมโดยอ้างว่าการบริโภคสินค้าวัตถุมงคลประเภทต่างๆจะแสดงถึงความเป็นคนกตัญญู คนดี คนฉลาด

นอกจากนี้ทางรายการยังจูงใจผู้ชมผ่านรูปแบบการนำเสนอทั้งหมด 5 รูปแบบ ดังนี้

1. เล่าเรื่อง

การเล่าเรื่องนับเป็นรูปแบบหลักที่รายการไสยศาสตร์และโหราศาสตร์ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาซึ่งส่วนใหญ่ผู้ดำเนินรายการจะเป็นผู้บอกเล่าเรื่องราวความเชื่อโดยการใช้น้ำเสียง ท่าทางที่น่าตื่นเต้น ลึกกลับเพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาที่นำเสนอ เช่น การเล่าตำนานความเชื่อ เรื่องผี วิญญาณ

2. อ้างอิงหลักฐาน พบการอ้างอิงหลักฐาน 3 ประเภทเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเรื่องราว

2.1 หลักฐานบุคคล – พบว่ารายการความเชื่อวัตถุมงคล พิธีกรรม และรายการโหราศาสตร์ส่วนใหญ่นิยมใช้พระสงฆ์ ข้าราชการระดับสูง ดารานักแสดง นักพยากรณ์ดวงชะตาชื่อดัง หรือบุคคลทั่วไปที่มีประสบการณ์ตรงกับเรื่องราวความเชื่อนั้นๆ

2.2 หลักฐานเอกสาร – พบการอ้างอิงข่าวอาณัติภาพ ความขลังของวัตถุมงคลที่เคยได้รับการตีพิมพ์ลงในหนังสือพิมพ์รายวัน คือ ข่าวชายรอดตายจากการถูกยิงเพราะสวมใส่ตะกรุดอาจารย์หนู และข่าวการให้สัมภาษณ์ของวีร จิตลัมผัสเรื่องการทำนายเหตุการณ์น้ำท่วมเพื่อยืนยันความแม่นยำ

2.3 หลักฐานอิเล็กทรอนิกส์ – พบการนำเสนอภาพเหตุการณ์ (กล้องวงจรปิด) คนรอดจากการถูกลอบยิงเพราะสวมใส่แจ๊คเก็ตอาจารย์หนู

3. จำลองเหตุการณ์

พบการนำเสนอละคร ภาพยนตร์เพื่อบอกเล่าเรื่องราวความเชื่อประเภทผี วิญญาณ ตำนานความเชื่อ และวัตถุมงคลเพื่อให้ผู้ชมเข้าใจเรื่องราวความเชื่อดังกล่าวได้ง่าย อีกทั้งยังอาจช่วยให้สร้างความสมจริงให้ผู้ชมรู้สึกร่วมไปกับเรื่องราวความเชื่อได้ดียิ่งขึ้น เช่น ภาพยนตร์สยองขวัญ เอนิเมชันประวัติพระพุทธเจ้า ภาพจำลองตำนานวังพญานาค ฯลฯ

4. พิสูจน์

รายการพิธีกรรมและวัตถุมงคล โดยทางรายการนำเสนอภาพการทดสอบอานุภาพ ความขลังวัตถุมงคลซึ่งเป็นการพิสูจน์เพื่อให้ผู้ชมยอมรับความเชื่อดังกล่าวโดยการยิงหรือฟันร่างกายผู้บูชาวัตถุมงคลด้วยอาวุธ และของมีคมเพื่อพิสูจน์ความคงกระพัน

อย่างไรก็ตามพบการพิสูจน์เพื่อปฏิเสธความเชื่อในรายการผี วิญญาณโดยการอธิบายสาเหตุของความผิดปกติในภาพถ่ายติดวิญญาณอย่างมีเหตุผลเพื่อปฏิเสธความเชื่อเรื่องผี วิญญาณ และสิ่งเหนือธรรมชาติ

5. พาชมสถานที่จริง

รายการความเชื่อวัตถุมงคล พิธีกรรม และตำนานความเชื่อมีผู้ดำเนินรายการภาคสนามพาชมสถานที่ที่เป็นแหล่งของความเชื่อดังกล่าว เช่น วัดแขกสีลม อาคารปลุกเสกวัตถุมงคล ป่าวังพญานาค ฯลฯ การพาชมสถานที่จริงจะช่วยให้ผู้ชมได้เห็นเห็นเหตุการณ์จริง รวมถึงบรรยากาศความนิยมของประชาชนที่เดินทางมาร่วมพิธีหรือสักการบูชาวัตถุมงคลซึ่งแสดงถึงความสมจริงซึ่งอาจส่งผลให้ประชาชนเกิดความรู้สึกคล้อยตาม

6. ใช้เทคนิคแสง สี เสียง

รายการความเชื่อผี วิญญาณ ตำนานความเชื่อ และวัตถุมงคลมีการใช้ภาพกราฟฟิก ซาวนด์เอฟเฟคประกอบการนำเสนอเนื้อหาเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมให้แก่ผู้ชม ทำให้เรื่องราวเกิดความสมจริง น่าดึงดูดใจให้ติดตามหรือบริโภคสินค้า เช่น การใส่แสงสีด้านหลังภาพวัตถุมงคลพร้อมกับเสียงดนตรีประกอบอาจช่วยให้วัตถุมงคลดังกล่าวดูมีอานุภาพ ความขลัง ความมหัศจรรย์จนสามารถจูงใจให้เกิดการบริโภคสินค้าได้

กลวิธีที่รายการไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียมใช้เพื่อนำเสนอเรื่องราวความเชื่อมีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการสื่อสารเชิงพาณิชย์และการสื่อสารเพื่อการจูงใจเนื่องจากเป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลให้สอดคล้องต่อความต้องการของตลาดและผู้ส่งสารโดยใช้อารมณ์ ความหวาดกลัว และรางวัลเป็นจุดจูงใจในสาร รวมถึงการใช้ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นบุคคลอ้างอิงในรายการเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ

สภาพปัญหาของรายการและโฆษณาไสยศาสตร์ศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียม

รายการความเชื่อไสยศาสตร์และโหราศาสตร์ที่นำเสนอในทีวีดาวเทียมมีสภาพปัญหาในการนำเสนอ

8 ประเด็นปัญหา ดังนี้

1. นำเสนอข้อมูลที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกาย และจิตใจ

รายการความเชื่อไสยศาสตร์ และโหราศาสตร์มีการนำเสนอภาพและเนื้อหาที่ส่งผลให้เกิดความเชื่อ และการลอกเลียนแบบที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพร่างกายหรือถึงแก่ชีวิตเช่น การทดสอบอานุภาพ ความขลังของวัตถุมงคลโดยใช้อาวุธยิงหรือฟันเข้าที่ร่างกายของบุคคล

อย่างไรก็ตามบางรายการมีการขึ้นข้อความหรือผู้ดำเนินรายการกล่าวเตือนผู้ชมไม่ให้ลอกเลียนแบบสำหรับรายการความเชื่อประเภทเหตุการณ์เหนือธรรมชาติมีการนำเสนอเรื่องราวของการรับประทานอาหารที่อาจ

เป็นอันตรายต่อสุขภาพ เช่น การทานข้าวต่อจากสุนัขแล้วหายเป็นอัมพาต และการรับประทานคางคกแล้วช่วยให้เจริญอาหาร

รายการความเชื่อโหราศาสตร์พบการทำนายทายทักเรื่องการจัดวางตำแหน่งที่อยู่อาศัยโดยอ้างว่าสาเหตุของปัญหาสุขภาพมาจากการจัดวางตำแหน่งห้องที่ผิดหลักฮวงจุ้ยซึ่งอาจส่งผลให้ผู้ที่มีความเชื่อในเรื่องดังกล่าวมองข้ามการแก้ปัญหาโดยการดูแลสุขภาพหรือการพบแพทย์เพราะเชื่อว่าเพียงแค่เปลี่ยนตำแหน่งที่อยู่ก็สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณามาตรา 23 ระบุว่าการโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตราย ต่อสุขภาพ ร่างกายหรือจิตใจ หรืออันอาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

2. อวดอ้างข้อมูลที่เป็นเท็จ เกินจริง

รายการความเชื่อไสยศาสตร์ประเภทวัตถุมงคลมีการนำเสนอคุณสมบัติ และอานุภาพของวัตถุมงคล หรือบุคคลผู้ปลุกเสกวัตถุมงคลด้วยถ้อยคำเกินจริงซึ่งยากต่อการพิสูจน์ เช่น การอวดอ้างว่าผู้ปลุกเสกสามารถติดต่อสื่อสารกับเทพเจ้ากวนอูได้ การอวดอ้างว่าวัตถุมงคลบางรุ่นสามารถคุ้มครองคนให้แคล้วคลาดได้ทั้งกองทัพ หรือการอวดอ้างถึงมูลค่าของวัตถุมงคลที่สูงถึงหลักร้อยล้าน ซึ่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณามาตรา 22 ข้อ 1 ระบุว่าการโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

3. มีพระสงฆ์โฆษณาวัตถุมงคล

รายการความเชื่อไสยศาสตร์ประเภทวัตถุมงคลมีการอ้างอิงภาพการให้สัมภาษณ์ของพระสงฆ์เกี่ยวกับอานุภาพ ความศักดิ์สิทธิ์ของวัตถุมงคล รวมถึงภาพพระสงฆ์ประกอบพิธีปลุกเสกเครื่องรางของขลัง และทดสอบอานุภาพความคงกระพันกับร่างกายบุคคล ซึ่งมติมหาเถรสมาคม เรื่องการโฆษณาพระพุทธรูป/พระเครื่อง และวัตถุมงคลในสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อวิทยุโทรทัศน์ สำนักเลขาธิการมหาเถรสมาคมระบุว่า การอ้างอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ต่าง ๆ อาจเข้าข่ายการโฆษณาชวนเชื่อ ซึ่งหมิ่นเหม่ต่อการอวดอุตริมนุสสรรม และเข้าลักษณะเบี่ยงเบนหลักพระสัทธรรม คือ ปริยัติ ปฏิบัติ และปฏิเวธ ได้

4. จูงใจให้เกิดการเสี่ยงโชคที่อาจนำไปสู่อบายมุข

รายการและโฆษณาไสยศาสตร์ โหราศาสตร์มีการนำเสนอเนื้อหาที่อาจส่งเสริมให้เกิดการเล่นพนัน หวยได้ดิน และพนันฟุตบอล โดยทางรายการนำเสนอเรื่องราวของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ขึ้นชื่อเรื่องความแม่นยำในการใบเลขเด็ด พร้อมการสาธิตวิธีการขอเลข รวมถึงการโฆษณาอานุภาพของวัตถุมงคลว่าสามารถทำให้คนบูชาถูกหวยสำหรับโฆษณาโหราศาสตร์ของช่อง SMM TV พบว่ามีการใช้หลักโหราศาสตร์เพื่อทำนายผลการแข่งขันฟุตบอล โดยโฆษณาดังกล่าวจะแทรกอยู่ระหว่างช่วงเบรกรายการกีฬาของทางช่องสถานีซึ่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณามาตรา 22 ข้อ 3 ระบุว่าการโฆษณาต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำความผิด กฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

5. พยากรณ์ที่นำไปสู่ความขัดแย้ง

รายการโหราศาสตร์บางรายการมีการทำนายดวงชะตาของบุคคลซึ่งแสดงให้เห็นถึงปัญหาระหว่างสามีภรรยา และการแนะนำวิธีการแก้ไขปัญหาวีฑูที่อาจส่งเสริมให้เกิดการขัดแย้งหรือความแตกแยกมากขึ้น

คือ การแนะนำให้สามีภรรยาอนแยกห้อง และการทำนายว่าสามีอาจคิดนอกใจภรรยาแต่ไม่ถึงขั้นปฏิบัติซึ่ง
จรรยาบรรณให้ระบุข้อห้ามการทำนายอันเป็นเหตุให้สามีภรรยาทะเลาะ ขัดแย้งหรือเลิกกัน

6. แสวงหาผลประโยชน์จากการทำนายดวง

รายการโหราศาสตร์บางรายการมีการเชิญชวนให้ผู้ชมซื้อสินค้าที่เป็นธุรกิจของนักพยากรณ์ (หมอดู) คือ เชื้อติดสำหรับการดูตำแหน่งทิศทางที่อยู่อาศัยก่อนการซื้อบ้านทำนาย รวมถึงการประชาสัมพันธ์พิธีสะเดาะเคราะห์แก้กรรม ทว่าให้พระเสริมมงคล ถึงแม้ว่านักพยากรณ์ (หมอดู) จะไม่ได้ประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องจากการทำนายดวง แต่อาจเป็นการชักจูงทางอ้อมให้ผู้ชมที่รับคำทำนายดวงที่ไม่ดีเลือกที่จะร่วมกิจกรรมดังกล่าว นอกจากนี้การที่นักพยากรณ์ระบุว่าไม่เสียค่าใช้จ่าย แต่ทางรายการหรือนักพยากรณ์อาจได้รับผลประโยชน์ทางอ้อมจากค่า sms ที่ผู้ชมต้องส่งมาเพื่อขอร่วมกิจกรรม อย่างไรก็ตามสภาพปัญหาดังกล่าวยังไม่มีความหมายระเบียบ ข้อบังคับ หรือจริยธรรมวิชาชีพกำหนดไว้เป็นเกณฑ์ในการควบคุมเนื้อหารายการ

7. นำเด็กและเยาวชนมาเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์วัดอุ้มงค

รายการประชาสัมพันธ์สินค้าวัดอุ้มงคของช่อง Dara Channel มีการนำเด็กและเยาวชน (ส่วนใหญ่เป็นลูกหลานของผู้บริหารสถานี) มาร่วมแสดงให้ภาพยนตร์โฆษณาซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการครอบครองบูชาวัตถุมงคลเพื่อปราบเหล่าภูติผีปีศาจ นอกจากนี้ผู้ดำเนินรายการได้มอบวัตถุมงคลให้เป็นที่ระลึกของอาจารย์หนูกันภัย แก่เด็กที่มาร่วมแสดงในรายการพร้อมอธิบายถึงอำนาจและคุณค่าของวัตถุมงคลด้านการขจัดปัดเป่าสิ่งชั่วร้าย และบันดาลทรัพย์สินเงินทอง อย่างไรก็ตามสภาพปัญหาดังกล่าวยังไม่มีความหมายระเบียบ ข้อบังคับ หรือจริยธรรมวิชาชีพกำหนดไว้เป็นเกณฑ์ในการควบคุมเนื้อหารายการ

8. หลอกลวงความเชื่ออื่นๆ

รายการประชาสัมพันธ์สินค้าเครื่องประดับของช่อง Dara Channel มีการใช้คำพูดดูถูกบุคคลที่สวมใส่สายสิญจน์ซึ่งถือเป็นของมงคลของทางพระพุทธศาสนา โดยผู้ดำเนินรายการได้กล่าวเชิญชวนให้ผู้ชมเลือกสวมใส่สร้อยทองที่ทางบริษัทารามณีจิวเวอร์รี่ได้ผลิตขึ้นโดยการใช้คำพูดดูถูกการสวมใส่สายสิญจน์ว่าเป็นเครื่องประดับที่ไม่เหมาะสมแก่การสวมใส่นอกบ้าน ใส่ออกงาน หรือใส่ไปพบเจอผู้คนโดยให้เหตุผลว่าจะทำให้โดนดูถูกดูแคลนจากคนรอบข้างทั้งในเรื่องของสง่าราศี และฐานะเงินทอง นอกจากนี้ทางรายการยังสัมภาษณ์ดารานักแสดงอาจุโศ เพื่อยืนยันว่าการสวมใส่สายสิญจน์เวลาติดต่องานจะลดความน่าเชื่อถือของผู้สวมใส่ อย่างไรก็ตามสภาพปัญหาดังกล่าวยังไม่มีความหมายระเบียบ ข้อบังคับ หรือจริยธรรมวิชาชีพกำหนดไว้เป็นเกณฑ์ในการควบคุมเนื้อหา

บทบาทหน้าที่ของรายและโฆษณาไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในสังคมไทย

1. เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวทางจิตใจ

ความเชื่อไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ได้ทำหน้าที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวทางจิตใจเพื่อให้บุคคลมีขวัญ กำลังใจและความเชื่อมั่นในการดำเนินชีวิตได้ด้วยความเชื่อมั่น อย่างไรก็ตามความเชื่อมั่นบางอย่างอาจส่งผลให้บุคคลใช้ชีวิตด้วยความประมาทมากขึ้นเนื่องจากเชื่อว่ามีวัตถุมงคลจะคุ้มครองโดยเฉพาะความเชื่อมั่นใน

อำนาจของวัตถุมงคลด้านความแคล้วคลาดซึ่งมีการทดสอบให้เห็นถึงความปลอดภัยที่บุคคลได้รับจากการบูชา
วัตถุมงคลดังกล่าว

2. สร้างความบันเทิง

ละคร ภาพยนตร์ และรายการความเชื่อเกี่ยวกับผี วิญญาณส่วนใหญ่จะนำเสนอเพื่อให้ผู้คนรู้สึก
ตื่นเต้น ตกใจ หรือหวาดกลัวไปกับความลึกลับและพลังอำนาจของผี วิญญาณที่สถิตอยู่ในสถานที่ต่างๆ
เรื่องราวของละคร ประกอบกับองค์ประกอบด้านฉาก แสง สี เสียงต่างๆจะช่วยเร้าอารมณ์ผู้ชมให้รู้สึกร่วมไปกับ
เรื่องราวที่เกิดขึ้น แม้ละครหรือภาพยนตร์บางเรื่องจะแฝงแง่คิดบางอย่างไว้ แต่ก็ยังเป็นเพียงส่วนเล็กๆเมื่อเทียบกับ
เรื่องราวความตื่นเต้นเร้าอารมณ์ที่เกิดขึ้นตลอดทั้งเรื่อง

อย่างไรก็ตามการทำหน้าที่สร้างความบันเทิงอาจแฝงไว้ด้วยหน้าที่การตอกย้ำให้คนในสังคม
ยังคงเชื่อและเกรงกลัวต่อผี วิญญาณหรือสิ่งเหนือธรรมชาติต่างๆซึ่งอาจเป็นการสนับสนุนทางอ้อมให้บุคคลที่เชื่อ
เรื่องดังกล่าวพยายามไขว่คว้าหาสิ่งบูชาเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจและปกป้องตนเองจากอำนาจที่มองไม่เห็น

3. ควบคุมความประพฤติบุคคล ดำรงไว้ซึ่งศีลธรรมอันดีงาม

รายการความเชื่อประเภทตำนานโบราณ หรือตำนานความเชื่อของกลุ่มคนจังหวัดต่างๆเป็น
ความเชื่อเพื่อให้คนที่อยู่อาศัยในพื้นที่นั้นๆหรือบุคคลภายนอกที่ได้รับรู้เรื่องราวมีความเกรงกลัวสิ่งศักดิ์สิทธิ์
อำนาจเหนือธรรมชาติเพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้บุคคลประพฤติปฏิบัติตนอย่างไม่เหมาะสมหรือสร้างความ
เสียหาย ความเดือดร้อนแก่ผู้อื่น

4. เสริมคุณค่าบุคคล

รายการความเชื่อประเภทวัตถุมงคลที่เน้นการขายจะพยายามจูงใจผู้ชมโดยการระบุว่า การเข้า
บูชาวัตถุมงคลดังกล่าวจะแสดงถึงความเป็นคนดี คนกตัญญู ซึ่งถือเป็นการจูงใจโดยใช้คุณค่าและคุณสมบัติของ
วัตถุมงคลที่ผู้จำหน่ายกำหนดขึ้นมาเองนอกเหนือไปจากการอวดอ้างอำนาจ อิทธิฤทธิ์ ปาฏิหาริย์ของตัววัตถุม
งคลหรือเครื่องรางของขลังนั้นๆ ดังนั้นผู้บริโภคหรือผู้ที่ตัดสินใจเข้าซื้อจะมุ่งหวังที่ผลประโยชน์ทางอ้อมซึ่งก็คือ
การสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ตนเองมากกว่าผลประโยชน์ทางตรงคือการได้รับการปกป้องคุ้มครอง การช่วยเหลือจาก
ความเชื่อเหนือธรรมชาติเหล่านั้น

5. เสริมความเชื่อเรื่องการเสี่ยงโชค

รายการความเชื่อไสยศาสตร์ประเภทวัตถุมงคล และรายการโหราศาสตร์บางรายการมีการ
อวดอ้างอำนาจความศักดิ์สิทธิ์ด้านการใบเลขเด็ดซึ่งเป็นการสนับสนุนการเล่นพนันหวย โดยมีทั้งการบอกเล่าถึง
ความแม่นยำของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การพาชมสถานที่จริง และการสาธิตวิธีการขอเลข ในขณะที่โหราศาสตร์มี
การทำนายดวงชะตาตามหลักดาราศาสตร์เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์และทำนายผลการแข่งขันฟุตบอลผ่านระบบ
ออโตเมติกส์ และการทำนายตามหลักของสีและวันที่แข่งขันโดยผู้ดำเนินรายการของทางช่องสถานี

ค่านิยมในรายการไสยศาสตร์ โหราศาสตร์

ผลการศึกษา พบว่า เนื้อหาความเชื่อที่นำเสนอในรายการทั้งช่อง MIT4 ช่อง Miracle ช่อง Dara
Channel และช่อง SMM TV ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดค่านิยม ความเชื่อทางด้านการดำรงชีวิตของผู้ชม ดังนี้

1. พึ่งพาอำนาจเหนือธรรมชาติมากกว่าพึ่งพาตนเอง

การเปิดรับข้อมูลความเชื่อเรื่องอิทธิฤทธิ์และปาฏิหาริย์ของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในปริมาณมากประกอบกับรูปแบบการนำเสนอและกลวิธีการจูงใจลักษณะต่างๆอาจส่งผลให้ผู้ชมเกิดค่านิยมที่จะเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นโดยการพึ่งพาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่างๆมากกว่าการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง หรือพัฒนาตนเอง เช่น การขยันทำมาหากิน การประหยัดอดออม การใช้ชีวิตอย่างมีสติ ฯลฯ

2. เชื่อว่าโชคร้ายตาซื้อหาได้ด้วยเงินทอง

รายการความเชื่อทางไสยศาสตร์ โหราศาสตร์บางรายการการขายวัตถุมงคลเพื่อให้ผู้คนบูชาแล้วเกิดโชคลาภ บารมี และความปลอดภัยในชีวิต อาจส่งผลให้ผู้ชมเกิดความเชื่อว่ามีบุญกุศล และชะตาชีวิตที่ดีสามารถหาซื้อได้ด้วยเงินผ่านการบูชาวัตถุมงคล และการเล่นพนันห่วยซึ่งหากผู้ชมเสพติดความเชื่อดังกล่าวอาจส่งผลให้ผู้ชมสูญเสียเงินทองจำนวนมากเพื่อแสวงหาวัตถุมงคลประเภทต่างๆมาบูชา หรือเสี่ยงทายการพนันห่วยโดยหวังว่าจะช่วยให้ชีวิตดีขึ้น ซึ่งหากใช้จ่ายเกินฐานะอาจส่งผลให้เกิดปัญหาหนี้สินตามมา

3. เชื่อว่ากรรมแก้ได้ด้วยพิธีกรรม

การประชาสัมพันธ์พิธีกรรมสะเดาะเคราะห์ เสริมดวงในบางรายการมีการเชิญชวนให้ผู้ชมเข้าร่วมพิธีโดยระบุว่าพิธีดังกล่าวสามารถแก้กรรม ปลดหนี้กรรม ถอนคำสาป คำสาบานได้ซึ่งวิธีการเข้าร่วมเป็นเพียงการส่ง sms ชื่อ-สกุล วันเดือนปีเกิดมาให้หมอดูเป็นผู้ทำพิธีซึ่งค่านิยมดังกล่าวอาจส่งผลให้ผู้ชมละเลยเรื่องการทำความดี หรือการดำรงตนอยู่ในศีลธรรมเพราะเชื่อว่าเวรกรรมหรือปัญหา การกระทำที่ไม่ดีต่างๆในชีวิตสามารถลบล้างได้เพียงแค่การเข้าร่วมพิธีกรรมด้วยวิธีการที่ง่ายดายและใช้เวลาไม่นาน ซึ่งในประเด็นดังกล่าวอาจารย์หม่อม มณฑล สายทัศน์¹⁰ นักพยากรณ์ท่านหนึ่งได้ชี้แจงว่าชีวิตคนเราจะดีขึ้นได้ด้วยการกระทำของตัวเอง ไม่มีใครสามารถแก้กรรมได้นอกจากการอโหสิและการทำความดีเท่านั้น

4. มองพระพุทธศาสนาในอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์มากกว่าหลักคำสอน

การเสนอขายหรือบูชาเครื่องรางของขลัง วัตถุมงคลต่างๆในรายการโทรทัศน์ซึ่งอ้างอิงความเกี่ยวโยงกับพุทธศาสนาหรือพระพุทธเจ้าอาจส่งผลให้ผู้ชมมีความคิดเรื่องการนับถือศาสนาพุทธว่าเป็นเพียงแค่การบูชาเหรียญ รูปเหมือน รูปหล่อของพระสงฆ์หรือพระพุทธเจ้า มากกว่าการปฏิบัติตามคำสอนทางพระพุทธศาสนา ซึ่งอาจทำให้วัตถุมงคลต่างๆกลายเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจหรือเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาชีวิตของพุทธศาสนิกชนมากกว่าหลักคำสอนที่สามารถนำไปปฏิบัติและเห็นผลได้จริง

5. มองภาพลักษณ์ของพระสงฆ์เป็นจอมขมังเวทย์มากกว่าผู้เคร่งครัดปฏิบัติธรรม ปฏิบัติชอบ

รายการความเชื่อทางไสยศาสตร์ประเภทวัตถุมงคลจะมีการสัมภาษณ์พระสงฆ์เกี่ยวกับอำนาจของวัตถุมงคล หรือนำเสนอภาพพิธีการปลุกเสกวัตถุมงคลซึ่งมีพระสงฆ์เป็นผู้ประกอบพิธีกรรม ซึ่งอาจส่งผลให้มุมมองของประชาชนที่มีต่อพระสงฆ์เปลี่ยนไปจากผู้ที่ทำหน้าที่สืบทอดศาสนา เผยแผ่หลักคำสอนให้แก่

¹⁰ มณฑล สายทัศน์, “กระแส ‘คู่มือ’ ยังฟิวอร์ไม่หวั่นแม้วันน้ำหลากมามาก”, หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ฉบับวันที่ 8 พฤศจิกายน

พุทธศาสนิกชนกลายเป็นเพียงแค่ "หมอดี" ที่ทำหน้าที่ขจัดปัดเป่าความทุกข์ของประชาชนโดยการทำพิธีกรรม
ปลุกเสกเครื่องรางของขลังเพื่อให้ผู้คนนำไปบูชาเพื่อลดปัญหาในชีวิต ดังที่พระพรหมคุณาภรณ์ (ประยุทธ์ ปยุต
โต) ได้กล่าวไว้ว่า "พระควรทำหน้าที่ช่วยดึงคนขึ้นมาจากความหลงใ้มให้ธรรมะให้สติปัญญา ถ้าไปทำเพียง
เพื่อให้คนสบายใจ หายจากความหวาดกลัวเพียงเท่านั้นพระก็เป็นได้แค่หมอดี"

ตารางสรุปการนำเสนอรายการไฮยาสเตอร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียม

จากประเด็นสรุปภาพรวมผลการศึกษารายงานด้านสามารถแจ้งความเนื้อหาความเชื่อได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ความเชื่อในฐานะแหล่งข้อมูล ความบันเทิง และ ความเชื่อในฐานะสินค้า/บริการเพื่อการซื้อขาย ซึ่งความเชื่อแต่ละลักษณะจะประเภทเนื้อหา กลวิธีการจูงใจ สภาพปัญหา บทบาทหน้าที่ และค่านิยมแตกต่างกัน ดังตารางต่อไปนี้

1. ความเชื่อในฐานะแหล่งข้อมูล ความรู้ ความบันเทิง

ประเภทความเชื่อ	กลวิธีการนำเสนอเพื่อการจูงใจ		สภาพปัญหา	บทบาทหน้าที่ความเชื่อ	ค่านิยมจากความเชื่อ
	เนื้อหา	รูปแบบ			
1. สิ่งศักดิ์สิทธิ์ -สถานที่ และวัตถุใบ้หาย	1. สร้างความหวาดกลัว - เพื่อดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตและ ศีลธรรมอันดีงาม	1.เล่าเรื่อง -ผู้ดำเนินรายการ และผู้ร่วมรายการ	1.นำเสนอข้อมูลที่เป็นอันตราย ต่อสุขภาพ ร่างกาย จิตใจ- พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค (การ รับประทานอาหารที่ไม่ถูก สุขลักษณะเพื่อรักษาโรค)	1.สร้างความบันเทิง -ละคร ภาพยนตร์	1.พึ่งพาอำนาจเหนือธรรมชาติ มากกว่าพึ่งพาตนเอง -การขอเลข
2. ผี วิญญาณ -ละครผี คติปี่	2. สร้างความเชื่อมั่นในชีวิต	2.อ้างอิงหลักฐาน -บุคคลทั่วไปที่มีประสบการณ์ตรง	2.ผู้ร่วมรายการ (การ รับประทานอาหารที่ไม่ถูก สุขลักษณะเพื่อรักษาโรค)	2.ควบคุมความประพฤติ ดำรง ให้อำนาจเหนือสิ่งอื่นใด -ความ เชื่อด้านสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อ ปกป้องผืนป่า	2.ความเชื่อที่ผิดเกี่ยวกับผี
2. เหตุการณ์เหนือ ธรรมชาติ -เรื่อง เหลือเชื่อ	3. สร้างแนวทางแก้ไข ปัญหาชีวิต -วิธีการรักษา ปัญหาสุขภาพ	3.พิสูจน์ -เพื่อยืนยันและ ปฏิเสธความเชื่อ	2. จูงใจให้เกิดการเสียใจที่ อาจนำไปสู่ความเชื่อ -ความเชื่อ ที่สนับสนุนการพนัน หวย	3. เครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ -ที่พึ่ง ด้านโชคลาภ และการแก้ไข ปัญหาชีวิต	3. ความเชื่อที่ผิดเกี่ยวกับผี
3. ตำนานความเชื่อ -วัง พญานาค แม่เชื่อ		4.จำลองเหตุการณ์ -ละคร ภาพยนตร์ จำลองเหตุการณ์ จริง			
		5. พาชมสถานที่จริง			

2. ความเชื่อในฐานะสินค้า/บริการเพื่อการซื้อขาย

ในกรณีที่เรื่องราวความเชื่อถูกนำเสนอในฐานะของสินค้าและบริการ ทางรายการจะมีกลวิธีการนำเสนอที่หลากหลายมากขึ้นเพื่อให้ผู้ชมสนใจ เกิดอารมณ์คล้อยตามและตัดสินใจบริโภคสินค้าบริการดังกล่าว เมื่อกลวิธีการถูกใจด้วยเนื้อหาและรูปแบบหลากหลายมากขึ้นประกอบกับการขาดมาตรการในการควบคุมที่ชัดเจน สภาพปัญหายังมีเพิ่มขึ้นรวมถึงบทบาทหน้าที่ของความเชื่อและคำนิยมที่อาจส่งผลกระทบต่อการค้าในชีวิตของผู้ชม ดังตารางต่อไปนี้

ประเภทความเชื่อ	กลวิธีการนำเสนอเพื่อการจูงใจ		สภาพปัญหา	บทบาทหน้าที่ความเชื่อ	ค่านิยมจากความเชื่อ
	เนื้อหา	รูปแบบ			
ไสยศาสตร์ 1. วัตถุมงคล - พระเครื่อง ตะกรุด เหรียญบูชา แจกเกิด นาคีภา ฯลฯ 2. พิธีกรรม - สะเดาะเคราะห์ แก้วกรรม ต่อชะตา ฯลฯ โหราศาสตร์ - บริการทำนายนายดวงชะตา	1. สร้างความหวาดกลัวและการเสนอแนวทางการแก้ไข - ทำให้เห็นผลเสียจากการไม่บูชาวัตถุมงคล และการทำให้เห็นหมดความสามารถ 2. สร้างความเชื่อมั่นได้แก้ปัญหาในชีวิตผู้ชมได้ 3. สร้างความเชื่อมั่น - ด้านความร่ำรวย แคล้วคลาด บารมี เมตตา 3. ผลประโยชน์ที่จะได้รับ - แลกเปลี่ยนค้า/บริการ และการสร้างภาพลักษณ์ผู้บริโภค	1. เล่าเรื่อง - ผู้ดำเนินรายการบรรยายเรื่องราว การสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ พูดคุยกับผู้ชมทางบ้าน 2. อ้างอิงหลักฐาน ● บุคคล (คนดัง ดารา พระสงฆ์ เกจิอาจารย์ นายตำรวจ ฯลฯ) ● เอกสาร (หนังสือพิมพ์) ● อีเลิฟโทรนิิกส์ (ภาพจากกล้องวงจรปิด) 3. พิสูจน์ - ทดสอบอานุภาพวัตถุมงคล- 4. จำลองเหตุการณ์ - เอนิเมชั่นพุทธประวัติ เหตุการณ์สมมติ ประชาสัมพันธ์วัตถุมงคล)	1. เนื้อหาเป็นอันตรายต่อสุขภาพร่างกาย - พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค (ทดสอบอานุภาพวัตถุมงคลกับร่างกายบุคคล) 2. ขาดข้อมูลมูลเกินจริง - พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค (ความสามารถของผู้ปลุกเสกวัตถุมงคล มูลค่าและอานุภาพวัตถุมงคล) 3. ใช้เด็กและเยาวชนโฆษณาสินค้าวัตถุมงคล - เด็กใช้วัตถุมงคลประกอบพิธีบูชามงคลปราบภูมิพิศาล 4. ละเมิดดูหมิ่นความเชื่ออื่นๆ - ดูถูกผู้ที่สวมใส่สายสิญจน์ 5. จูงใจให้เกิดการเสี่ยงโชคที่อาจนำไปสู่อบายมุข - ความเชื่อที่สนับสนุนการพนัน หวย และการ	1. เครื่องยึดเหนี่ยวทางจิตใจ - บันดาลโชคลาภ บารมี คัมภีร์กันภัย แก้ไขปัญหาชีวิต 2. สร้างภาพลักษณ์แก่บุคคล - การสร้างคุณค่าในตัวผู้บริโภคเมื่อบริโภคสินค้า เช่น การเป็นคนมีปัญญา คนดี คนฉลาด คนพิเศษ 3. ทรัพย์สินเพื่อการลงทุน - สินค้า ความเชื่อ จะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นในอนาคต 4. เสริมความเชื่อเรื่องการเสี่ยงโชค - ทำนายเลขเด็ด และทำนายผลการแข่งขันฟุตบอล 4. ความน่าเคารพของพระพุทธรูปขนาดเล็กที่พิธี	1. พึ่งพาอำนาจเหนือธรรมชาติมากกว่าพึ่งพาตนเอง - การบูชาวัตถุมงคล ดูดวง และร่วมพิธีกรรมเพื่อหวังความร่ำรวย บารมี ความปลอดภัย แนวทางการดำเนินชีวิต ฯลฯ 2. โศกนาฏกรรมที่ซื้อได้ด้วยเงิน - การเข้าซื้อวัตถุมงคล การเสียเงินร่วมพิธีกรรมเพื่อหวังให้ชีวิตเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น 3. กระแสแก้ไขได้ด้วยพิธีกรรม - เคราะห์กรรมทุกอย่างสามารถหมดไปได้เพียงแต่การทำพิธีทางไสยศาสตร์ 4. ความน่าเคารพของพระพุทธรูปขนาดเล็กที่พิธี

		5.พาชมสถานที่จริง -สถานที่ สะเดาะเคราะห์ แก้วคุณไสย และบริษัทผู้ผลิตจัดส่งวัตถุมงคล 6.ได้ <u>แสง สี เสียง</u> -ภาพกราฟิก ชาวเน็ตเอเฟดประกอบการโฆษณาวัตถุมงคล	พณ்பตบด 6.แสวงหาผลประโยชน์จากการทำนายดวง - ชายของให้กับผู้ชม ประชาสัมพันธ์กิจกรรมทัวร์ไหว้พระ และพิธีแก้กรรม 7.การพยากรณ์สู่ความขัดแย้ง - จรรยาบรรณในใจ (แนะนำให้สามี ภรรยาแยกห้องนอน)	ปฏิบัติมากกว่าหลักคำสอน - พระเครื่อง พระพุทธรูป นำเสนอในฐานะของผู้สร้างอิทธิทธิปาฏิหาริย์ 5.มองพระสงฆ์ในฐานะจอมขมังเวทย์มากกว่าผู้ปฏิบัติธรรม -หน้าที่ของพระสงฆ์คือการปลุกเสกวัตถุมงคล และประกอบพิธีกรรมทางไสยศาสตร์
--	--	--	---	--

การขยายตัวของธุรกิจความเชื่อไสยศาสตร์ โหราศาสตร์

ปัจจุบันรายการความเชื่อไสยศาสตร์ โหราศาสตร์โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการและโฆษณาที่น่าสนใจหรือเรื่องราวความเชื่อในฐานะสินค้า/บริการกำลังขยายตัวในมิติต่างๆ ดังนี้

1. **ประเภทสินค้าความเชื่อไสยศาสตร์** - สินค้าทางความเชื่อที่มีการเสนอขายในปัจจุบันไม่ได้มีเพียงแค่พระเครื่อง เหรียญบูชา ตะกรุด ผ้ายันต์ เท่านั้น เสื้อผ้า เครื่องประดับ และอุปกรณ์การสื่อสารต่างๆ ในชีวิตประจำวันกำลังถูกทำให้เป็นสินค้าความเชื่อทางไสยศาสตร์ซึ่งทำหน้าที่ไม่แตกต่างจากวัตถุมงคล คือเสริมสร้างบารมี โชคลาภ ปกป้องภัยอันตราย ฯลฯ โดยช่อง Dara Channel มีการเสนอขายเสื้อแจ๊คเก็ตยันมหาเวทย์ นาฬิกาข้อมือและโทรศัพท์มือถือยี่ห้อ 5 แถว

2. **กลุ่มเป้าหมาย** - กลุ่มเป้าหมายของรายการความเชื่อโดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการความเชื่อไสยศาสตร์เพื่อการขายได้ขยายกลุ่มเป้าหมายมาสู่กลุ่มวัยรุ่น เยาวชน กลุ่มคนเมือง และกลุ่มผู้หญิงโดยจะเห็นได้จากเพศและวัยของผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ และผู้บริโภคสินค้า/บริการซึ่งมีทั้งเด็ก เยาวชน วัยรุ่น ดารา นักร้อง นักแสดง โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่องดาราแซนแนลซึ่งมีอาจารย์หนู กันภัยเป็นจุดขายซึ่งอาจารย์หนูโด่งดังและเป็นที่รู้จักในวงการบินไทยหรือสังคมเมืองเนื่องจากเป็นปรมาจารย์ด้านการสักยันต์ให้กับคนในวงการบินไทยทั้งในและต่างประเทศ

3. **กลวิธีการจูงใจ** - เมื่อรายการความเชื่อไสยศาสตร์สามารถนำเสนอได้อย่างอิสระในหน้าจอโทรทัศน์ (ทีวีดาวเทียม) ผู้ผลิตหรือเจ้าของธุรกิจที่ต้องการจำหน่ายสินค้าทางความเชื่อจะมีกลวิธีหรือกลยุทธ์ในการจูงใจผู้ชมหลากหลายรูปแบบตามลักษณะและคุณสมบัติของสื่อ จากเดิมที่เนื้อหาเหล่านี้จะปรากฏอยู่ในหนังสือพิมพ์ซึ่งนำเสนอได้แค่ตัวหนังสือและภาพนิ่ง เมื่อรายการความเชื่อถูกนำเสนอผ่านหน้าจอโทรทัศน์ จึงมีการถ่ายทอดเรื่องราวความเชื่อผ่านรูปแบบแอนิเมชัน เหตุการณ์จำลอง ภาพประกอบการบรรยาย การลงพื้นที่ถ่ายทำในสถานที่จริง การสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง และการใช้ชาวนัดเอฟเฟกต์หรือดนตรีประกอบขณะนำเสนอเรื่องราวเพื่อสร้างความน่าสนใจและความน่าเชื่อถือให้เพิ่มมากขึ้นไม่ต่างจากละคร ภาพยนตร์ หรือรายการวาไรตี้บันเทิง

4. **ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีกับช่องทางการบริโภค** - ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีส่งผลให้ปัจจุบันนี้ผู้ชมสามารถหาบริโภคสินค้าและบริการทางความเชื่อได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วมากขึ้น ผู้ที่สนใจเข้าบูชาวัตถุมงคลไม่จำเป็นต้องเดินทางไปวัดหรือแหล่งบูชา เพียงแค่โทรศัพท์สั่งซื้อสินค้ากับทางรายการ สินค้าก็จะถูกจัดส่งมาทางไปรษณีย์ รวมถึงการบูชาตามร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven นอกจากนี้พิธีการสะเดาะเคราะห์บางอย่างยังสามารถดำเนินการได้อย่างสะดวกผ่านการ ส่ง sms ชื่อ-สกุล วันเดือนปีเกิดไปให้ผู้ทำพิธีนำข้อมูลไปใช้ในการประกอบพิธีต่างๆ เช่นเดียวกันกับรายการโหราศาสตร์ทำนายดวงชะตาที่ปัจจุบันช่องทางการดูดวงที่มีการประชาสัมพันธ์กันมาก คือ การดูดวงผ่านระบบ sms และ audio text (1900-1900-xxx)

5. **ปริมาณการออกอากาศ** - รายการความเชื่อทางไสยศาสตร์และโหราศาสตร์ในช่องสถานีทีวีดาวเทียมที่ศึกษาถูกนำเสนอมากกว่า 1 รายการต่อวัน และมีการออกอากาศซ้ำ (rerun) ในช่องสถานีประมาณ 3-4 ครั้งต่อวัน นอกจากนี้บางบริษัทยังมีการเช่าสัญญาณออกอากาศมากกว่า 1 ช่องขึ้นไปโดยเนื้อหาทั้งหมดเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ การขายสินค้า/บริการทางความเชื่อ เช่นเดียวกันกับโฆษณาบริการพยากรณ์

ดวงชะตา และโฆษณาสินค้าวัตถุมงคลซึ่งพบในเกือบทุกช่องสถานีที่ศึกษา และพบเกือบตลอดทั้งวัน แตกต่างจากช่องสถานีฟรีทีวีที่นำเสนอเรื่องราวความเชื่อเพียงบางช่องสถานี และนำเสนอมากที่สุด 1 ครั้งต่อสัปดาห์ รวมรายการจากทุกช่องที่นำเสนอมีเพียงแค่ประมาณ 13 รายการเท่านั้น ซึ่งปัจจัยหนึ่งอาจมาจากมาตรการการควบคุมทีวีดาวเทียมที่ไม่ชัดเจน รวมถึงค่าเช่าช่องสถานีและค่าออกอากาศโฆษณาที่ต่ำกว่าฟรีทีวีค่อนข้างมาก

การขยายตัวของรายการไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียมประกอบกับสภาพปัญหาที่มีมากจากความไม่ชัดเจนของมาตรการการควบคุมและการแสวงหาผลประโยชน์ของกลุ่มธุรกิจอาจส่งผลให้ผู้ชมเปิดรับความเชื่อที่บิดเบือนไปจากความเป็นจริงมากขึ้นซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทัศนคติ ค่านิยมในการดำเนินชีวิตโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ชมในพื้นที่ท้องถิ่นในต่างจังหวัดซึ่งผลสำรวจจาก AGB Nielsen ระบุว่าพื้นที่ที่มีการเปิดรับทีวีดาวเทียมมากที่สุดเมื่อเทียบกับพื้นที่กรุงเทพฯ ปริมณฑล และพื้นที่เขตเมืองในต่างจังหวัดและมีแนวโน้มที่จะเปิดรับทีวีดาวเทียมเพิ่มสูงขึ้นในแต่ละปีซึ่งหมายความว่าจะมีผู้ชมได้รับผลกระทบจากเนื้อหาดังกล่าวในปริมาณที่มากขึ้นเรื่อยๆ หากยังไม่มีมาตรการหรือแนวทางในการควบคุมเนื้อหาความเชื่อไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียม

เปรียบเทียบเนื้อหาไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในสื่อกระแสหลักและทีวีดาวเทียม

1. ทีวีดาวเทียมกับฟรีทีวี

- การนำเสนอความเชื่อไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี

สถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี 3 จาก 6 ช่อง (ช่อง 3 ช่อง 5 และช่อง 7) นำเสนอรายการความเชื่อไสยศาสตร์ และโหราศาสตร์ เช่น คี๊ 12 ราศี บันทึกลึกลับ คนอวดผี สัมผัสที่หก ละครมือปราบมหาเฮี้ยน ฯลฯ ซึ่งมีจุดมุ่งหมายหลัก คือ เพื่อสร้างความบันเทิง และการให้แง่คิดคติสอนใจเรื่องบุญกรรมและการคิดดี ทำดี การใช้ชีวิตอย่างมีสติ ไม่พบรายการเพื่อการขายสินค้า/บริการ

รายการไสยศาสตร์ในฟรีทีวีนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับผี วิญญาณ พิธีกรรม ตำนานความเชื่อ เหตุการณ์เหนือธรรมชาติทั้งรูปแบบรายการและละคร รายการที่นำเสนอเรื่องพิธีกรรม ตำนานความเชื่อหรือเหตุการณ์ธรรมชาติจะพยายามอธิบายและสอนให้ผู้ชมคิดอย่างเป็นเหตุผลตามหลักวิทยาศาสตร์ และการใช้สติและวิจารณ์ญาณในการรับชม

รายการโหราศาสตร์ในฟรีทีวี (คี๊ 12 ราศี) นำเสนอเรื่องราวของการทำนายดวงชะตาตามราศีในลักษณะของเกมการแข่งขัน (แขกรับเชิญที่ทายถูกมากที่สุดจะเป็นผู้ชนะได้รับรางวัล) เนื้อหาการทำนายไม่แตกต่างจากทีวีดาวเทียมเท่าไรนัก คือ การพยากรณ์ดวงชะตาบุคคลและแนะนำวิธีการแก้เคล็ดและเสริมดวง แต่สิ่งที่แตกต่างกัน คือ ฟรีทีวีไม่มีการเปิดรับสายของผู้ชมทางบ้านเพื่อรับคำทำนายโดยตรงจากหมอดูในรายการ และไม่มีการทำนายเฉพาะเจาะจงเป็นรายบุคคล โดยเป็นเพียงการทำนายตามราศีเท่านั้น

- เปรียบเทียบการนำเสนอเนื้อหาในทีวีดาวเทียมกับฟรีทีวี

รายการความเชื่อไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียมมีความแตกต่างจากฟรีทีวี 4 ประการ ดังนี้

1. ทีวีดาวเทียมนำเสนอความเชื่อเรื่องวัตถุมงคล – ทีวีดาวเทียมนำเสนอเรื่องราวความเชื่อไสยศาสตร์เกี่ยวกับวัตถุมงคล เครื่องรางของขลังทั้งในรูปแบบรายการและโฆษณาที่มีจุดประสงค์เพื่อการค้าให้ข้อมูลความรู้และเพื่อการขาย ในขณะที่ฟรีทีวีไม่พบการนำเสนอเรื่องดังกล่าว

2. ทีวีดาวเทียมไม่มีการเซ็นเซอร์ภาพที่ไม่เหมาะสม – รายการความเชื่อวัตถุมงคล เครื่องรางของขลังในทีวีดาวเทียมมีการนำเสนอภาพการทดสอบความศักดิ์สิทธิ์ของวัตถุมงคลในพิธีปลุกเสกโดยพระสงฆ์ผู้ปลุกเสกจะใช้อาวุธ เช่น ดาบ มีด ขวานเขื่อนลงไปในร่างกายบุคคลโดยไม่มีการเซ็นเซอร์ภาพดังกล่าว ในขณะที่ฟรีทีวีจะมีการเซ็นเซอร์ภาพที่มีลักษณะเดียวกันนี้ เช่น ภาพการใช้ของมีคมทิ่มแทงบนร่างกายในพิธีกรรมต่างๆ ภาพการใช้อาวุธจู่ร่างกายบุคคลในระยะประชิด

3. ทีวีดาวเทียมนำเสนอหลายรายการต่อสัปดาห์และนำเสนอซ้ำหลายครั้งต่อวัน – ทีวีดาวเทียมรายการความเชื่อไสยศาสตร์ โหราศาสตร์หลายช่องสถานี บางช่องสถานีมีจุดประสงค์เพื่อนำเสนอเนื้อหาเหล่านี้โดยเฉพาะ และเจ้าของช่องมีบริษัทจำหน่ายสินค้า/บริการทางไสยศาสตร์เป็นของตนเอง นอกจากนี้ทางช่องสถานียังนำเสนอรายการและโฆษณาความเชื่อดังกล่าวหลายรายการต่อสัปดาห์และนำเสนอซ้ำหลายครั้งต่อวัน ในขณะที่ฟรีทีวีนำเสนอรายการความเชื่อไสยศาสตร์ โหราศาสตร์เฉลี่ยประมาณ 5 รายการต่อสัปดาห์ ส่วนใหญ่นำเสนอเพียง 1 รายการต่อวันและไม่มีการออกอากาศซ้ำตอน

4. ทีวีดาวเทียมมีการสื่อสาร 2 ทางระหว่างผู้ดำเนินรายการและผู้ชม – รายการโหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียมทุกรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมทางบ้านโทรศัพท์หรือsmsเข้ามาขอรับคำทำนายดวงจากหมอดูในรายการ มีการพูดคุย ชักถามปัญหาข้อสงสัยต่างๆซึ่งเป็นการทำนายแบบเฉพาะบุคคล ในขณะที่รายการโหราศาสตร์ในฟรีทีวีเป็นการสื่อสารทางเดียว คือ หมอดูจะทำนายดวงชะตาตามราศี และเป็นคำทำนายสำหรับทุกคน ผู้ชมที่ชมรายการและรับฟังคำทำนายจะไม่มีสิทธิสื่อสารกับหมอดูหรือผู้ดำเนินรายการ

2. ทีวีดาวเทียมกับหนังสือพิมพ์รายวันส่วนกลาง

- การนำเสนอความเชื่อไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในหนังสือพิมพ์ส่วนกลางรายวัน

หนังสือพิมพ์รายวันมีการนำเสนอความเชื่อไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในรูปแบบข่าว คอลัมน์และโฆษณา เช่น ข่าวเหตุการณ์เหนือธรรมชาติ ข่าวสัตว์ สิ่งของที่มีลักษณะผิดปกติ (เช่น ไก่ 3 ขา ตู๊กแก 2 หาง รอยพญานาค ฯลฯ) คอลัมน์มูมพระเก่า คอลัมน์รอบด้านวงการพระ คอลัมน์เหนือลิขิตประกาศิตฟ้าดิน คอลัมน์มองอย่างเขียน คอลัมน์ลึนรวบ เลขเด่น เลขสวย คอลัมน์ตอบปัญหาชะตาชีวิต ฯลฯ

ความเชื่อไสยศาสตร์ในหนังสือพิมพ์รายวันนำเสนอเรื่องราวความเชื่อวัตถุมงคล เครื่องรางของขลัง และเหตุการณ์เหนือธรรมชาติซึ่ง สำหรับความเชื่อวัตถุมงคลจะเน้นนำเสนอประวัติของเกจิอาจารย์ผู้สร้างหรือปลุกเสกวัตถุมงคล รูปร่างลักษณะ มวลสาร และอาณาเขตของวัตถุมงคล หากเป็นโฆษณาจะระบุถึงราคาเช่า

บูชาและสถานที่ติดต่อเข้าบูชา ส่วนความเชื่อเหตุการณ์เหนือธรรมชาติจะเชื่อมโยงไปสู่การขอพร โดยเนื้อหาข่าวนำเสนอถึงเหตุการณ์ผิดปกติต่างๆและการบูชากราบไหว้เพื่อขอพร โดยบางข่าวมีการทำให้สัมภาษณ์เรื่องความแม่นยำในการใบ้เลข

ความเชื่อโหราศาสตร์ในหนังสือพิมพ์รายวันนำเสนอเรื่องคอลัมน์ทำนายดวงชะตาตามวันเกิด (จันทร์ อังคาร พุธ ฯลฯ) ราศี ลายเซ็น ลายมือ หลักฮวงจุ้ย ฯลฯ โดยเนื้อหาการทำนายจะเกี่ยวข้องกับความรัก การงาน สุขภาพ ความโชคดี โชคร้ายต่างๆที่จะเข้ามาในชีวิตซึ่งมีทั้งการทำนายสำหรับบุคคลทั่วไป และการทำนายแบบเฉพาะเจาะจงเป็นรายบุคคล เช่น การทำนายลายมือ และการทำนายลายเซ็น ฯลฯ รวมถึงการทำนายดวงชะตานิการการเมือง ทั้งนี้คำทำนายส่วนใหญ่ที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์จะระบุวิธีการแก้เคล็ด การป้องกันปัญหา และการเสริมดวง เช่น การบูชาเทพเจ้า วัตถุมงคล การปรับแต่งที่อยู่อาศัย นอกจากนี้ยังพบการใช้หลักโหราศาสตร์ในการทำนายผลการแข่งขันฟุตบอล

● เปรียบเทียบการนำเสนอเนื้อหาในทีวีดาวเทียมกับหนังสือพิมพ์รายวันส่วนกลาง

รายการความเชื่อไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียมมีความแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ส่วนกลางรายวัน 3 ประการ ดังนี้

1. ใช้พระสงฆ์ เด็กและเยาวชนอวดอ้างอำนาจวัตถุมงคล – รายการขายสินค้า/บริการวัตถุมงคลในทีวีดาวเทียมมีการสัมภาษณ์ภิกษุสงฆ์เพื่อยืนยันเรื่องความศักดิ์สิทธิ์ของวัตถุมงคลเครื่องราง ของขลังประเภทต่างๆ รวมถึงการให้เด็กสวมใส่วัตถุมงคล และแสดงภาพยนตร์โฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์วัตถุมงคล ในขณะที่หนังสือพิมพ์จะมีเพียงคำบรรยายจากคอลัมน์นิสต์ เขียนพระ และบุคคลผู้เข้าบูชาเท่านั้น

2. นำเสนอเทคนิคภาพ แสง สี เสียงเพื่อความสมจริง – ธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์มีคุณสมบัติเรื่องการนำเสนอภาพเคลื่อนไหว แสง สี เสียงต่างๆ เช่น ภาพจำลองเหตุการณ์ ภาพเหตุการณ์จริง ภาพกราฟฟิก และชาวนด์เอฟเฟค ส่งผลให้เนื้อหาการประชาสัมพันธ์วัตถุมงคลในทีวีดาวเทียมมีความน่าสนใจ และสมจริงมากกว่าที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ที่มีเพียงแค่การบรรยายประกอบภาพ

3. การสร้างเงื่อนไขในการซื้อขาย – รายการและโฆษณาเข้าบูชาวัตถุมงคลในทีวีดาวเทียมบางช่องมีการเสนอเงื่อนไขการซื้อขายให้แก่ผู้ชม เช่น การลดราคา การแถมสินค้า การจำกัดจำนวนสินค้า ฯลฯ เพื่อจูงใจให้ผู้ชมต้องการสั่งซื้อสินค้า ในขณะที่การประชาสัมพันธ์ในหนังสือพิมพ์จะไม่มีเงื่อนไขใดๆ โดยบอกเพียงราคาและสถานที่เข้าบูชา

ประเภทรายการ	สถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี	หนังสือพิมพ์ส่วนกลางรายวัน	ทีวีดาวเทียม
ไสยศาสตร์	-นำเสนอเรื่องผี วิญญาณ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ตำนาน เหตุการณ์เหนือธรรมชาติ	-นำเสนอเรื่องผี วิญญาณ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ตำนาน เหตุการณ์เหนือธรรมชาติ	-นำเสนอเรื่องผี วิญญาณ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ตำนาน เหตุการณ์เหนือธรรมชาติ
	-ไม่พบการนำเสนอเรื่องวัตถุมงคล	-นำเสนอเรื่องวัตถุมงคลผ่านรูปแบบคอลัมน์และโฆษณาเพื่อให้ข้อมูลความรู้และเพื่อการขาย ● เนื้อหา ระบุเกี่ยวกับผู้สร้าง ผู้	-นำเสนอเรื่องวัตถุมงคลผ่านรูปแบบคอลัมน์และโฆษณาเพื่อให้ข้อมูลความรู้และเพื่อการขาย ● เนื้อหา ระบุเกี่ยวกับผู้สร้าง ผู้ปลุก

		ปลุกเสก รูปลักษณะ มวลสาร อานุภาพ สถานที่ติดต่อเช่าบูชา (มีการระบุราคาในกรณีที่เป็นโฆษณา) • ผู้นำเสนอข้อมูล คือ คอลัมน์ นิสต์ เขียนพระ ผู้บูชา • วิธีการนำเสนอข้อมูล คือ การบรรยายประกอบภาพวัตถุมงคล เกจิอาจารย์ วัดที่จัดสร้าง	เสก รูปลักษณะ มวลสารอานุภาพ สถานที่ติดต่อเช่าบูชา (มีการระบุราคาในกรณีที่เป็นโฆษณา) • ผู้นำเสนอข้อมูล คือ ผู้ดำเนินรายการ เขียนพระ ผู้บูชา พระสงฆ์ (อวดอ้างอานุภาพมวลสาร และวัตถุมงคล)** • วิธีการนำเสนอข้อมูล คือ บรรยายและสัมภาษณ์ประกอบภาพเหตุการณ์จำลอง เหตุการณ์จริง (พระสงฆ์ทดสอบอานุภาพวัตถุมงคล และภาพเด็กและเยาวชนเป็นพรีเซนเตอร์โฆษณาวัตถุมงคล)**
	-มีการเซ็นเซอร์ภาพที่ไม่เหมาะสม	-ไม่ปรากฏภาพที่ไม่เหมาะสม	-ไม่มีการเซ็นเซอร์ภาพที่ไม่เหมาะสม คือ ภาพการลงมือ ลงดาบ ลงขวานบนร่างกายมนุษย์เพื่อทดสอบอานุภาพวัตถุมงคล**
	-นำเสนอเพียง 3 ช่องสถานี และออกอากาศเฉลี่ยสัปดาห์ละไม่เกิน 5 รายการ ไม่ออกอากาศซ้ำตอน	-เน้นนำเสนอฉบับวันสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) หรือช่วงใกล้วันออกสลากกินแบ่งรัฐบาล	-นำเสนอหลายช่องสถานี นำเสนอหลายรายการต่อสัปดาห์ และนำเสนอซ้ำหลายครั้งต่อวัน
โหราศาสตร์	-สื่อสารทางเดียว	-สื่อสารทางเดียว และ 2 ทาง (ผู้อ่านเขียนจดหมายมาขอคำทำนายดวง)	-สื่อสาร 2 ทาง (ผู้ชมทางบ้าน sms และโทรศัพท์เข้ามาขอรับคำทำนาย)
	-ทำนายดวงชะตาตามราศี	-ทำนายตามราศี วันเดือนปีเกิด ฮวงจุ้ย ลายมือ ลายเซ็น	-ทำนายตามราศี วันเดือนปีเกิด ฮวงจุ้ย ลายเซ็น เลขทะเบียนรถ เลขบัตรประชาชน ไฟ
	-ไม่ทำนายเฉพาะบุคคล	-ทำนายแก่บุคคลทั่วไป และทำนายเฉพาะบุคคล	-ทำนายเฉพาะบุคคล
	-ทำนายเรื่องความรัก การเรียน การงาน สุขภาพ สังคม ไซคลาภเคราะห์ และเสนอวิธีแก้เคล็ด เช่น การไหว้พระ ทำบุญ บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์	-ทำนายเรื่องความรัก การเรียน การงาน สุขภาพ สังคม ไซคลาภเคราะห์ เสนอวิธีแก้เคล็ด เช่น การไหว้พระ ทำบุญ บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ปรับเปลี่ยนที่อยู่อาศัยและพฤติกรรม	-ทำนายเรื่องความรัก การเรียน การงาน สุขภาพ สังคม ไซคลาภเคราะห์ (ทำนายให้เกิดความขัดแย้ง - ทำนายว่าสามีคิดนอกใจภรรยาแต่ยังไม่ถึงขั้นปฏิบัติ)** เสนอวิธีแก้เคล็ด เช่น การไหว้พระ ทำบุญ บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ปรับเปลี่ยนที่อยู่อาศัยและพฤติกรรม (พบการแนะนำให้คู่สามีภรรยาแยกกันนอน และการแนะนำให้ผู้ชมซื้อสินค้าที่เป็นธุรกิจของหมอดู)**
	-พบโฆษณาบริการทำนายดวงระหว่างช่วงเบรกรายการ	-พบโฆษณาบริการทำนายดวงในหน้าโฆษณา (พบน้อย)	-บางช่องสถานีพบโฆษณาบริการทำนายดวงชะตาเกือบตลอดทั้งวัน

****สภาพปัญหาที่พบในทีวีดาวเทียม แต่ไม่พบในสื่อกระแสหลัก (ฟรีทีวีและหนังสือพิมพ์ส่วนกลางรายวัน)**

ปัจจัยที่ส่งผลต่อสภาพปัญหาและการควบคุมเนื้อหารายการไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียม

ปัจจัยหนึ่งซึ่งส่งผลให้เกิดสภาพปัญหาในรายการความเชื่อประเภทไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในทีวีดาวเทียม คือ การไม่มีมาตรการควบคุมโดยตรงต่อรายการที่ออกอากาศในทีวีดาวเทียม กล่าวคือ สมาคมโทรทัศน์ดาวเทียม (ประเทศไทย) ไม่ระบุเรื่องการนำเสนอเรื่องราวความเชื่อไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในระเบียบข้อบังคับหมวดจริยธรรม ประกอบการขยายตัวของทีวีดาวเทียมในช่วงการจัดตั้งกสทช. ซึ่งทำให้ระเบียบการจัดสรรคลื่นความถี่และมาตรการการกำกับดูแลเนื้อหาในสื่อต่างๆ ยังไม่มีความชัดเจน อย่างไรก็ตาม พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 ได้ให้อำนาจกสทช. ในการกำหนดมาตรการควบคุมเนื้อหารายการซึ่งเป็นแบบภาพรวม ไม่เฉพาะเจาะจงถึงเรื่องของความเชื่อเหนือธรรมชาติ ความมั่งงาย ไร้สาระของเนื้อหารายการ

สำหรับมหาเถรสมาคมมีอำนาจการควบคุมการโฆษณาอวดอ้างอานุภาพพระบုชาและวัตถุมงคลที่กระทำโดยพระภิกษุสงฆ์เท่านั้น หากเป็นการกระทำของประชาชนทั่วไปทางมหาเถรสมาคมไม่มีอำนาจในการควบคุมหรือดำเนินการใดๆ ดังนั้นการตรวจสอบการโฆษณาที่กระทำโดยบุคคลทั่วไปจึงเป็นหน้าที่รับผิดชอบของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม ทางคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) มีอำนาจเฉพาะการควบคุมและดำเนินการเนื้อหาการโฆษณาที่ไม่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของสินค้า/บริการเชิงรูปธรรมดังที่เคยเป็นข่าวช่วงกระแสความนิยมจตุคามรามเทพ เช่น รูปลักษณะ ขนาด เนื้องาน และรุ่นของวัตถุมงคลไม่ตรงกับที่โฆษณา และการกระทำดังกล่าวอาจมีความผิดทางอาญาฐานฉ้อโกงหากมีการเรียกเก็บทรัพย์สินเงินทองจากผู้บริโภค อย่างไรก็ตามทาง สคบ. ยังไม่มีมาตรการดำเนินการใดๆ กับเนื้อหาโฆษณาวัตถุมงคลที่มีการอวดอ้างอานุภาพที่อาจเกินจริงและยากต่อการพิสูจน์

ในขณะที่การควบคุมเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีหลังจากที่คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) ถูกยกเลิก และมีการจัดตั้งคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ (กกช.) ซึ่งต่อมาได้ยกเลิกการตรวจพิจารณาเนื้อหารายการ อำนาจหน้าที่ในการควบคุมเนื้อหารายการจึงเป็นของคณะกรรมการของทางสถานีโทรทัศน์ และตามที่ พ.ร.บ.การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 ได้กำหนดไว้ ซึ่งในกรณีของการควบคุมเนื้อหารายการไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ในฟรีทีวีค่อนข้างมีประสิทธิภาพทั้งในเรื่องรายละเอียดเนื้อหา การเซ็นเซอร์ภาพความรุนแรง การเตือนสติสอดแทรกข้อคิด และการพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหา ดังที่รายการตีสิบถูกวิพากษ์วิจารณ์และถูกเตือนจากทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. เรื่องการนำเสนอเนื้อหาความเชื่อไสยศาสตร์บ่อยครั้ง โดยเฉพาะเรื่องของคนถูกผีเข้าในรายการจนทำให้รายการตีสิบต้องงดออกอากาศเทปที่สองซึ่งเป็นเทปต่อเนื่องจากที่ออกอากาศในอาทิตย์แรก

สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสได้กำหนดหลักจริยธรรมวิชาชีพเกี่ยวกับการผลิตและการเผยแพร่รายการของทางช่องสถานีซึ่งมีรายละเอียดเรื่องการควบคุมเนื้อหารายการที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวข้องกับศาสนา และรายการที่มี

เนื้อหาเกี่ยวกับเวทย์มนต์ คาถาอาคม ปราภฏการณเหื่อนธรรมชาติในรายการเด็กและเยาวชนหรือในช่วงเวลาที่เด็กและเยาวชนรับชมเป็นจำนวนมาก เช่นเดียวกับพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 ที่ระบุถึงการคุ้มครองเด็กและเยาวชนจากรายการที่แสดงออกถึงความรุนแรง การกระทำอันผิดกฎหมายหรือศีลธรรม อายุมข และภาษาอันหยาบคาย

นอกจากนี้การที่ค่า air time และค่าโฆษณาของทีวี่ดาวเทียมถูกกว่าฟรีทีวีกว่าเท่าตัว ส่งผลให้รายการที่มีปัญหาเหล่านี้ปรากฏหลายรายการ และนำเสนอได้บ่อยครั้งซึ่งอาจทำให้ผู้ชมมีโอกาสเปิดรับเนื้อหาเข้าไปเข้ามาจนเกิดการบริโภคสินค้า เกิดค่านิยม หรือทัศนคติที่ไม่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะต่อองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.1 ข้อเสนอต่อกสทช.

- กสทช.ควรจัดแบ่งหมวดหมู่รายการโทรทัศน์เป็นประเภทต่างๆ เช่น รายการสุขภาพ รายการกีฬา รายการความเชื่อ รายการเด็ก รายการข่าว ฯลฯ จากนั้นจึงกำหนดเกณฑ์ลักษณะรายการสำหรับการขอรับใบอนุญาตการประกอบกิจการตามหมวดหมู่รายการประเภทต่างๆ และมีการติดตาม ตรวจสอบอย่างต่อเนื่องว่ารายการดังกล่าวนำเสนอเนื้อหาตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้หรือไม่
- กสทช.ควรนำเนื้อหาเรื่องการควบคุมรายการในกฎกระทรวง ฉบับที่ 14 (พ.ศ.2537) ออกตามความในพระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ.2498 และร่างข้อบังคับสภาวิชาชีพกิจการการแพร่ภาพและการกระจายเสียงว่าด้วยมาตรฐานจริยธรรมและจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพมาปรับใช้ในการกำหนดหลักเกณฑ์การออกใบอนุญาตและการควบคุมการดำเนินการกิจการที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ เนื่องจากมีเนื้อหาเกี่ยวกับการควบคุมเนื้อหารายการที่ละเอียดและชัดเจน
- กสทช.ควรมีการสนับสนุนอย่างจริงจังเรื่องการรวมกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อกำหนดข้อบังคับจริยธรรมวิชาชีพตามที่พ.ร.บ.การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 และพ.ร.บ.องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และการกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2553
- สถานีทีวี่ดาวเทียมควรได้รับอนุญาตจากกสทช.ก่อนการขอสัญญาจากไทยคม เนื่องจากปัจจุบันนี้ช่องสถานีดาวเทียมสามารถใช้เงินลงทุนขอสัญญาจากไทยคมได้อย่างอิสระ ปราศจากเงื่อนไขใดๆ
- กสทช.ควรนำพ.ร.บ.ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ.2551 มาใช้บังคับอย่างจริงจัง และโปร่งใส มีการรายงานผลการดำเนินงานต่างๆบนหน้าเว็บไซต์อย่างชัดเจน

1.2 สมาคมโทรทัศน์ดาวเทียม (ประเทศไทย)

- สมาคมฯควรเพิ่มรายละเอียดระเบียบข้อบังคับหมวดจริยธรรมที่ครอบคลุมถึงเนื้อหาความเชื่อไสยศาสตร์ โหราศาสตร์เพราะเนื้อหาเหล่านี้มีการออกอากาศในหลายช่องสถานีทั้งรูปแบบรายการและโฆษณา
- สมาคมฯควรบังคับให้ช่องสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมทุกช่องเป็นสมาชิกของสมาคมเพื่อให้ระเบียบข้อบังคับด้านจริยธรรมมีผลบังคับใช้อย่างทั่วถึงทุกช่องสถานี จากเดิมที่มีการกำหนดให้เป็นสมาชิกตามความสมัครใจ และระเบียบข้อบังคับต่างๆสามารถควบคุมได้เฉพาะช่องสถานีที่เป็นสมาชิกเท่านั้น
- สมาคมฯควรมีการติดตามผลการออกอากาศรายการทางทีวีดาวเทียมว่าเป็นไปตามระเบียบข้อบังคับหรือไม่

1.3 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)

- สคบ.ควรมีตรวจสอบและติดตามการโฆษณาสินค้า/บริการความเชื่อในทีวีดาวเทียมควบคู่ไปกับการรับเรื่องราวร้องเรียนจากผู้บริโภคและออกกระเปียบเกี่ยวกับการโฆษณาทางความเชื่อ เช่น พิธีกรรมทางไสยศาสตร์ และวัตถุมงคลต่างๆ ที่กระทำโดยบุคคลทั่วไป เพราะทางมหาเถรฯมีอำนาจเฉพาะการกระทำของพระสงฆ์
- สคบ.ควรมีการติดตามและตรวจสอบราคาสินค้าวัตถุมงคลที่โฆษณาทางทีวีดาวเทียมว่ามีความสอดคล้องกับต้นทุนและมูลค่าทางการตลาดหรือไม่ พร้อมทั้งให้ความรู้ในเรื่องดังกล่าวแก่ประชาชนผ่านทางเว็บไซต์ หรือสื่อกระแสหลักอื่นๆ
- สคบ.ควรมีการดำเนินการอย่างเข้มงวดและจริงจังเรื่องการโฆษณาสินค้า/บริการทางความเชื่อ และควรประกาศผลการพิจารณากรณีต่างๆไว้บนหน้าเว็บไซต์ หรือส่งข่าวเป็น press release ให้สื่อมวลชนได้เผยแพร่เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้จัดสร้าง ผู้โฆษณา และประชาชนทั่วไป

1.4 ผู้ผลิตรายการ

- ผู้ดำเนินรายการควรสอดแทรกข้อคิด คติสอนใจเรื่องการพึ่งพาตนเอง การทำความดี การมีสติในการใช้ชีวิต หรือการคิดเชิงเหตุ-ผลแบบวิทยาศาสตร์ ทุกครั้งที่นำเสนอรายการความเชื่อทางไสยศาสตร์ และโหราศาสตร์เพื่อเตือนสติผู้ชมไม่ให้หลงมกนงไปกับเรื่องราวทางไสยศาสตร์และโหราศาสตร์มากเกินไป
- รายการจำหน่ายสินค้าวัตถุมงคลหรือพิธีกรรมที่มีการระบุถึงการนำรายได้บางส่วนไปทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาควรมีการชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับรายได้พร้อมแสดงหลักฐานยืนยันการนำเงินที่ได้รับไปทำนุบำรุงพระพุทธศาสนา

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมาข้างต้นนี้ควรมีการจัดงบประมาณสำหรับการรณรงค์ให้ประชาชนรู้เท่าทันผู้ประกอบการที่พยายามแสวงหาผลประโยชน์จากความเชื่อทางไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ เช่น การรณรงค์ให้ตระหนักถึงมูลค่าของสินค้าและความรอบคอบในการตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าก่อนการบริโภค

บรรณานุกรม

กัลยากร วรกุลลัญฐานีและพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. การโฆษณาเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2551.

ปรัชญา พุฒิชิต. สังคมประกิต การเปิดรับข่าวสาร และความเชื่อทางไสยศาสตร์ของนิสิตนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ประชัน วลลิโกและคณะ. จิตวิทยากับการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร. เอกสารการสอนชุดวิชาภาษาเพื่อการสื่อสาร. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2549.

ปิยฉัตร ล้อมชวการ. การประยุกต์ใช้การสื่อสารเชิงพาณิชย์. เอกสารการสอนชุดวิชาทฤษฎีและพฤติกรรมสื่อสาร. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2549.

วีโรจน์ วงศ์เสาร์. จรรยาบรรณโหร (หมอดู), <http://www.meemodo.com>.

สุนน ทิพย์มาศโกเมน. การวิเคราะห์ข้อเขียนที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโหราศาสตร์การเมืองผ่านสื่อสิ่งพิมพ์. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์. การวิเคราะห์ระดับมีเดียลิตเตอเรซีของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ภาควิชาสารสนเทศศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

