

## ชวนรู้จัก Manifesting เทรนด์มาแรง สะท้อนความต้องการ 'ควบคุมชีวิต' คนรุ่นใหม่ และแบรนด์จะโอรับอย่างไร

เชื่อว่าหลายคนคงเคยผ่านตาเห็น คำว่า “Manifest” หรือ “Manifesting” กันมาบ้างละ ซึ่งตอนนี้นักกลายเป็นคำที่คุ้นหูมากขึ้นเรื่อยๆ ตั้งแต่การเขียนสิ่งที่อยากได้ในสมุด การทำ Vision Board การพูด Affirmation กับตัวเอง ไปจนถึงการพูดเล่นๆ ว่า “ฉันกำลัง Manifest สิ่งนี้อยู่” จากเรื่องที่เคยหนึ่งเคยถูกมองว่าอยู่ในโลกของสายมูหรือ Self-help ทว่า วันนี้ Manifest กลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมออนไลน์ โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ และถูกนำไปผูกกับแทบทุกเรื่องในชีวิต ตั้งแต่ความรัก การงาน เงิน สุขภาพ ความงาม ไปจนถึง Life style ที่อยากมีในอนาคต งานวิชาการที่ศึกษาปรากฏการณ์นี้ระบุว่า Manifesting กลับมาได้รับความนิยมอย่างมากบนโซเชียลมีเดียในช่วงปี 2020 ซึ่งเป็นช่วงเริ่มต้นของการระบาดของโควิด-19 โดย Google Search พบว่าคำดังกล่าวเพิ่มขึ้นอย่างมาก และภายในช่วงกลางปี 2024 คอนเทนต์ที่เกี่ยวข้องกับ Manifestation บน TikTok มียอดเข้าชมรวมมากกว่า 62,000 ล้านครั้งแล้ว แต่ถ้ามองให้ลึกกว่าตัวเลข คำถามที่น่าสนใจกว่าคือ ทำไมคนยุคนี้ถึงอยาก Manifest กันนัก?

Manifesting คืออะไร? ในความหมายร่วมสมัย Manifesting คือแนวคิดที่เชื่อว่า ความคิด ความเชื่อ และการจินตนาการถึงสิ่งที่ต้องการ สามารถช่วยนำสิ่งนั้นเข้ามาสู่ชีวิตได้ วิธีที่พบได้บ่อยมีตั้งแต่การพูด Affirmation เช่น “ฉันเก่งพอสำหรับงานนี้” หรือ “ทุกอย่างกำลังเป็นไปด้วยดี” การ Visualize ภาพชีวิตที่ต้องการ การเขียนเป้าหมายซ้ำๆ หรือการทำ Vision Board ที่รวมภาพของบ้าน งาน เงิน ความสัมพันธ์ หรือ Lifestyle ที่ตัวเองอยากมี แนวคิดนี้มักเชื่อมโยงกับ “กฎแห่งแรงดึงดูด” Law of Attraction ซึ่งมีแกนกลางอยู่ที่ความเชื่อว่า สิ่งที่เราคิดและให้ความสนใจจะดึงดูดสิ่งที่มีลักษณะสอดคล้องกันเข้ามาในชีวิต

อย่างไรก็ตาม มีเรื่องหนึ่งที่ควรแยกให้ชัดเจน นั่นคือ Manifestation ไม่ใช่แนวคิดที่มีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ยืนยันว่าเพียงการคิดหรือจินตนาการจะสามารถทำให้เกิดเหตุการณ์ภายนอกเกิดขึ้นตามต้องการได้โดยตรง ดังนั้น สิ่งที่น่าจะเกิดขึ้นได้จริงในเชิงพฤติกรรมคือ การกำหนดเป้าหมายและการจินตนาการถึงอนาคตอาจช่วยให้คนมองเห็นสิ่งที่ต้องการชัดเจน เกิดแรงจูงใจ และตัดสินใจลงมือทำมากขึ้น แต่ “คิดแล้วจึกจวาลจัดให้” เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ไม่ควรถูกนำมาเหมารวมกับหลักฐานทางจิตวิทยา นี่จึงเป็นเหตุผลว่าทำไม Manifesting ในปัจจุบันจึงอยู่ตรงกลางระหว่าง Spirituality, Self-help, Psychology และ Internet Culture

จากแนวคิดเก่า สูเทรนด์ใหม่บน TikTok แม้ Manifesting จะดูเป็นเทรนด์ใหม่ แต่แนวคิดเบื้องหลังไม่ได้เพิ่งเกิดขึ้นในยุค TikTok รากสำคัญของ Manifestation สืบย้อนไปได้ถึง New Thought Movement ในสหรัฐอเมริกาช่วงปลายศตวรรษที่ 19 ซึ่งเป็นกระแสทางความคิดที่ให้ความสำคัญกับพลังของจิตใจ ความคิดเชิงบวก และความสัมพันธ์ระหว่างจิตกับชีวิต ต่อมาแนวคิดเหล่านี้ถูกนำไปต่อยอดในหนังสือ Self-help และวัฒนธรรมความสำเร็จตลอดศตวรรษที่ 20 ก่อนจะกลับมาเป็นที่รู้จักในวงกว้างอีกครั้งจากหนังสือและภาพยนตร์ The Secret ในปี 2006 ซึ่งทำให้ Law of Attraction กลายเป็นแนวคิดที่เข้าถึงคนทั่วไปมากขึ้น

( ที่มา : MarketingOops! )

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <div><div>ประกาศเลิกห้างหุ้นส่วนจำกัด</div><div>ห้างหุ้นส่วนจำกัด หวังเฮงฮะ</div><div>ทะเบียนเลขที่ 0503566002891</div><div>ขอประกาศให้ทราบโดยทั่วกันว่าที่ประชุมผู้ถือหุ้นของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด หวังเฮงฮะ ได้ตกลงให้เลิกห้างหุ้นส่วนนี้ ตั้งแต่วันที่ 07 กันยายน 2569 เป็นต้นไป</div><div>จึงประกาศให้บรรดาลูกหนี้และเจ้าหนี้ทั้งหลายของห้างหุ้นส่วนฯ นี้ ได้โปรดติดต่อชำระหนี้ หรือยื่นคำทวงหนี้ต่อข้าพเจ้า ณ สำนักงานของผู้ชำระบัญชีเลขที่ 95/8 หมู่ที่ 2 ต.ช้างเผือก อ.เมืองเชียงใหม่ จ.เชียงใหม่ ภายในกำหนด 7 วัน นับแต่วันประกาศเป็นต้นไป</div><div>ประกาศ ณ วันที่ 07 กันยายน 2569</div><div>(นางสาว ดารณี จันทราพันธ์)</div><div>ผู้ชำระบัญชี</div></div> |  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน  
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียน พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๘๘๘๕๖๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร  
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๔ ๔๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ  
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก  
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร  
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก ภาษาไทย

ชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่น

ระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวัน

ชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -  
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

ชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -  
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

ชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -  
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร เป็นผู้พิมพ์  
นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร เป็นผู้โฆษณา  
นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร เป็นบรรณาธิการ  
บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๒ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐  
(ลงชื่อ)

(นางสาวกนกกร ศักดาเดช)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนสำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร

