

ส่วนวิเทศสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ได้จัดระบบข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ สนใจดูรายละเอียดได้ที่ <http://news.swu.ac.th/newsclips/>

ข่าวจากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ฉบับประจำวันพุธที่ 10 เดือนกันยายน พ.ศ.2569 หน้า 1,8 มูลค่าข่าว 685,368.-



**‘ตลาดหัวใจ’ยุคดิจิทัล
‘รักแท้ VS คຸ່มคຸ່ม’
วันนี้‘แบบไหนชนะ?!’**

อ่านต่อหน้า 8

สก็๊ป
หน้า
เดลินิวส์
• ต่อจากหน้า 1

**‘ตลาดหัวใจ’ยุคดิจิทัล
‘รักแท้ VS คຸ່มคຸ່ม’
วันนี้‘แบบไหนชนะ?!’**

กลายเป็นกระแสฮือฮาจากกรณี “นายตำรวจประกาศหาคู่” ที่มาพร้อม “ข้อเสนอพิเศษ” แถมหากหญิงรายใดผ่าน “เกณฑ์ที่ตั้งไว้” ซึ่งตอนแรกนึกแค่เป็นเรื่องขำ ๆ แต่ปรากฏกลับได้รับความสนใจจากบรรดา “สาวน้อย-สาวใหญ่” พากันส่งใบสมัครเข้ามาแบบถล่มทลาย จนกลายเป็นกระแสไวรัลที่หลายคนให้ความสนใจในเวลา... จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น เรื่องนี้ทำให้สังคมไทยสนใจและกำลังเป็นที่ถกเถียงกันอย่างกว้างขวาง หลังนายตำรวจคนดังกล่าวออกมาเปิดเผยเรื่องราวภรรยาที่อยู่กินกันมานานแอบนอกใจ และได้ตัดสินใจฟ้องร้อง กับประกาศ “รับสมัครภรรยา

คนใหม่” เพื่อปกป้องศักดิ์ศรีของตัวเอง โดยสิ่งที่ทำให้เรื่องนี้กลายเป็นกระแสไวรัล ไม่ใช่แค่เรื่องราวความซักรักเท่านั้น แต่รวมถึง “อุปชันจัดเต็ม” ที่เตรียมมอบให้กับหญิงที่จะมาเป็นคู่ชีวิตคนใหม่ มีทั้งเงินเดือนส่วนตัว รถยนต์ ตลอดจนทองคำชนิดที่เรียกว่า... “จัดหนักจัดเต็ม” แบบไม่อื่น...

ส่งผลให้มีผู้หญิงสมัครเข้ามาแบบถล่มทลาย จนบางคนถึงขั้นบินมาหาเพื่อหวังที่จะชนะ กลายเป็น “ปรากฏการณ์” ที่คนให้ความสนใจ สำหรับปรากฏการณ์ “แพ้สมัครเป็นคู่คน” ที่เกิดขึ้นทั้งนี้ นอกจากในแง่ของกระแสที่สร้างความฮือฮาแล้ว ในอีก



มุมหนึ่งเรื่องนี้ก็สะท้อนภาพบางอย่างของสังคมยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะ “มุมมองต่อความรัก” กับ “ทัศนคติการเลือกคู่ครอง” เช่นกัน ซึ่งวันนี้หลายคนอาจจะไม่กล้าปฏิเสธว่า... “ความมั่นคงทางทรัพย์สินที่จับต้องได้” กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกคู่ครองของหลายคนเช่นกัน ทำให้ “ทิมสตูปเดลินิวส์” กลับมาตั้งคำถามว่า... ในสังคมดิจิทัลนั้น ความรักยังเป็นเรื่องความรู้สึกบริสุทธิ์ หรือได้แปรเปลี่ยนไปแล้ว โดยเฉพาะภายใต้สังคมที่ถูกตีกรอบเอาไว้ด้วยระบบทุนนิยม จนอาจทำให้บางคนเปลี่ยนมุมมองที่มีต่อเรื่องนี้ไปเป็นความพยายามในการมองหา “ความคุ้มค่า-ผลตอบแทน” ควบคู่กับการ “ค้นหาความรัก” ที่มีรูปแบบไม่ต่างกับธุรกิจ...เพียงแค่เปลี่ยนจากการทำธุรกิจจริง ๆ...

มาเป็นเรื่อง “การลงทุนในความสัมพันธ์”

จากคำถามดังกล่าวที่ว่า... ทุนนิยมสามารถเปลี่ยนความรักให้เป็นสินค้าได้จริงหรือไม่? ได้นำมาสู่ผลงานของนิสิตที่หยิบยกประเด็นนี้มาวิเคราะห์ได้อย่างน่าสนใจผ่านรายงานประกอบรายวิชา Writing for Economic Communication ของ นิตติวิชาเอกการสื่อสารเพื่อเศรษฐศาสตร์ วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (มศว) ที่ชวนให้เราทุกคนกลับมาทบทวนความสัมพันธ์ของตัวเอง ผ่านรายงานที่มีชื่อหัวข้อว่า... “รักของเรา (มีค่าเท่ากันไหม?)” จะน่าสนใจแค่ไหน และมีรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องนี้อย่างไร? “ทิมสตูปเดลินิวส์” อยากชวนให้มาพิจารณากัน...

สำหรับการวิเคราะห์ปรากฏการณ์เรื่องนี้ ทีม นิตติวิชาเอกการสื่อสารเพื่อเศรษฐศาสตร์ วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสาร

สังคม มศว ที่ประกอบด้วย... หฤทัย ยิ่งเกียรติคุณท์, อารยา อุดอามาต, จิรัชญา ไชยศรี, ชัชฎากานต์ กาญจนะไพโรจน์, บัณฑิตา อวยพร และพันธกร ฉิมมาลี ได้เผยแพร่ผลการศึกษานี้ผ่านรายงานหัวข้อ “รักของเรา (มีค่า)เท่ากันไหม?” โดยเผยแพร่อยู่ใน <http://cosci.swu.ac.th> ไว้ดังนี้... จากคำถามข้างต้นนำมาสู่การตั้งสมมุติฐานเรื่องของการรักว่า... ระบบทุนนิยมสามารถ

เปลี่ยนความรักให้เป็นการลงทุนได้หรือไม่? แม้หลายคนจะมองว่า... ระบบทุนนิยมกับความรักเป็นเรื่องที่อยู่คนละขั้วซึ่งไม่น่าจะบรรจบกันได้ อย่างไรก็ตาม ในความเป็นจริง “การที่คนตั้งสเปกคนรัก” เช่น ต้องหล่อ ขาวดี รวย หรือแม้แต่การลูกขึ้นมาแต่งตัวและใช้แอปพลิเคชันหาคู่ ทั้งหมดล้วนเป็นภาพสะท้อนของทุนนิยมทั้งสิ้น จึงเป็นไปได้ว่า... ระบบทุนนิยมสามารถเปลี่ยนความรักให้กลายเป็นสินค้าได้ สังเกตจากการเกิด “ธุรกิจรูปแบบ

ต่าง ๆ” มากมายที่เกี่ยวข้องกับความรัก

นี่เป็นคำตอบของสมมุติฐานที่มีการเฉลยไว้

รายงานชิ้นนี้ยังมีการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักรักจำนวน 100 คนในเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมา จนพบ “สิ่งที่น่าสนใจ” เกี่ยวกับ “ช่วงวัย” โดยจากการสำรวจพบว่า... นักรักวัยใสอายุต่ำกว่า 25 ปี กว่า 58% ยังคงยึดติดกับความรู้สึกในการมีความรัก แต่ในทาง

กลับกัน นักรักวัยเก๋าอายุ 25 ปีขึ้นไป มากถึง 70% เห็นด้วยกับแนวคิดที่ว่า หากให้ความรักไปเท่าใดก็ควรได้รับกลับมาเท่า ๆ กัน ซึ่งสะท้อนการคาดหวัง “ผลตอบแทน” ในความสัมพันธ์...นี่เป็นมุมมองที่มีต่อความรักของช่วงอายุที่ต่างกัน ระหว่างคนที่มียุ่่น้อยกว่า 25 ปี และคนที่มียุ่่นมากกว่า 25 ปี และนอกจาก

นั่น รายงานนี้ยังสะท้อนว่า... เมื่อคนเรามีอายุมากขึ้น ความรับผิดชอบก็เพิ่มขึ้นมากตามไป ซึ่งเรื่องนี้ส่งผลต่อ “มุมมองการ

เลือกคู่รัก” โดยคนที่มีอายุมากจะมีทัศนคติหนึ่งที่เด่นชัดคือ มองว่า... หากเลือกคู่ชีวิตที่ไม่เคยวางแผนอนาคตอาจทำให้ชีวิตดิ่งลง เปรียบเทียบได้กับการลงทุนที่มีแต่ขาดทุน

รายงานยังสะท้อนผ่านชุดข้อมูลว่า... ในเมื่อผู้คนมีมุมมองต่อความรักเปลี่ยนไป โดยเฉพาะการ “มองหาความคุ้มค่าจากการลงทุนในความรัก” ทำให้หลายคนจึงจำเป็นต้อง “วางแผนกลยุทธ์ให้ความรัก” หรือ “ต้องอัปเดตตัวเองให้เป็นสินค้าพรีเมียม” ที่ใคร ๆ ก็อยากแย่งชิงในตลาดหาญ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างไม่ปฏิเสธว่า... ภาพลักษณ์ภายนอกมีผลมากต่อการตกหลุมรัก ทำให้หลาย ๆ คนจึงจำเป็นต้องนำเสนอตัวเองผ่านไลฟ์สไตล์ บนแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทางโซเชียล ซึ่งเปรียบเสมือน “การยื่นเรซูเม่สมัครงานเข้าบริษัท” โดยคนที่มีคุณสมบัติ “หล่อ สวย รวย เก่ง” จะถูกจัดให้เป็น “สินค้าพรีเมียม” เสมือนเป็นสินค้ามูลค่าสูงในตลาดความรัก โดยโปรไฟล์ที่ดีจะช่วยให้อ่านผ่านด่านแรก เพื่อเข้าสู่ด่านต่อ ๆ ไป...

นอกจากนั้นรายงานยังพบอีกหนึ่งประเด็นน่าสนใจจากผลสำรวจ คือ กลุ่มตัวอย่างกว่า 96% ยอมรับว่า... เงินมีผลต่อความสัมพันธ์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อคนทำให้รู้สึกเลิกรากันมากที่สุดนั้น กลุ่มตัวอย่างชี้ว่า... มีอยู่ 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1.ครอบครัว 2.ความมั่นคง 3.การเงิน และถ้าความสัมพันธ์กับคนรักดำเนินไปไกลถึงขั้น

“คิดจะแต่งงาน” รายงานยังอธิบายผ่าน “มุมมองเชิงเศรษฐศาสตร์” ว่า “ค่าสินสอด” เป็นราคาที่ไม่ได้ผ่านการซื้อขายในตลาดโดยตรง แต่เกิดจากการเจรจาต่อรองของทั้งสองฝ่ายจนได้ “ราคาคุณภาพ” ที่ต่างฝ่ายต่างพึงพอใจ โดยมีปัจจัยอย่างลำดับการแต่งงานของคนในตระกูลและความคาดหวังของครอบครัวมาเกี่ยวข้อง ทำให้ความคาดหวังต่อ “ความคุ้มค่า” สูงขึ้นด้วย...

ทั้งนี้ ช่วงท้ายของรายงานนี้ ทีมนิสิตวิชาเอกการสื่อสารเพื่อเศรษฐศาสตร์วิทยาลัยนวัตกรรมการสังคม มศว กล่าว... ความสัมพันธ์ที่ถูกตีกรอบด้วยผลประโยชน์และความคุ้มค่า ส่วนหนึ่งก็อาจเป็นเพราะภายใต้ชีวิตที่อยู่ในโลกของทุนนิยมทำให้ คนรุ่นใหม่กลัวความสัมพันธ์ที่ล้มเหลว กลัวเสียเวลา และหันมารักตัวเองมากกว่าคนอื่น จนทำให้หลายคนสับสนระหว่างความรักกับความคุ้มค่า อย่างไรก็ตาม ความรักก็ยังเป็นเรื่องที่อยู่เหนือทฤษฎี ตราบใดที่คนสองคนเลือกที่จะมีความรักในยุคทุนนิยมและยังมีความสุขร่วมกัน ความรักของทั้งคู่ก็ย่อมมีค่าเท่ากันเสมอ เหล่านี้เป็นข้อค้นพบที่สะท้อนในรายงานเกี่ยวกับ “มุมมองความรักที่เปลี่ยนไป” ของผู้คนยุคดิจิทัล ซึ่ง “มีสาเหตุ-มีตัวกระตุ้น” ทำให้เกิดขึ้น...

ส่วนจะถึงขั้นทำให้ “รักแท้หายสิ้นไปหรือไม่” จากการที่ “ความรักกลายเป็นสินค้ามีมูลค่า” กรณีนี้ก็อาจเป็นไปได้ แต่คงไม่ใช่กับคู่รักทุกคู่.

ทีมสปีปเติลนิวส์