



บทวิเคราะห์และสรุปผล

การศึกษาเรื่องการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของผู้หญิงในสังคมไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีการประกวดนางสาวไทย จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลตามวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ในบทนี้ได้นำเสนอแนวคิดต่างๆ ตามที่กำหนดไว้ ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นจริงทางสังคม แนวคิดการขัดเกลาทางสังคม แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมบริโภคนิยม และแนวคิดเกี่ยวกับความงาม เพื่อเป็นกรอบในการวิเคราะห์การศึกษานี้

การสร้างภาพลักษณ์ความงามของนางสาวไทย

คำว่าภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาจากองค์ประกอบต่าง ๆ มีการวางแผน สร้างความน่าประทับใจ น่าเชื่อถือ เป็นภาพที่มองเห็นได้ชัดเจน เข้าใจง่าย แต่ขณะเดียวกันก็ดูคลุมเคลือไม่กระจ่างชัด (Boorstin:1964) แนวคิดนี้เมื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของผู้หญิงในการประกวดนางสาวไทยจะเห็นว่า ความงามทางสรีระของนางสาวไทย เป็นภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นโดยมีการวางแผนให้มีความน่าประทับใจ น่าเชื่อถือ การจัดการประกวดครั้งแรกนั้นมีหน่วยงานราชการเป็นผู้ดำเนินการทั้งหมด ดังนั้นความน่าเชื่อถือจึงมีมาก สังคมให้การยอมรับ

การสร้างภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของนางสาวไทยให้สังคมได้รับรู้ เกิดจากวิธีการต่าง ๆ เช่น การเผยแพร่ทางสื่อมวลชนประเภท วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือจากการบอกเล่าของบุคคลอื่นโดยตรง ดังที่ Boorstin กล่าวว่า "ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกกระทำ และสมมุติขึ้นมาเพื่อให้เหมาะสมเจาะกับความเป็นจริง ผู้สร้างภาพลักษณ์จะเป็นผู้วางสิ่งนั้นให้พอดีกับภาพมากกว่าที่จะดูขัดแย้ง ไม่เข้ากันและภาพลักษณ์คือความดีที่กลายเป็นความจริง เมื่อนำมาเผยแพร่แล้วเท่านั้น " ดังนั้นการนำเสนอข่าวคราวเกี่ยวกับการประกวดนางสาวไทย หรือ

ตัวนางสาวไทยเอง จึงเป็นเรื่องที่สำคัญ สื่อที่ใช้ในการสร้างภาพลักษณ์นั้นย่อมขึ้นอยู่กับยุคสมัยด้วย สังคมไทยได้รับรู้ข่าวคราวการประกวดนางสาวไทย ตั้งแต่ยุคเริ่มแรกเมื่อปี 2477 ในขณะนั้น เรียกการประกวดว่า นางสาวสยาม และมีการเปลี่ยนชื่อการประกวดเป็น นางสาวไทยในเวลา ต่อมา

ภาพลักษณ์ของนางสาวไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันนี้ ได้ผ่านกระบวนการรับรู้ของผู้คน ในสังคมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีอิทธิพลในด้านความรู้สึกริชาคติของแต่ละบุคคลในการสร้างภาพลักษณ์ ความงามของนางสาวไทยขึ้นในใจของตัวเอง กลายเป็นสิ่งที่แต่ละบุคคลได้เก็บสะสมภาพลักษณ์นั้น เอาไว้ ดังที่ Boulding (1975) กล่าวถึงความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นมา เองว่า "แต่ละบุคคลจะเก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัยเป็นการสะสมเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ในโลก รอบ ๆ ตัวที่เราได้จากการประสบ ที่เราเชื่อว่าเป็นจริง เนื่องจากเราไม่สามารถที่จะรับรู้และ ทำความเข้าใจกับสิ่งต่าง ๆ นั้นได้อย่างถ่องแท้เสมอไป เราจึงได้เฉพาะภาพบางส่วน หรือลักษณะ กว้าง ๆ ของสิ่งเหล่านั้น และตีความหมายสิ่งนั้นด้วยตัวเราเอง"

ดังนั้นภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของนางสาวไทย ที่มีการนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ ในสังคมได้รับรู้ขึ้นอยู่กับการตีความหมายตามความรู้สึกของบุคคลที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบ หรือไม่ชอบก็ได้ ดังที่ Boulding แยกองค์ประกอบของภาพลักษณ์เป็น 4 ส่วน คือ เรื่องของ การรับรู้จากการสังเกตโดยตรง กลายมาเป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะประเภท หรือความแตกต่าง จากสิ่งที่ได้จากการสังเกตนั้น ประกอบกันขึ้นเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ว่าผู้นั้น ชอบ รับหรือไม่ชอบ ชอบหรือไม่ชอบ จนสุดท้ายกลายเป็นการกระทำที่จะตอบโต้สิ่งนั้น

อย่างไรก็ตามการสร้างภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของนางสาวไทยนั้น ตามแนว คิดนี้ทำให้เห็นว่า การสร้างภาพลักษณ์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล จากการก่อตัวขึ้นในระหว่าง การรับรู้เกี่ยวกับการประกวดนางสาวไทย อันมีแนวโน้มที่จะนำไปสู่พฤติกรรมของผู้คนในสังคม ให้เห็นคล้อยตามไปในทิศทางเดียวกัน คือการยอมรับการประกวดนางสาวไทย และการยอมรับ ภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของนางสาวไทย แต่ไม่อาจสมิได้ว่าภาพลักษณ์ความงามทางสรีระ ของนางสาวไทยที่ปรากฏต่อสังคมนั้นเป็นสิ่งที่สังคมกำหนดขึ้นมา ผู้ที่มีบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์ ความงามทางสรีระของนางสาวไทยประกอบด้วยบุคคลหลายกลุ่ม ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่ม ต่าง ๆ ดังนี้

1. คณะกรรมการตัดสินการประกวดนางสาวไทย

เป็นกลุ่มที่มีบทบาทในการร่วมกันกำหนดความงามของนางสาวไทยให้เป็นที่ยอมรับของสังคม กำหนดว่านางสาวไทยต้องมีความงามอย่างไร คณะกรรมการตัดสินการประกวดเป็นกลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคมหรือเป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับความงาม อย่างเช่น คณะกรรมการตัดสินการประกวดนางสาวไทยในยุคแรกเริ่มประกอบด้วย ช่างเขียนภาพ ช่างปั้น ผู้ชำนาญภาพศิลป์ ผู้ชำนาญทางสุขภาพ ผู้ชำนาญเลือกผู้แสดงภาพยนตร์ และผู้ชำนาญการนาฏศาสตร์ ประเภทละ 3 คน จะเห็นว่าการกำหนดความงามของนางสาวไทยในสมัยนั้น จึงมีลักษณะความงามตามแบบของคณะกรรมการตัดสิน ซึ่งความงามของนางสาวไทยในยุคนี้มีความงามที่เบหน้ารูปไข่ สวมหาวน รูปร่างอวบ ไม่สูงมากนัก ผิวพรรณดี ยังไม่คำนึงถึงเรื่องบุคลิกภาพมากนัก แต่จะให้ความสำคัญที่ท่วงท่าการเดิน เมื่อผลการตัดสินปรากฏออกมาสังคมได้รับรู้ภาพลักษณ์ความงามของนางสาวไทยในยุคนี้ ๆ ในส่วนของคณะกรรมการตัดสินการประกวดนางสาวไทยในยุคปัจจุบันมีการคัดเลือกมาจากบุคคลที่มีชื่อเสียงทางสังคม ดังที่ ท.พ. วัชรินทร์ มรรคดวงแก้ว กล่าวถึงการคัดเลือกคณะกรรมการตัดสินการประกวดนางสาวไทยในยุคปัจจุบันว่า (สัมภาษณ์ 2 เมษายน 2539) กล่าวว่า "...คนที่เขาคัดเลือกมาเป็นกรรมการไม่ทราบว่ามีหลักเกณฑ์อย่างไร แต่เข้าใจว่า เขาเลือกตามอาชีพบ้าง หรือคนที่สังคมยอมรับ แต่ละวิชาชีพที่เห็นว่ามีชื่อเสียง แต่ละวิชาชีพก็ไม่ได้ลึกซึ้งในเรื่องความงาม ยกเว้นคนที่เรียนมาศึกษามา..." บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับความงามของผู้หญิงโดยตรงได้แสดงความไม่เห็นด้วยกับผลการตัดสินที่ไม่มีผู้เชี่ยวชาญด้านความงามร่วมเป็นคณะกรรมการด้วย นายแพทย์ปรีดา จินดา แพทย์ศัลยกรรมตกแต่งเสริมสวยโรงพยาบาลภูมิพล แสดงความเห็นที่ "คิดว่าคณะกรรมการตัดสินบางคนไม่มีความรู้เกี่ยวกับความงามดีพอ ควรจะมีผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความงามบ้าง เช่น แพทย์ศัลยกรรมตกแต่ง เพราะบางคนที่ได้ตำแหน่งดูแล้วไม่ควรได้" (สัมภาษณ์ 17 ตุลาคม 2539) คณะกรรมการตัดสินการประกวดนางสาวไทยในยุคปัจจุบันมักจะมีทัศนคติความงามที่เกี่ยวข้องกับอาชีพของตน เช่น นายแพทย์ยุทธ โหธารามิก ให้ความสำคัญความงามของผู้หญิงที่สุขภาพอนามัยที่สมบูรณ์ แข็งแรง คุณประยง ถาวรเวช จากสถาบันพัฒนาบุคลิกภาพ จะให้ความสำคัญเรื่องบุคลิกภาพของนางงามเป็นหลัก คุณเบญจา สุทธิวานิช จากโรงเรียนสอนตัดเสื้อระณี จะให้ความสำคัญเรื่องรูปร่างที่สวยงามส่วนได้มาตรฐานการตัดเย็บเสื้อผ้า เป็นต้น ซึ่งคณะกรรมการมาจากหลากหลายอาชีพ และคลุกคลีกับการประกวดนางสาวไทยมานานก็สามารถกำหนดความงามของนางสาวไทยในทัศนะของตนเองได้เช่นกัน ดังนั้นกลุ่มของ

คณะกรรมการตัดสินการประกวดนางสาวไทยในแต่ละยุค จึงสร้างภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของนางสาวไทยต่างกันตามลักษณะอาชีพของกรรมการเอง

2. สื่อมวลชน

กลุ่มนี้มีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ความงามของนางสาวไทยตั้งแต่เริ่มประกาศรับสมัครผู้เข้าประกวดนางสาวไทยจนถึงวันตัดสิน และระหว่างปฏิบัติหน้าที่ของนางสาวไทยจนกระทั่งถึงวันสิ้นสุดการปฏิบัติหน้าที่ของนางสาวไทยเป็นต้น ๆ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ความงามของนางสาวไทยอย่างต่อเนื่อง สื่อมวลชนนำเสนอข่าวคราวเกี่ยวกับการประกวดนางสาวไทยในหลายลักษณะ ทั้งการให้ข้อมูลบุคคล กิจกรรมการประกวด กิจกรรมของนางสาวไทย สื่อมวลชนมีส่วนในการสร้างชื่อเสียงของนางสาวไทยก็ว่าได้ สังคมไม่อาจรับรู้ข้อมูลของนางสาวไทยได้ทั้งหมด จึงต้องอาศัยการนำเสนอข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชน การสร้างภาพลักษณ์ความงามของนางสาวไทยในยุคต้นมีสื่อมวลชนประเภท หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ การนำเสนอภาพลักษณ์นางสาวไทยจึงค่อนข้างมีจำกัด ปัจจุบันมีการถ่ายทอดสดการประกวดนางสาวไทยทางโทรทัศน์พร้อม ๆ กับการนำเสนอข่าวการประกวดของหนังสือพิมพ์ ส่วนสื่อประเภทวิทยุจะไม่มีบทบาทมากนัก การสร้างภาพลักษณ์ความงามของนางสาวไทยที่ปรากฏทางโทรทัศน์ประสบความสำเร็จมากกว่าสื่อชนิดอื่น เนื่องจากประชาชนสามารถมองเห็นทั้งภาพและเสียงของนางงาม ขณะที่หนังสือพิมพ์มีเพียงการนำเสนอภาพเท่านั้น ดังนั้นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการประกวดนางสาวไทย จึงนับว่าเป็นการสร้างภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของนางสาวไทยให้ประชาชนได้รับรู้และให้การยอมรับ

3. ผู้ส่งนางงามเข้าประกวด

เป็นกลุ่มที่คัดเลือกหาสาวงามเข้าประกวดนางสาวไทย กลุ่มนี้มีการกำหนดความงามของผู้หญิงที่ส่งเข้าประกวดนางงาม และคอยให้การดูแลด้านความงามโดยรวมของนางงาม เช่น การทำศัลยกรรม การฝึกสติปัญญา การฝึกบุคลิกภาพ การบำรุงร่างกาย เป็นการกำหนดความงามของผู้หญิงในทัศนะของผู้ส่งนางงามเข้าประกวด เมื่อนางงามในสังกัดได้รับตำแหน่งนางสาวไทยก็ย่อมถือว่าบุคคลกลุ่มนี้มีส่วนสร้างภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของนางสาวไทยด้วยเช่นกัน นอกจากนี้กลุ่มผู้ส่งนางงามเข้าประกวดยังมีส่วนในการให้คำแนะนำผู้หญิงทั่วไปเกี่ยวกับการดูแลรักษาความงามอีกด้วย

4. นางสาวไทย

นางสาวไทยมีส่วนในการสร้างภาพลักษณ์ความงามของตนเอง หลังจากภาพปรากฏตามสื่อมวลชน ตำแหน่งนางสาวไทยมักจะมีกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย และมีการแพร่ภาพ ทางสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะการเดินทางขอยุทธศาสตร์สื่อมวลชนทุกแขนงหลังจากได้รับตำแหน่ง เพราะถือว่าที่ผ่านมาสื่อมวลชนมีส่วนในการนำเสนอข่าวกิจกรรมการประกวดนางสาวไทยอย่างต่อเนื่อง ให้นักประชาชนได้รับรู้ การเดินทางขอยุทธศาสตร์สื่อมวลชนจึงถือเป็นการประชาสัมพันธ์ตนเองของนางสาวไทย และรองนางสาวไทยพร้อมทั้งขงไขข้องภาพผู้ที่ได้รับการตัดสินโดยสื่อมวลชน การเดินทางขอยุทธศาสตร์สื่อมวลชนมีการปฏิบัติมานานตั้งแต่ ปี 2507 แต่ปรากฏในปอขงนัก เริ่มปฏิบัติอย่างจริงจังเมื่อปี 2527 ยุคที่มีการรื้อฟื้นการประกวดนางสาวไทยในยุคปัจจุบัน ซึ่งปีนั้นเป็นการเริ่มประกวดอีกครั้ง ซึ่งต้องอาศัยการเผยแพร่ข่าวการประกวดนางสาวไทยทางสื่อมวลชนให้สังคมได้รับรู้

5. ผู้จัดการประกวดนางสาวไทย

กลุ่มนี้ถือว่ามีบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์ความงามของนางสาวไทยมากที่สุดกลุ่มหนึ่ง เพราะมีบทบาทตั้งแต่เริ่มกำหนดขั้นตอนการประกวด กำหนดคุณสมบัติ คัดเลือกคณะกรรมการตัดสินการประกวด ประสานงานกับสื่อมวลชนในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประกวดนางสาวไทย ตลอดจนการทำสัญญาร่วมกับกองการประกวดนางงามจักรวาลของประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นกลุ่มที่ควบคุมดูแลการประกวดทุกอย่าง ซึ่งกลุ่มนี้ได้แก่ สถาบันโทรทัศน์สีทองทัพบก ช่อง 7 บริษัทคอลเกต-ปาล์มโอสถิฟ ประเทศไทย จำกัด สมาคมนักเรียนเก่าวชิราวุธ ทั้ง 3 กลุ่มนี้ได้ผูกขาดการจัดการประกวดนางสาวไทยมาโดยตลอด เนื่องจากมีผลประโยชน์ร่วมกันรวมทั้งการส่งนางสาวไทยไปร่วมประกวดนางงามจักรวาล การสร้างภาพลักษณ์ความงามของนางสาวไทยของกลุ่มนี้เป็นกรให้ข้อมูลการประกวดนางสาวไทยต่อสื่อมวลชน ข้อมูลผู้ที่ได้ตำแหน่งนางสาวไทย ตลอดจนการปฏิบัติหน้าของนางสาวไทยในขณะดำรงตำแหน่ง การปรากฏตัวตามที่ต่าง ๆ การทำกิจกรรมทางสังคมของนางสาวไทยและการดูแลด้านผลประโยชน์จากการปรากฏตัวของนางสาวไทย และรองนางสาวไทยด้วย

6. สปอนเซอร์ผู้ให้การสนับสนุนการประกวดนางสาวไทย

กลุ่มนี้ให้การสนับสนุนการประกวดนางสาวไทยเพื่อต้องการโฆษณาสินค้าของตนให้เป็นที่รู้จักและได้ผลกำไรคุ้มค่า การใช้นางสาวไทยเป็นผู้แสดงโฆษณาสินค้าถือว่าเป็นการสร้างภาพลักษณ์ความงามของนางสาวไทยกับสินค้าชนิดนั้น เช่น บริษัทคอลเกต-ปลาหมึกโอสฟุยกษัตราธิราชไทยกับสบู่สินค้าตัวใหม่ของบริษัท ด้วยการเปิดโอกาสให้ประชาชนร่วมส่งคำทนายเกี่ยวกับผิวพรรณของนางสาวไทยคนใหม่ซึ่งเงินรางวัล พร้อมกับเงื่อนไขที่ว่าผู้ที่ส่งตอบคำถามลงในชิ้นส่วนผลิตภัณฑ์ของบริษัทประเภทใดก็ได้ ดังนั้นภาพลักษณ์ความงามของนางสาวไทยกับผลิตภัณฑ์ประเภทนี้คือนางสาวไทยต้องมีผิวสวยเนียน หรือบริษัทผู้ผลิตชุดว่ายน้ำที่ใช้ในการประกวดนางสาวไทยและการประกวดนางงามจักรวาล คือชุดว่ายน้ำแคทรีน่า มีส่วนในการสร้างภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของนางสาวไทยด้วยชุดว่ายน้ำที่เปิดเผยเรือนร่าง เห็นสัดส่วนสวยงามตามมาตรฐานสากล

7. กลุ่มสังคม

กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่รับเอาภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของนางสาวไทยโดยกระบวนการนำเสนอจากกลุ่มต่าง ๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว มีส่วนในการวิพากษ์วิจารณ์ผลการตัดสินของคณะกรรมการในลักษณะที่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยกับผลการตัดสินนั้น เป็นกลุ่มที่ทำให้กิจกรรมการประกวดนางสาวไทยยังคงดำรงอยู่นั่นเอง

ความเป็นจริงเรื่องภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของนางสาวไทย

การวิเคราะห์ในหัวข้อนี้จะกล่าวถึงรายละเอียด ความงามทางสรีระของนางสาวไทยตั้งแต่ยุคแรก จนถึงยุคปัจจุบัน ภายใต้กรอบแนวคิดความเป็นจริงทางสังคม เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลให้สัมพันธ์กันกับการสร้างภาพลักษณ์ความงามของนางสาวไทยตามที่กล่าวมาแล้ว ในหัวข้อแรก

ความเป็นจริงเกี่ยวกับความงามของนางสาวไทยที่ผ่านมาก่อขึ้นจากการสร้างภาพลักษณ์ของนางสาวไทย ตั้งแต่ยุคเริ่มแรก เมื่อปี 2477 สื่อมวลชนได้นำเสนอข่าวคราวการประกวดนางสาวไทย ทั้งก่อนและหลังการประกวดอย่างต่อเนื่อง ได้ซึมซับเอาทัศนคติ ค่านิยม เรื่องความ

สวยงามของนางสาวไทยจากการสร้างภาพลักษณ์ของกองประกวดและสื่อมวลชน สังคมรับรู้ข้อมูล ส่วนนี้จากประสบการณ์ ที่สัมผัสได้โดยตรง ตั้งแต่การชมการประกวด การอ่านจากหนังสือพิมพ์ ชมการถ่ายทอดทางโทรทัศน์ หรือการรับรู้ข้อมูลจากคนใกล้ชิดจนกลายเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับ ดังที่ Cohen และคณะ (1990) ได้กล่าวถึงความเป็นจริงทางสังคมว่า " ความจริงที่เราสัมผัสได้ด้วย ประสบการณ์ เพื่อยุติความเป็นจริงทางสังคมแบบปกติธรรมดา ที่กระทำเป็นกิจวัตรอันมีผลต่อการ กระทำร่วมกับบุคคลอื่นในสังคม" คำกล่าวนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ บุญย์ นิลเกษ (2523:4) ที่กล่าวว่า "ความงามทั้งหมดนั้นขึ้นอยู่กับภาวะแห่งการมีประสบการณ์หรือจินตนาการของเราเอง ความพึงพอใจความงามของคนทั่วไปนั้นเป็นสิ่งที่มืออยู่ในใจของเราอยู่แล้วโดยกำเนิด... เราจะ พบว่าภาวะแห่งการเปลี่ยนแปลงความงามนั้นขึ้นอยู่กับจิตใจของผู้รับเป็นเกณฑ์..." ดังนั้นการรับรู้เกี่ยวกับความงามจึงขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้ประสมนั่นเอง

การประกวดนางสาวไทย ถือว่าเป็นกิจกรรมทางสังคมอย่างหนึ่งซึ่งประชาชนได้รับรู้ และให้ความสนใจมีการตอบรับการประกวดทุกครั้ง จนเกิดความนิยมเกี่ยวกับความงามของนางสาวไทยในแต่ละยุค

ความเป็นจริงทางสังคมกับภาพลักษณ์เกิดขึ้นจากกระบวนการสร้างของสังคม แต่ภาพลักษณ์จะเป็นสิ่งที่มั่นคง เปลี่ยนแปลงยาก ขณะที่ความเป็นจริงทางสังคมเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว เช่นเดียวกับความงามสตรีของนางสาวไทยที่ถูกสร้างขึ้นมาจากคณะกรรมการ และนำเสนอทางสื่อมวลชน ความงามของนางสาวไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยของการประกวด ตามแนวคิดของอารี สุทธิพันธ์ (2532:138) ที่กล่าวถึงความงามว่า "ความงามเปลี่ยนแปลงไปเสมอตามความนิยม กาลเวลาและความก้าวหน้าของสังคมตลอดจนความก้าวหน้าของอุตสาหกรรมด้วย" ต่อไปนี้เป็นการสรุปให้เห็นถึงเปลี่ยนแปลงการด้านความงามทางสตรีของนางสาวไทย 2 ยุค คือ ยุคแรกและยุคปัจจุบัน

1. ความเป็นจริงเรื่องความงามแบบเดิม

ภาพลักษณ์ความงามทางสตรีของนางสาวไทยยุคแรก (ปี 2477-2515)

ภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของผู้หญิงในสังคมไทยจากการประกวดนางสาวไทย ตั้งแต่ยุคเริ่มแรก ปี 2477 จนถึงยุคปัจจุบัน ปี 2537 มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงมาอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนความนิยมด้านความงามของคนในสังคมก็มีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมในแต่ละยุค

การประกวดนางสาวไทยเป็นกิจกรรมทางสังคมที่ได้รับความสนใจจากประชาชนในยุคต้น คือ ปี พ.ศ. 2477-2497 มากพอสมควร เนื่องจากกิจกรรมการประกวดนางสาวไทยเป็นสิ่งที่แปลกใหม่ ในการฉลองงานรัฐธรรมนูญเป็นการแข่งขันด้านความงามของตัวแทนสตรีจากทั่วทุกจังหวัดของประเทศจึงนับเป็นเดินโชว์ความงามทางสรีระของสตรียุคนั้น ซึ่งยังไม่ได้เน้นเรื่องรูปร่าง สัดส่วนของนางงาม แต่จะเน้นที่ความงามของใบหน้า กริยา มารยาทที่แสดงความเป็นกุลสตรีไทย ท่วงท่าการเดิน การแต่งกายของผู้เข้าประกวดได้พัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ ตามความนิยมของสังคม ในตอนแรกยังไม่เปิดเผยเรือนร่างของสตรีเพราะสวมชุดยาวกรอมเท้า ต่อมาจึงเปลี่ยนเป็นนุ่งโจงกระเบน นุ่งสไบเปิดไหล่ข้างเดียว หอมจะมองเห็นทรวดทรงได้บ้าง แต่ในเวลาต่อมาได้มีการเปลี่ยนแปลงชุดแต่งกายของผู้เข้าประกวดให้มีความใกล้เคียงกับต่างประเทศมากขึ้น ด้วยการเปลี่ยนเป็นนุ่งกางเกงขาสั้นเหนือเข่า เล็กน้อย สวมเสื้อคอกว้าง เปิดด้านหลังและไหล่ เพื่อให้คณะกรรมการสามารถตัดสินให้คะแนนตามความสวยงามของเรือนร่าง และผิวพรรณ เมื่อติดต่อกับต่างประเทศมากขึ้น และมีการส่งนางงามไปประกวดยังเวทีโลก ความงามของนางสาวไทยจึงต้องมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อเข้าสู่ความเป็นสากลด้วยการสวมชุดว่ายน้ำที่ไม่มีซับใน ซึ่งเริ่ม ปี 2507 ปีนี้ผู้หญิงไทยในยุคนี้กล้าเปิดเผยสรีระของตนบ้างแล้ว เนื่องจากติดต่อสัมพันธ์กับต่างชาติ และมีการนำแฟชั่นชุดว่ายน้ำที่ตัดเย็บด้วยผ้าต่างประเทศที่เน้นสัดส่วนผู้สวมใส่อย่างเปิดเผย เมื่อ ปี 2491 ได้มีการสวมชุดอาบน้ำที่ตัดเย็บด้วยผ้าไทยแต่ไม่สามารถเห็นสัดส่วนเรือนร่างของผู้เข้าประกวดนางงามได้อย่างชัดเจน จึงเปลี่ยนเป็นชุดอาบน้ำที่ตัดเย็บด้วยผ้าต่างประเทศในปี 2507 จนกระทั่งถึงยุคปัจจุบัน ซึ่งกองประกวดกล่าวสาเหตุการเปลี่ยนแปลงชุดว่ายน้ำเพื่ออำนวยความสะดวกในการตัดสินให้คะแนนความงามทั้งสรีระของผู้เข้าประกวดทั้งในสาขาของคณะกรรมการและสาขาของประชาชนที่เข้าชมงาน

ความงามของนางสาวไทยยุคนี้ยังนิยมความเป็นธรรมชาติปราศจากการเสริมแต่งใด ๆ ความงามทางสรีระที่เห็นเด่นชัดเป็นเรื่องของผิวพรรณ ทรวดทรงได้ส่วน ช่วงขางาม ใบหน้า

สวยงาม อีกทั้งมีความเป็นกุลสตรีไทย กริยามารยาทเรียบร้อย อ่อนหวาน ไม่เน้นเรื่องความสูง สัดส่วน ปี 2515 มีข่าวการทำศัลยกรรมของผู้สมัครเข้าประกวดนางสาวไทย ได้แก่ ใบหน้า ฟัน และหน้าอก ส่วนความสำคัญด้านบุคลิกภาพมิให้เห็นอยู่บ้าง

อย่างไรก็ตามความเป็นจริงเรื่องความงามของคณะกรรมการกับประชาชนย่อมมองต่าง กันได้จะเห็นได้จากผลการตัดสินการประกวดนางสาวไทยเมื่อปี 2512 มีกระแสวิพากษ์วิจารณ์ จากประชาชนที่ไม่เห็นด้วยกับผลการตัดสิน ประชาชนมองว่าผู้ที่ได้รับตำแหน่งนางสาวไทยหน้าแก่ และสวยน้อยกว่ารองนางสาวไทย จนหนังสือพิมพ์ต้องลงภาพเปรียบเทียบความงามของทั้งสองคน ให้ประชาชนตัดสินกันเอง

2. ความเป็นจริงเรื่องความงามปัจจุบัน

ภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของนางสาวไทยยุคปัจจุบัน (ปี 2527-2537)

ภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของผู้เข้าประกวดนางสาวไทย มีการเปลี่ยนแปลงอย่าง ชัดเจน เมื่อ ปี 2527 ซึ่งปีนี้มีการรื้อฟื้นการประกวดนางสาวไทยหลังจากที่หยุดการประกวด เมื่อ ปี 2516 เป็นการจัดการประกวดที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากทั้งคณะผู้จัด วัตถุประสงค์ คุณสมบัติของผู้สมัคร เครื่องแต่งกายที่ใช้ในการประกวด ตลอดจนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งาน คณะผู้จัดการประกวดได้เปลี่ยนเป็นเอกชนทั้งหมดและมีการทำสัญญาทางการค้าร่วมกับบริษัทต่าง ประเทศเพื่อส่งตัวแทนสาวงามไปประกวดนางงามจักรวาลซึ่งมีดำเนินการประกวดมาอย่างต่อเนื่อง

กิจกรรมการประกวดนางสาวไทยในยุคนี้มีการพัฒนาขึ้นตามอย่างสากลนิยม โดยเฉพาะ เวทีการประกวดนางงามจักรวาล เครื่องแต่งกายที่ถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ในการประกวดนางสาว ไทย คือชุดว่ายน้ำ ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามวัตถุประสงค์ของการประกวดเนื่องจากต้องคัดเลือก สาวงามที่มีความงามเป็นมาตรฐานสากล มีรูปร่างที่ใกล้เคียงกับต่างประเทศ สัดส่วนสวยงาม เหมาะสมกับรูปร่าง ดังนั้นชุดว่ายน้ำที่ใช้ในการประกวดจึงค่อนข้างเปิดเผยสรีระอย่างชัดเจน จนดูเป็นในสายตาของประชาชนทั่วไป

ภาพลักษณ์ความงามของนางสาวไทยในปี 2527 จนถึง ปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง จากความงามของนางสาวไทยในสมัยก่อนเน้นที่ใบหน้า และทรวดทรง มีความเป็นกุลสตรีไทย อ่อนหวาน นุ่มนวล พอถึงยุคปัจจุบันความงามของนางสาวไทยไม่ได้เน้นที่หน้าตาเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมไปถึงบุคลิกภาพที่เชื่อมั่นตัวเอง มีสติปัญญา ฉลาด ไหวพริบดี สามารถโต้ตอบและแสดงออกซึ่งความเป็นผู้หญิงไทยบนเวทีการประกวดนางงามจักรวาลได้ จะเห็นได้ว่านางสาวไทยในยุคปัจจุบันค่อนข้างมีคุณภาพมากกว่าในอดีต อาจเนื่องมาจากในปัจจุบันผู้สมัครเข้าประกวดมีระดับการศึกษาสูงขึ้น มีการเทรนจากพี่เลี้ยงนางงามซึ่งใช้เวลาเตรียมตัวเป็นปี และความนิยมของนางงามไทยที่อยู่ต่างประเทศเดินทางเข้ามาประกวดความงามในประเทศไทย เมื่อปี 2531 ความงามของผู้เข้าประกวดในยุคปัจจุบันไม่ได้มีความงามที่เป็นธรรมชาติ แต่จะมีเรื่องของคัลเจอร์มตกแต่งเสริมสวยเข้ามาเกี่ยวข้อง เนื่องจากคณะกรรมการเน้นความเป็นสากลพี่เลี้ยงนางงามจึงต้องปรับปรุงสรีระของนางงามให้ได้มาตรฐานที่ต้องการ

ความงามของนางสาวไทยในยุคปัจจุบันถึงแม้คณะกรรมการตัดสินการประกวดจะมีการให้คะแนนด้วยระบบคอมพิวเตอร์ก็ตาม ความคิดเรื่องความงามในความเป็นจริงของแต่ละย่อมไม่เหมือนกันได้ กรรมการบางท่านกล่าวถึงการตัดสินการประกวดว่า "สิ่งที่เราเลือกไม่ใช่สิ่งที่เราพอใจ แต่เราถูกบังคับว่าเราต้องเลือก เพราะมันมีอยู่แค่นี้ให้เราเลือก เราก็ต้องเลือกไปตามที่เขาเสนอมาให้เราเลือก เพราะฉะนั้นก็ไม่ได้หมายความว่าสิ่งที่เราเลือกเราพอใจ มีหลายครั้งที่เราไม่ได้พอใจ แต่เราไม่มีสิทธิ เพราะคนสวยเขาไม่มาให้เราเลือก เราเลือกตามที่เขาคัดมา" นอกจากนี้ยังมีกระแสวิพากษ์วิจารณ์ผลการตัดสิน เมื่อ ปี 2529 ประชาชนที่ชมการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ มองว่าผู้ที่ได้รับตำแหน่งนางสาวไทยมีความสวยน้อยกว่ารองนางสาวไทยอันดับหนึ่ง ขณะที่คณะกรรมการก็มีความเห็นต่างกัน แม้กระทั่งบริษัทคอลเกต-ปาล์มโอสฟ ยังกล่าวถึงผิวพรรณของนางสาวไทยคนนี้ว่า มีผิวเนียนในอันดับที่ 29 ซึ่งตามความเป็นจริงของบริษัทได้สร้างภาพนางสาวไทยต้องมีผิวเนียนสวย เช่นเดียวกันกับปี 2535 เมื่อผลการตัดสินของคณะกรรมการปรากฏออกมากรรมการบางคนไม่พอใจผลการตัดสินมากนัก ในส่วนของประชาชนเองได้มีการแสวงหาอาชีพการเปรียบเทียบกับความงามของนางสาวไทยและรองนางสาวไทยพอสมควร

อย่างไรก็ตามความเป็นจริงเรื่องความงามของบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันตามความรู้สึกและประสบการณ์ที่เคยประสบมาก่อน

อิทธิพลของการประกวดนางสาวไทยทำให้เกิดการขัดเกลาทางสังคมเกี่ยวกับ ความคิดเรื่องความงามของผู้หญิง

แนวคิดพื้นฐานของการขัดเกลาทางสังคม คือการที่บุคคลเกิดขึ้นท่ามกลางสังคม มีการเรียนรู้ที่จะรู้จักตัวเอง รู้จักคนอื่น ๆ มีความสามารถในการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ รวมถึงการที่บุคคลยอมรับทัศนคติ ค่านิยม ทักษะ พฤติกรรมต่าง ๆ โดยเริ่มจากครอบครัวเป็นแห่งแรก ต่อมาคือสังคมที่คนเป็นสมาชิก ดังนั้นกรอบแนวคิดที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์หัวข้อนี้ก็คือ เรื่องของการขัดเกลาทางสังคม อันมีผลต่อทัศนคติ ค่านิยม แบบแผน พฤติกรรมของผู้หญิงที่จะเข้าประกวดนางงาม Broom และ Selznick (1973) อธิบายการขัดเกลาทางสังคมไว้ว่า "สังคมถ่ายทอดวัฒนธรรมและการกระทำให้กับบุคคลมีชีวิตที่ระบือขย และเป็นการพัฒนาประสิทธิภาพของการเจริญเติบโต และพัฒนาการส่วนบุคคลเป็นกระบวนการที่ทำให้บุคคลเปลี่ยนจากชีวอินทรีย์มาเป็นมนุษย์ที่มีความสามารถควบคุมพฤติกรรมของตนเองได้ และสามารถปฏิบัติตามค่านิยม อุดมคติ และระดับความทะเยอทะยาน" จากแนวคิดนี้แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาการของความคิดเรื่องความงามของผู้หญิงในสังคมไทยจากการรับข้อมูลเกี่ยวกับความงามในการประกวดนางสาวไทย เป็นการสั่งสมความรู้และประสบการณ์ด้านความงามตั้งแต่วัยเด็กจากการบอกเล่าของครอบครัว กลุ่มเพื่อน สื่อต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้สังคมเกิดความคิดเรื่องความงามอย่างฝังราก แต่อยู่ที่การแสดงออกของแต่ละบุคคลว่าจะแสดงออกอย่างไรกับความงามที่ได้รับรู้มาผู้หญิงบางคนรับรู้เรื่องความงามหรือการประกวดนางสาวไทยมาตั้งแต่เด็ก อาจมีความคิดที่จะสมัครประกวดนางสาวไทยด้วย หรือ สมัครเป็นนางแบบ นักแสดง หรืออะไรก็ตามที่เกี่ยวข้องกับความงามที่มีผลมาจากความคิดเรื่อง ความงามที่ได้รับมา ในหัวข้อนี้จึงกล่าวถึงความคิดเรื่องความงามของผู้หญิงที่ผ่านการขัดเกลาทางสังคมเนื่องจากอิทธิพลของการประกวดนางสาวไทยดังนี้

1. การขยายตัวของ การประกวดนางสาวไทยไปสู่ภูมิภาค

การประกวดนางงามมีการดำเนินการมานาน ตั้งแต่ เริ่มมีการประกวดนางสาวไทยเมื่อ ปี 2477 ตามนโยบายของรัฐบาลในยุคนั้นมอบหมายให้กระทรวงมหาดไทยดำเนินการจัดหาสาวงามในแต่ละจังหวัดเพื่อทำการประกวดนางสาวสยามในสมัยนั้น บางจังหวัดมีการประกวดนางงามภายในจังหวัดเอง เพื่อคัดหาคนที่สวยที่สุดส่งเข้าประกวดนางสาวสยาม แต่ส่วนใหญ่มุ่งจัดหา

สาวงามจากคนที่รู้จัก ความคิดเรื่องความงามของสังคมนับเป็นการเริ่มต้นในการแสดงออกอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น ชาวชนผู้หญิงได้รับการปลูกฝังความคิดเรื่องความงามจากเวทีประกวดนางงามในภูมิภาค ถึงแม้ว่าในขณะนั้นยังไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายนัก ในปี 2507 มีการเผยแพร่ข่าวการประกวดเทพีในจังหวัดต่าง ๆ ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ โดยเฉพาะเมื่ออภัสรา หงสกุล ได้รับตำแหน่งนางงามจักรวาลยิ่งเป็นการจุดประกายให้วงการประกวดนางงามเป็นที่นิยมแพร่หลายมากขึ้น อิทธิพลจากการประกวดนางงามภูมิภาคยังคงมีอยู่และมีการพัฒนามากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันเวทีการประกวดนางงามภูมิภาคมีการติดต่อค้าขายนางงามตั้ง ๆ ให้ร่วมส่งสาวงามเข้าประกวดหรือรับผิดชอบดูแลด้านการจัดหาสาวงามเข้าประกวดทั้งเวทีก็มี เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ สร้างความมีชื่อเสียงให้กับเวทีประกวดแห่งนั้นให้เป็นที่รู้จักของประชาชน นอกจากนี้เวทีการประกวดนางงามในภูมิภาคยังเป็นจุดเริ่มต้นในการผลักดันสาวงามสำหรับก้าวขึ้นสู่เวทีการประกวดระดับชาติ

ความคิดเรื่องความงามมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยม ในสมัยก่อนก่อนพ่อแม่ยังไม่เห็นด้วยกับการส่งลูกสาวไปประกวดนางงามหรือเด็กผู้หญิงเองอาจจะยังไม่สนใจเรื่องการประกวดนางงามมากนัก แต่เมื่อมีการรับข้อมูลข่าวสารจากการประกวดนางงามมากขึ้นจนเกิดความเคยชิน และเห็นว่าสังคมให้การยอมรับ ความคิดเรื่องการประกวดนางงามของเด็กหญิงอาจจะเกิดขึ้นได้อีกทั้งถ้าพ่อแม่ให้การสนับสนุน ยิ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ความนิยมเรื่องการประกวดความงามขยายวงกว้างมากยิ่งขึ้น

2. การถ่ายทอดกิจกรรมการประกวดนางสาวไทย

การประกวดนางสาวไทยในยุคที่สอง (ปี 2507-2515) เริ่มมีการถ่ายทอดการประกวดนางสาวไทย เมื่อ ปี 2508 แต่เป็นการถ่ายทอดสดเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในส่วนของจังหวัดใกล้เคียงจะเป็นการชมเทปบันทึกภาพการประกวด จนกระทั่งปี 2522 มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีทางการสื่อสารทำให้สามารถถ่ายทอดสดกิจกรรมต่าง ๆ ทางสถานีโทรทัศน์ได้ต่อมา ปี 2527 มีการฟื้นฟูการประกวดนางสาวไทยอีกครั้ง โดยมีสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็นผู้รับผิดชอบในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมการประกวดนางสาวไทย และมีการถ่ายทอดสดไปทั่วประเทศในเวลาต่อมา

ถึงแม้จะมีการถ่ายทอดการประกวดนางสาวไทยใน ปี 2527 แต่ยังคงเป็นแบบบันทึก การประกวด อีกทั้งประชาชนยังไม่ให้ความสนใจเท่าใดนัก เนื่องจากว่างการประกวดมานาน ถึง 13 ปี และจัดนอกเขตกรุงเทพมหานครความนิยม เรื่องความงามของสังคมในป็นั้นจึงถือว่า ยังไม่เด่นชัด จนกระทั่ง ปี 2530 มีการถ่ายทอดสดการประกวดนางสาวไทยไปทั่วประเทศ และได้รับความสนใจจากบริษัทห้างร้านต่าง ๆ ที่ต้องการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์จากการ ถ่ายทอดสดการประกวดทั่วประเทศ จึงนับว่าเป็นปีที่เริ่มได้รับความสนใจจากประชาชนมากขึ้น แต่ ถึงอย่างไรความนิยม เรื่องความงามยังพอมองเห็นได้จากกระแสวิจารณ์ผลการตัดสินการประกวด นางสาวไทยเมื่อ ปี 2529 แสดงให้เห็นว่ายังมีสังคมบางส่วนให้ความสนใจ เรื่องความงามอยู่บ้าง

การถ่ายทอดสดการประกวดนางสาวไทยผ่านสื่อโทรทัศน์ได้รับความสนใจจากประชาชน มากกว่าปีที่ผ่านมา การรับข้อมูลข่าวสารการประกวดในส่วนภูมิภาคจึงเริ่มขยายตัวขึ้น ในช่วง แรก ๆ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวการประกวดนางสาวไทยบ้าง และการนำเสนอกิจกรรมการ ประกวดนางสาวไทยตลอดช่วงเวลาจนถึงวันตัดสินการประกวด หลังจากนั้นเป็นเรื่องของการ ปฏิบัติหน้าที่ระหว่างดำรงตำแหน่งของนางสาวไทย ซึ่งก็ย่อมต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้สังคมได้ รับรู้ถึงหน้าที่ที่นางสาวไทยต้องปฏิบัติภารกิจต่าง ๆ โดยเฉพาะการเดินทางไปประกวดนางงาม จักรวาล การประชาสัมพันธ์กิจกรรมการประกวดนางสาวไทยทางโทรทัศน์สามารถเข้าถึงทั่ว ทุกสังคม และทั่วทุกจังหวัดของประเทศ ในขณะที่มีสถานีโทรทัศน์เพียงไม่กี่ช่อง ดังนั้นประชาชน ทุกเพศ ทุกวัย จึงสามารถรับทราบข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการประกวดนางสาวไทยได้อย่าง รวดเร็ว จึงเป็นการปลูกฝังให้เยาวชนหญิงเริ่มซึมซับเอาความคิดเรื่องความงามอย่างจริงจัง ซึ่งตามความเป็นจริงแล้วทุกคนมีความคิดเรื่องความงามโดยธรรมชาติอยู่แล้วเพียงแต่ยังไม่มีการ แสดงออก หรือจะแสดงออกอย่างไรเท่านั้นเอง

การถ่ายทอดกิจกรรมการประกวดนางสาวไทย เป็นการกระตุ้นให้สังคมได้มีความคิด เกี่ยวกับความงามของผู้หญิงที่ว่า ผู้หญิงที่สวยงามและผ่านการประกวดนางสาวไทยมักจะได้รับเกียรติ ในสังคม เป็นตัวแทนของประเทศในการประกวดนางงามจักรวาล เป็นการสร้างความภาคภูมิใจ ให้กับผู้หญิงหรือสังคมครอบครัวให้เห็นว่าการประกวดเป็นสิ่งมีคุณค่าอย่างยิ่งและจะนำมาซึ่งโอกาส ต่างๆ ที่ดีในอนาคต นอกจากการถ่ายทอดกิจกรรมการประกวดนางสาวไทยแล้วการนำเสนอ ข่าวเกี่ยวกับกิจกรรมทางสังคมของนางสาวไทยและรองนางสาวไทย ยังมีส่วนกระตุ้นให้สังคมมอง เห็นคุณค่าของการเป็นนางสาวไทยนอกเหนือจากความงามที่ปรากฏ

อิทธิพลของการประกวดนางสาวไทยสร้างแรงกระตุ้นให้ผู้หญิงหลายคนสนใจสมัครเข้าประกวดนางสาวไทย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแนวคิดเรื่องความงามของผู้หญิงถูกกระตุ้นโดยสื่อที่เข้าถึงและความเคซินภาพที่ปรากฏมาตั้งแต่เด็ก อีกทั้งได้รับการสนับสนุนจากพ่อแม่จึงเป็นแรงจูงใจอย่างหนึ่งในการสมัครประกวดนางสาวไทย เช่นเดียวกับ ฉัตรทริกา อุบลศิริ นางสาวไทย ปี 2536 กล่าวถึงเหตุผลที่สมัครเข้าประกวดว่า "...ช่วงนั้นจิระประภาเขาเป็นเพื่อนป๊อกตั้งแต่เรียนราชีนี เขาได้เป็นนางสาวไทยป๊อกอยากได้มั้ง แต่ตอนประกวดจริง ๆ ป๊อกไม่อยากจะประกวดเพราะว่าป๊อกขึ้นปี 4 อยากเรียนให้จบก่อน... พ่อบอกว่าประกวดเถอะถ้าประกวดต้องได้แน่ ๆ เลย ป๊อกเลยจำเป็นต้องประกวด" (สัมภาษณ์ 8 พฤศจิกายน 2539) นอกจากนี้ยังมีนางสาวไทย ปี 2538 กล่าวถึงสมัยเป็นเด็กได้รับฟังและเคยเห็นการประกวดจากเทปโทรทัศน์ขณะที่อยู่ต่างประเทศว่า "เคยเห็นเทปที่คุณแม่ไปเข้ามาตอนนั้นยังเด็ก 9 ขวบ 10 ขวบ ไม่ชอบดูเลย ดูไม่ออก เคยเห็นการประกวดของฝรั่ง... ถ้าใครล้อจะโกรธมาก มีน้องสาวอายุห่างกันป๊อกว่าเรียนเก่ง ใครเจอก็จะทักน้องว่าโตขึ้นเป็นหมอพอเจอปรางค์จะทักว่าโตขึ้นจะพาไปประกวดนางสาวไทย... พออายุ 14-15 คุณแม่พาไปประกวดธิดาโดม" (สัมภาษณ์ 5 พฤศจิกายน 2539) จะเห็นว่าในปัจจุบันพ่อแม่มีส่วนในการผลักดันให้ลูกสาวเข้าสู่การประกวดนางงามเมื่ออายุยังน้อย

อิทธิพลของวัฒนธรรมบริโภคนิยมกับภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของผู้หญิง

การในยุคของการเติบโตทางเศรษฐกิจอันควบคู่ไปกับวัฒนธรรมบริโภคนิยมทำให้บุคคลกลายเป็นนักนิยมวัตถุได้ Calkins กล่าวถึงหัวใจสำคัญของวัฒนธรรมบริโภคนิยม คือการให้ประชาชนบริโภคให้มากที่สุด บริโภคให้หมดและบริโภคอีก (อ้างถึงในยศ สันตสมบัติ, 2535) นอกจากนั้นอุดมการณ์บริโภคนิยมยังให้ความสนใจด้านความงามเพื่อช่วยในการขายสินค้า ด้วยการนำร่างกายของผู้หญิงเป็นสื่อสร้างความต้องการ เช่น การโฆษณาสินค้า การประกวดนางงาม อิทธิพลของบริโภคนิยมมีการแพร่ขยายไปสู่พื้นที่ต่าง ๆ ในสังคม โดยเฉพาะสื่อต่าง ๆ มีบทบาทสำคัญอย่างมากในการนำเสนอวัฒนธรรมบริโภคนิยม เช่นเดียวกับข่าวการประกวดนางสาวไทยที่สามารถถ่ายทอดไปสู่สังคมได้ง่ายและผู้หญิงบางคนอาจซึมซับเอาค่านิยมบริโภคนิยมเข้าสู่ความคิดได้

การประกวดนางสาวไทยได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามา มีบทบาทครั้งแรกในปี 2477 จนกระทั่งปัจจุบัน ในช่วงที่มีการประกวดนางสาวไทยนั้น ผู้หญิงบางกลุ่มได้ให้ความสนใจ

การกำหนดความงามของผู้หญิงในยุคบริโภคนิยม ของบุคคลอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งไม่ได้เกี่ยวข้องกับการประกวดนางสาวไทย หรือการประกวดนางงามแต่อย่างใด แต่มีการสร้างมาตรฐานความงามของผู้หญิงด้วยการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับสัดส่วนที่ได้มาตรฐานของผู้หญิงในสังคมไทย คือ และ บริษัทผลิตชุดชั้นในวาโก้ มีการนำเสนอในรูปแบบเอกสาร ซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้หญิงในเรื่องความงามที่เป็นมาตรฐาน เป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งในการขยายตัวทางธุรกิจ เนื่องบริษัทนี้ได้สร้างมาตรฐานสัดส่วนสวยงามของผู้หญิง ดังนั้นสินค้าของบริษัทจึงได้มาตรฐาน เพราะศึกษามาจากการสำรวจวิจัยสรีระของผู้หญิงอย่างแท้จริง ส่วนอีกธุรกิจหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการตัดเย็บเสื้อผ้า ได้กำหนดมาตรฐานความงามของผู้หญิงอย่างละเอียด (ได้กล่าวศึกษาไว้แล้วในบทที่ 4) จะเห็นได้ว่านอกจากกลยุทธ์ทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับการประกวดนางงามแล้ว การศึกษารวิจัย หรือการกำหนดสัดส่วนมาตรฐานความงามของผู้หญิงจากประสบการณ์จากอาชีพที่มีการนำเสนอในรูปแบบของเอกสาร ตีพิมพ์เผยแพร่ทั่วไป และเป็นที่น่าเชื่อถืออีกด้วย

ความงามที่แท้จริงของผู้หญิงในสังคมไทย

ในสังคมไทยปัจจุบันให้คุณค่าความงามที่แท้จริงของผู้หญิงไม่ใช่ที่เรือนร่างเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมไปถึง ความงามที่มาจากจิตใจด้วย ผู้หญิงที่สวยเพียงภายนอกยังไม่เป็นที่พึงปรารถนาของสังคมมากนัก เนื่องผู้หญิงที่มีความสวยงามเพียงร่างกายไม่ใช่ผู้หญิงที่มีความอย่างแท้จริงมีความสวยเฉพาะรูปร่าง หน้าตา แต่เมื่อเจอจมาแล้วจึงจะทำให้รู้ว่าผู้หญิงนั้นงามจริงหรือไม่

ความงามของผู้หญิงที่แท้จริง ควรจะงามทั้งใบหน้า วาจา และ จิตใจ ซึ่งจุดกองประกวดนางสาวไทยในปัจจุบันพยายามเน้นให้มีครบทั้ง 3 ลักษณะ จะเห็นได้จาก กิจกรรมที่นางสาวไทยต้องกระทำนั้นจะเกี่ยวข้องกับผู้ที่ด้อยโอกาสในสังคมเสมอ มีบทบาทในการช่วยเหลือสังคม นางสาวไทยในปัจจุบันจึงควรมีลักษณะที่งามพร้อมทั้ง ร่างกาย จิตใจ และวาจา ตลอดจน สติปัญญาที่ฉลาด เมื่อเป็นไปแบบอย่างที่ดีให้แก่เยาวชนในอนาคต ที่มุ่งหวังจะแสวงหาความก้าวหน้าให้ตนเอง ด้วยการสมัครประกวดนางสาวไทย ซึ่งในความเป็นจริงบทบาทของนางสาวไทยไม่มีความต่างหรือจากการกระทำของตนเนื่องจากความเป็นนางสาวไทยที่ต้องคอยรักษาภาพพจน์ของตนให้เป็นที่ยอมรับในสังคมและเป็นที่ประจักษ์ว่านางสาวไทยเป็นผู้ที่มีความงามอย่างมีคุณค่านั่นเอง

เกี่ยวกับความงามของตนเองพอสมควร การประกวดนางสาวไทยกลายเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติตามคำกล่าวของประชาชนบางคนที่นิยมชมชอบกิจกรรมความงามนี้ การแพร่ระบาดของวัฒนธรรมบริโภคนิยม สร้างความมุ่งเฝ้าให้กับผู้หญิงเป็นอย่างมากด้วยมีการโฆษณาที่เหมะเหมาะช่วยความ ต้องการสินค้า ในขณะที่กิจกรรมการประกวดนางงามได้มีโอกาสรองรับความอยากได้วัตถุที่มีราคา สำหรับสาวงามที่คิดจะสมัครเข้าประกวด จึงกลายเป็นค่านิยมความงามในยุคของบริโภคนิยมที่ว่า ร่างกายผู้หญิงถูกใช้เป็นสินค้า ขณะที่ผู้หญิงเองก็กล้าแสดงออกถึงความสวยงามของร่างกายตนเอง ด้วย ดังที่ยศ สันตสมบัติ (2535) กล่าวถึง ร่างกายของผู้หญิงในยุคบริโภคนิยมว่า "...การประกวดนางงามเริ่มทวีความหลากหลายมากขึ้น ... ชุดที่ใช้ใส่ในการประกวดก็ในวันจะมีลักษณะที่ยาวนาน เพื่อสื่อให้เห็นสัดส่วนหรือร่างกายของผู้หญิงมากยิ่งขึ้น ความงามของผู้หญิงหรือร่างกายผู้หญิง ถูกสร้างให้กลายเป็นสินค้า เพื่ออวดโชว์ และเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญประการหนึ่งในการยกระดับสถานภาพและฐานะของผู้หญิงที่กล้าพอจะอวดร่างกายของตน..." อิทธิพลของบริโภคนิยมที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของผู้หญิงนั้นเนื่องมาจากหลายปัจจัย เช่น การแข่งขันทางธุรกิจต้องใช้กลยุทธ์ในการแย่งตลาดการค้าให้มากที่สุด ดังนั้นเวทีการประกวดนางสาวไทยจึงได้รับความสนใจจากหน่วยงานธุรกิจในการแสดงความจำนงขอเป็นสปอนเซอร์ให้การสนับสนุนด้านค่าใช้จ่าย เงินรางวัลหรือสิ่งของ ซึ่งภาคเอกชนที่ให้การสนับสนุนการประกวดนางสาวไทยมาโดยตลอด ได้แก่ บริษัทคอลเกตปาล์มโกลด์ เป็นสินค้าประเภทอุปโภคบริโภค โรงแรมเซ็นทรัล สถานที่จัดกิจกรรมการประกวด สถาบันพัฒนาบุคลิกภาพจอห์น โรเบิร์ต เพาเวอร์ ให้การดูแลด้านการฝึกบุคลิกภาพนางงามก่อนขึ้นเวทีประกวด โรงเรียนสอนตัดเสื้อระณี ฝ่ายจัดหาเครื่องแต่งกายประเภทชุดราตรีผู้เข้ารอบสุดท้าย โรงเรียนเสริมสวยเกศสยามให้การดูแลเรื่องทรงผมของผู้เข้าประกวด บริษัทผู้ผลิตชุดว่ายน้ำแคทรินา ดูแลเรื่องชุดว่ายน้ำของผู้เข้าประกวด บริษัทมิตซูบิชิ บริษัทเรพลอน เป็นฝ่ายจัดหาของรางวัลประเภทรถยนต์สำหรับผู้ได้รับตำแหน่งนางสาวไทย นอกจากนี้ยังมีสปอนเซอร์ประเภทให้การสนับสนุนนางงามที่เข้าประกวดโดยผ่านพี่เลี้ยงนางงาม หรือตัวนางงามเองแต่มีส่วนน้อยที่จะได้จากสปอนเซอร์เอง ได้แก่ กลุ่มธุรกิจเรียลเอสเตท กลุ่มโรงแรมหรือรีสอร์ท กลุ่มสินค้าทั่วไป กลุ่มชมรม-สมาคม ธุรกิจอุปโภคบริโภค เช่นน้ำมันพืช ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มธุรกิจดังกล่าวมีส่วนในการกำหนดความงามของผู้หญิงในลักษณะการเป็นสปอนเซอร์ให้แก่นางงามคนใดต้องมั่นใจว่าสวย และมีความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของพี่เลี้ยงนางงาม ดังนั้นเมื่อนางงามของตนเข้ารอบและอาจได้รับตำแหน่งสำคัญ ๆ ย่อมทำให้บริษัทมีชื่อเสียงด้วย นอกเหนือจากการมีชื่อติดสายสะพายนางงาม

การประกวดนางสาวไทย ในปัจจุบันผู้ปกครองให้การสนับสนุนลูกหลานของตนเข้าประกวดอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากว่าสังคมให้การยอมรับเวทีการประกวดอีกทั้งสภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก มีความเป็นสากล การแต่งกายเข้าประกวดในชุดว่ายน้ำจึงไม่ได้รับการคัดค้านจากพ่อแม่ของนางงามเช่นกัน และผู้เข้าประกวดนางสาวไทยหลายคนได้รับการปลูกฝัง เกี่ยวกับการประกวดนางสาวไทยตั้งแต่เด็กและมีความฝันที่จะเข้าประกวดเมื่อโตขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผลจากการถ่ายทอดประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวคราวการประกวดนางสาวไทยในยุคนี้อาจมีส่วนให้เยาวชนหันมานิยมการประกวดนางงามมากขึ้น อาจเป็นเหตุให้เยาวชนหญิงเหล่านี้ละทิ้งอนาคตทางการศึกษาของตนเองก็เป็นได้ ในส่วนของผู้ที่ได้รับตำแหน่งก็จะมีบทบาททางสังคมที่ถูกควบคุมความประพฤติจากกองประกวดนางสาวไทย แต่ในส่วนที่ไม่มีการควบคุมตนเองอาจทำให้เกิดการล่อลวงไปสู่สิ่งที่ไม่ดีได้ ดังนั้นสังคมไทยควรจะปลูกฝังด้านความทางด้านร่างกาย จิตใจ วาจา และสติปัญญาของเยาวชน ให้เป็นคนที่มีความงามอย่างมีคุณค่าในสังคมต่อไป

สรุปผลการวิจัย

การประกวดนางสาวไทยก็มีลักษณะ เฉพาะที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัด นับตั้งแต่การเปลี่ยนแปลงรูปแบบเครื่องแต่งกาย ความงามที่เปลี่ยนไปตามกระแสความนิยมของสากล ตลอดจนคุณค่าของนางสาวไทยที่เปลี่ยนไปอย่างเห็นได้ชัด ความงามทางสรีระของนางสาวไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยของการประกวดนางสาวไทยสามารถสรุปได้ดังนี้

ปี 2477-2515 ความงามของนางสาวไทยยุคนี้มีลักษณะของใบหน้าสวย หวาน ผิวพรรณนวลเนียนผ่อง คิ้วโก่ง ดวงตากกลมโต สวยอย่างเป็นธรรมชาติ มีความเป็นกุลสตรี คือนุ่มนวล รูปร่าง ไม่สูงแต่ได้สัดส่วน เป็นยุคที่เน้นความงามทางรูปสมบัติเพียงอย่างเดียว การแต่งกายของผู้เข้าประกวดเป็นการนุ่งถุงหม้อสวย มีการโฆษณาเครื่องสำอางค์ทางหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะมีนางสาวไทยเป็นผู้แสดงโฆษณา ด้วยการเชิญชวนให้ผู้หญิงหันมาสร้างเสน่ห์มัดใจชายด้วยการใช้สินค้าชนิดต่างๆ ด้านความงามของนางสาวไทยยังคงมีลักษณะที่เป็นธรรมชาติ สวยหวาน

ปี 2527-2537 ความงามของนางสาวไทยยุคหลัง มีความเป็นสากลมากขึ้น ด้วยบุคลิกภาพที่เชื่อมั่นตนเอง ฉลาด รูปร่างได้สัดส่วน มีส่วนสูงใกล้เคียงกับสาวงามจากต่างชาติ

ในส่วนองความงามใบหน้าไม่เห็น เรื่องความสวยมากนัก แต่ยังคงให้มีความเป็นเอกลักษณ์ไทย ไม่สนใจความงามแบบสาวงามลูกครึ่ง ทศคติเรื่องความงามของผู้หญิงเริ่มเปลี่ยนแปลงมากขึ้น เมื่อนางสาวไทยได้รับตำแหน่งนางงามจักรวาล ผู้หญิงจึงมีการปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพของตนให้เป็นสากลมากขึ้น มีการรักษาทรวดทรงอยู่เสมอ และเริ่มมีการทำศัลยกรรมตกแต่ง เสริมสวยจนต่อมาได้รับการยอมรับจากสังคมกว้างขวางขึ้น

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของผู้หญิงในสังคมก็คือ

1. **มาตรฐานความงามในการประกวดนางสาวไทย** มีผลต่อสตรีไทยบางกลุ่มที่พยายามปรับปรุงภาพลักษณ์ความงามของตนให้เป็นสากลมากขึ้น ซึ่งนับตั้งแต่ปี 2531 ภรณ์ทิพย์ นาคหิรัญกนก ได้รับตำแหน่งนางงามจักรวาล ทำให้ผู้คนหันมาสนใจกิจกรรมความงามมากขึ้น โดยเฉพาะผู้หญิงได้มีการเปลี่ยนแปลงตนเองในด้านรูปร่างสัดส่วน การทำศัลยกรรม การฝึกเกี่ยวกับบุคลิกภาพ เนื่องจากสังคมเป็นสังคมที่พัฒนาไปสู่ความเป็นอุตสาหกรรม ผู้หญิงมีบทบาททางสังคมมากขึ้น ต้องพบปะสังสรรค์กับบุคคลอื่น ผู้หญิงจึงต้องคำนึงถึงความงามทางร่างกายของตนอยู่เสมอ รวมทั้งบุคลิกภาพที่มีความเชื่อมั่นในตัวเอง การใช้สติปัญญาในการสื่อสารกับบุคคลอื่นด้วย

2. **มาตรฐานด้านความงามของสังคม** ตามปกติแล้วคนเรามีความสนใจความงามเป็นธรรมชาติอยู่แล้ว ดังนั้นกิจกรรมการประกวดนางสาวไทยจึงมีส่วนในการจูงใจให้สังคมมีความคิดเรื่องความงามในลักษณะที่สังคมพึงปรารถนา และยอมรับการเปลี่ยนแปลงสิ่งที่ไม่ใช่ความงามที่เป็นธรรมชาติของผู้หญิง นั่นคือ การยอมรับการทำศัลยกรรมของผู้หญิง เพราะมั่นใจว่าการทำศัลยกรรม ทำให้มีหน้าตาที่สวยงามเป็นที่ยอมรับของสังคมแล้ว ยังทำให้ผู้หญิงกล้าที่จะแสดงออกในสังคมอย่างเชื่อมั่น ทั้งการติดต่อสื่อสาร การแต่งกายที่เปิดเผยเรือนร่างที่สวยงามอีกด้วย