

# ภาพลักษณ์นางงามไทยที่สะท้อน ผ่านการตอบคำถามบนเวทิมิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์

The Image of Thai Beauty Pageants through  
Miss Universe Thailand Contest's Answers

ธนกร พุกษชาติถาวร \*

วันที่รับบทความ	27 มิถุนายน 2564
วันที่แก้ไขบทความ	19 สิงหาคม 2564
วันที่ตอบรับบทความ	6 กันยายน 2564

## บทคัดย่อ

บทความเรื่องนี้วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์นางงามไทยผ่านการตอบคำถามของนางงามบนเวทิมิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์จากการตอบคำถามนางงามในรอบชิงชนะเลิศการประกวดนางงามบนเวทิมิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 จนถึงปัจจุบัน จำนวนทั้งสิ้น 41 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ของผู้เชี่ยวชาญจากวิดีโอจากทางเพจนางงามที่เพจันท์ และเพจันท์อินไซด์เดอร์ จำนวน 25 คลิป และการเข้าร่วมชมการจัดการประกวดนางงามแบบสด ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของนางงามที่ปรากฏจากการตอบคำถาม สามารถแบ่งได้ทั้งหมด 4 ลักษณะ ดังนี้ (1) ภาพลักษณ์ผู้อุทิศตนเพื่อสังคม (2) ภาพลักษณ์ผู้หญิงแห่งแรงบันดาลใจ (3) ภาพลักษณ์ผู้หญิงคิดบวก (4) ภาพลักษณ์ผู้ธำรงวัฒนธรรมไทย โดยมีกลที่แสดงออกถึงภาพลักษณ์ที่ต่างกันไป

**คำสำคัญ :** ภาพลักษณ์ / นางงาม / การตอบคำถาม

## Abstract

The purpose of this article is to study the image of Thai beauty pageants through MUT contest's answers. The data were collected from 41 texts of MUT contests' answers in final rounds from 2015 to the present, 25 video clips of experts' analysis from live broadcasts on T-Pageant Page and Pageant Insiders Page and participation in live shows. The research found that there are four beauty pageant's images which

\* อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

appeared on the 41 studied texts: (1) The image of social worker (2) The image of empowered woman (3) The image of positive thinking woman and (4) The image of Thai cultural preservationist with different ways of using words that represent their images.

**Keywords:** Image / Beauty Pagents / Answering Question

## บทนำ

วิรัช ลภีรัตนกุล (2544) ได้สรุปความหมายของ ภาพลักษณ์ ไว้ว่าหมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจ (Mental Picture) ของคนเรา อาจเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิตหรือสิ่งไม่มีชีวิตก็ได้ เช่น ภาพที่มีต่อบุคคล (Person) องค์กร (Organization) สถาบัน (Institution) ฯลฯ หรือภาพที่สิ่งต่างๆสร้างให้เกิดขึ้นในจิตใจเราก็ได้ ภาพลักษณ์จึงอาจเป็นภาพของสถาบัน องค์กร หรือ บุคคลที่เกิดความรู้สึกในจิตใจของคนเราว่าดี ไม่ดี ชอบ ไม่ชอบ เชื่อถือ ไม่เชื่อถือ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ฯลฯ หรือรู้สึกเฉย ๆ เป็นกลาง ไม่ดีไม่เลว ความคิดเห็นคนส่วนมากเป็นเช่นไร ภาพลักษณ์ของหน่วยงานก็จะเป็นเช่นนั้น ถ้าผลออกมาไม่ดี ปานกลาง ก็จะต้องรีบเร่งสร้างภาพลักษณ์ให้ดีขึ้น มิฉะนั้นหากภาพลักษณ์ตกต่ำลง จะพาให้การดำเนินงานของสถาบันล้มเหลวได้ (วิจิตร อวระกุล, 2540)

ทูกอาชีพต่างจำเป็นต้องมีภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อแสดงถึงความน่าเชื่อถือโดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลสาธารณะที่สื่อมวลชนและประชาชนต่างจับจ้องจำเป็นต้องรักษาภาพลักษณ์ของตนเองอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นดารา นักแสดง นักการเมือง รวมไปถึงอาชีพนางงามที่จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์ที่ดีปรากฏในสังคม อีกทั้งอาชีพนางงามยังเป็นสถานะทางสังคมสถานะหนึ่งด้วย การประกวดนางงามไทยเริ่มขึ้นในปี 2477 มีจุดมุ่งหมายเพื่อหาสตรีเป็นศรีแก่บ้านเมืองในงานฉลองรัฐธรรมนูญ จนกระทั่งปี 2482 ได้เปลี่ยนชื่อจากนางสาวสยามมาเป็นนางสาวไทย เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนชื่อมาเป็นประเทศไทยอย่างในปัจจุบัน จากนั้นในปี 2496 ได้มีการส่งนางงามออกประกวดระดับโลกครั้งแรก การริเริ่มสร้างสรรค์ประกวดนางงามในรูปแบบต่าง ๆ ได้เกิดขึ้นนับตามยุคสมัยที่เปลี่ยนไป และทำให้เกิดเวทีระดับชาติมากมาจนถึงปัจจุบัน

นอกจากรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตแล้วบทบาทและหน้าที่ของนางงามก็ได้ปรับเปลี่ยนตามไปด้วยจากเดิมที่เป็นผู้ประชาสัมพันธ์ด้านประชาธิปไตยกลายเป็นตัวแทนของประเทศเข้าร่วมประกวดเวทีระดับโลก โดยจะต้องเป็นแบบอย่างที่ดีในสังคมเพื่อให้เกิดภาพจำและยอมรับ รวมไปถึงสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการต่อยอดทางธุรกิจ จากบริบทที่เปลี่ยนไปตามที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ของนางงามไทยในปัจจุบันที่สะท้อนผ่านการตอบคำถามของนางงาม

## แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดการสร้างภาพลักษณ์และองค์ประกอบของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์เป็นเสมือนสิ่งที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกของแต่ละบุคคลต่อสิ่งต่างๆ และมักจะเป็นความรู้สึกที่สร้างขึ้นเองโดยมีข้อเท็จจริงเป็นหลักอ้างอิงอยู่ด้วย อาศัยประสบการณ์ การค้นคว้าหาความรู้ การหลอมรวมและสร้างสรรค์ คิด วิเคราะห์สิ่งต่างๆ จนทำให้เกิดความเชื่อ การรับรู้ การเข้าใจในสิ่งต่างๆ ประกอบกันขึ้นเป็นภาพลักษณ์ของตนเอง และแสดงออกในรูปของพฤติกรรม โดยผ่านการคิดและกลั่นกรองของแต่ละคนมาแล้ว จึงทำให้ภาพลักษณ์นั้นมีลักษณะที่เกี่ยวข้องกับจิตใจโดยตรง เป็นการผ่านการตีความหมาย การเลือกสรร และการให้ความหมายของตนเอง โดยองค์ประกอบของภาพลักษณ์มีอยู่ 4 ประการด้วยกันที่มีความเกี่ยวข้องและมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน (อลิสลา โลहितนาวิ, 2555)

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้เกิดจากการสังเกตสิ่งแวดล้อม สถานที่ อากัปกิริยา ท่าทาง เหตุการณ์ สินค้า บริการ วัตถุ อุปกรณ์ต่าง ๆ จนนำมาสู่การรับรู้ และการสร้างภาพของแต่ละคนขึ้นมา คือภาพลักษณ์ที่แต่ละคนสร้างจินตภาพในใจผ่านการรับรู้

2. องค์ประกอบเชิงตระหนักรู้เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นหลังจากการสังเกตจนมีการรับรู้ สามารถตระหนักและได้รับความรู้อันเกิดขึ้นจากการสังเกตในสิ่งต่างๆ ที่ได้พบเห็น ได้สัมผัส ได้ข้อมูล สามารถแบ่งแยกประเภท ความแตกต่าง ความเหมือนออกมาได้

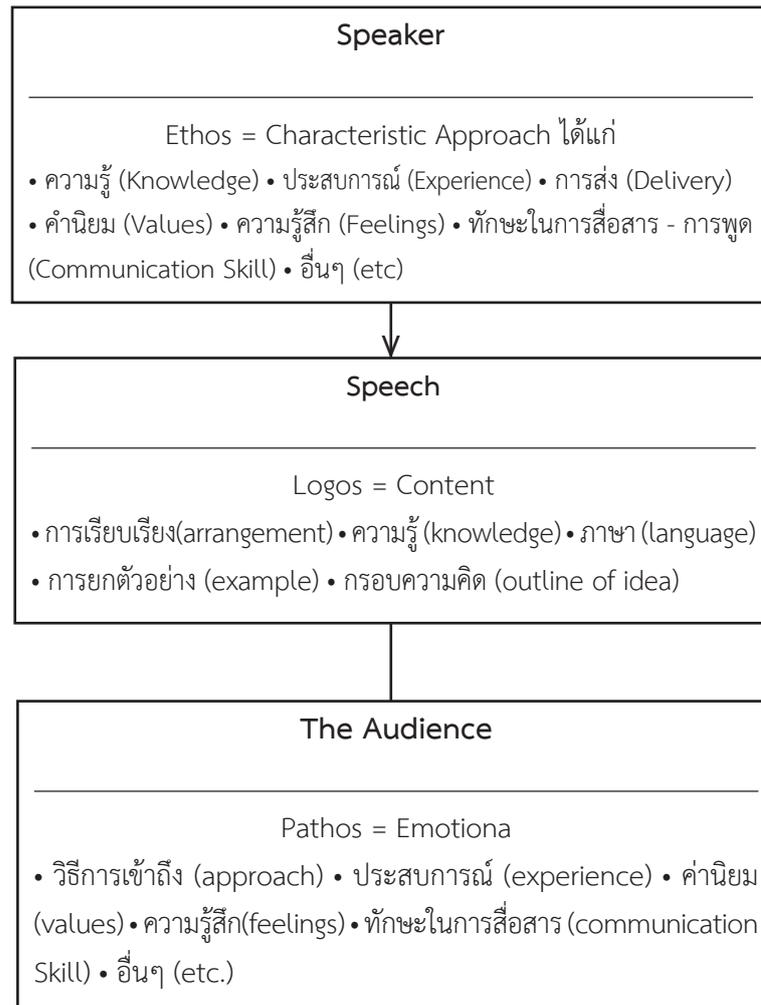
3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก เมื่อได้รับรู้ เรียนรู้ ภายใต้อารมณ์ ความคิด ความรู้สึก ความเข้าใจของแต่ละบุคคล สามารถที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบได้ เป็นการขึ้นอยู่กับการใช้ดุลยพินิจส่วนบุคคลเมื่อได้ผ่านการคิด การกลั่นกรอง วิเคราะห์ของตนเอง

4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ การนำไปสู่แนวทางปฏิบัติ โดยมีเจตนาหรือมีเป้าหมายที่เกิดจากผลการเรียนรู้ การรับรู้ผ่านความรู้สึก ให้เกิดเป็นผลในการสร้างภาพลักษณ์ต่อไป

### แนวคิดแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร

อริสโตเติลได้วิเคราะห์กระบวนการติดต่อสื่อสารว่ามีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ผู้พูด (Speaker) คำพูด (Speech) และผู้ฟัง (Audience) การสื่อสารเกิดขึ้นเมื่อ ผู้พูด สร้างสาร หรือเรียบเรียงความคิดที่ต้องการสื่อสารในรูปของ คำพูดและส่งไปยัง ผู้ฟัง ทั้งนี้โดยผู้พูดมีเจตนาในการโน้มน้าวใจ การสื่อสารจะประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับผู้พูด (Speaker) ซึ่งจะต้อง ประกอบด้วย บุคลิกลักษณะที่ดี ได้แก่ ความรู้ ประสบการณ์ ค่านิยม ความรู้สึก และทักษะในการ สื่อสาร ฯลฯ ทั้งนี้คำพูด (Speech) จะต้องมีเหตุผลน่าเชื่อถือ (Logic) ซึ่งประกอบด้วย การเรียบเรียง การส่งสาร กรอบความคิด ภาษา และการยกตัวอย่าง เป็นต้น และผู้ฟัง (Audience) ขึ้นอยู่กับอารมณ์ความรู้สึกที่ถูกเร้า หรือโน้มน้าวจากคำพูดของผู้พูด ซึ่งประกอบด้วย วิธีการเข้าถึง ความรู้ ประสบการณ์ ค่านิยม ความรู้สึกและทักษะในการสื่อสาร เป็นต้น ตัวอย่างเช่นการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัคร ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่ผู้สมัครจะชนะ การเลือกตั้งหรือได้รับความนิยมน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ นับตั้งแต่ บุคลิกลักษณะของผู้สมัครในช่วงการพูดหาเสียง อาทิ รูปร่าง

หน้าตา ลักษณะท่าทางและกิริยาอาการต่าง ๆ ความมีไหวพริบและสติปัญญา ความเชื่อมั่นใจตนเอง และความคล่องแคล่วในการพูด การพูดที่ เข้าใจง่ายและน่าสนใจ ตลอดจนการนำเสนอเนื้อหาด้วย เหตุผล ซึ่งเหตุผลและความน่าเชื่อถือของ คำพูดอาจมาจากการอ้างอิงจากเอกสารหรือพยานบุคคล ฯลฯ ทั้งนี้ความชื่นชมในตัวผู้พูดและการเชื่อ คำพูดของผู้พูด จนทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกอยากร่วมมือกันผู้พูดมากขึ้นเพียงใด จะขึ้นอยู่กับ ความสามารถและความสำเร็จของผู้พูดในการเร้าอารมณ์ ความรู้สึกของผู้ฟังเป็นสำคัญ



ภาพที่ 1 องค์ประกอบการสื่อสาร

ปัจจัยที่ช่วยให้การสื่อสารประสบความสำเร็จอีกคือ ในการพูดเพื่อการชักจูงใจนั้น ผู้พูด(speaker) ต้องเป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพดีน่าเชื่อถือ (good personality) ในภาษาละตินเรียกว่า Ethos ใช้คำพูดที่มีเหตุผลดีน่าเชื่อถือและจูงใจได้ดี (logic and persuade) เรียกว่า Logos ปลุกเร้าให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์ความรู้สึกหรือความคิดเห็นคล้อยตามได้ (emotion) หรือเรียกว่า Pathos (พัชนี เษยจรรยา, 2538)

นอกจากนี้สภาพเหตุการณ์และสภาพแวดล้อม (Environment) ในขณะที่กำลังสื่อสารก็ยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อบรรยากาศของการสื่อสารว่าจะเป็นไปได้ในทิศทางใด ซึ่งโรเบิร์ต (Robert) ได้ขยายความคิดของอริสโตเติลออกมาให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนี้ (W.Rhys. Robert อ้างใน กิติมา สุรสนธิ, 2542) โรเบิร์ต (Robert) ได้สรุปคุณลักษณะของผู้พูด คำพูด และผู้ฟังไว้ว่า ในส่วนของผู้พูดนั้นความน่าเชื่อถือของผู้พูดจะมาจากความรู้ ประสบการณ์ ค่านิยม ความรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ รวมทั้งความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารของผู้ส่งสาร ส่วนสารนั้นจะขึ้นอยู่กับเนื้อหาของสารและการจัดเรียงลำดับสารตลอดจนวิธีการส่งข่าวสารของผู้ส่งสารอันประกอบไปด้วยแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องที่จะพูดว่ามีความชัดเจนน่าสนใจมากน้อยเพียงใด ภาษาที่ใช้การยกตัวอย่างและอื่นๆ สำหรับผู้รับหรือผู้ฟังนั้น อารมณ์ความรู้สึกของผู้ฟังจะขึ้นอยู่กับระดับความรู้เกี่ยวกับข่าวสาร ประสบการณ์เกี่ยวกับเรื่องนั้น ค่านิยมและความรู้สึก รวมทั้งความสามารถในการฟัง การตีความและความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ ของ ผู้รับสาร เป็นต้น (สวนิต ยมาภัย, 2527)

### แนวคิดเรื่องวัจนกรรม

จอห์น อาร์ เซอร์ล (John R. Searle, 1992) ได้กำหนดการเรียกปรากฏการณ์ในการสื่อสารความด้วยถ้อยคำของมนุษย์ว่า “วัจนกรรม” ซึ่ง วัจนกรรม หมายถึง การกระทำโดยเจตนาของผู้พูดที่แสดงออกมาในรูปของวัจน-อวัจนภาษา โดยมีเจตนาของผู้พูดและบริบทเป็นปัจจัยในการวิเคราะห์ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

1. การกล่าวถ้อย (utterance acts) หมายถึง การที่ผู้พูดเปล่งเสียงออกมาเป็นคำ หน่วยคำ หรือประโยคเพื่อใช้ในการสื่อสาร
2. การนำเสนอเนื้อหาความ (propositional acts) หมายถึง การระบุเนื้อหาของถ้อยคำ เช่น ระบุว่าใครทำ อะไร ที่ไหน และเมื่อใด
3. การแสดงเจตนา (illocutionary acts) หมายถึง การแสดงเจตนาของผู้พูดในการกล่าวถ้อยความที่ได้สื่อออกไป ซึ่งจำแนกได้หลายประเภท เช่น การขอร้องการแนะนำ การทักทาย เป็นต้น วัจนกรรมหนึ่งหน่วยจะประกอบด้วย 3 ส่วนข้างต้น การเรียกชื่อวัจนกรรมจะเรียกตามเจตนา เช่น วัจนกรรมที่มีเจตนาถาม เรียกว่า วัจนกรรมถาม เป็นต้น

### ภาพลักษณ์นางงามไทยที่สะท้อนผ่านการตอบคำถามบนเวทีมิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์

ภาพลักษณ์ผู้อุทิศตนเพื่อสังคม (The Image of Social Worker)

ภาพลักษณ์ผู้อุทิศตนเพื่อสังคม คือภาพลักษณ์ของนางงามที่สนับสนุนและเป็นตัวแทนเพื่อสร้างสรรค์สังคม โดยกล่าวถึงปัญหาให้ผู้รับสารเข้าใจ ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม ความเท่าเทียม ความเหลื่อมล้ำในสังคม การจรรโลงสังคมให้สงบสุข การอุทิศตนเพื่อประโยชน์ส่วนรวม รวมถึงการเห็นคุณค่าของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

ภาพลักษณ์ของผู้อุทิศตนเพื่อสังคมเป็นภาพลักษณ์หลักที่ปรากฏได้มากที่สุดจากการตอบคำถาม ทั้งนี้ภาพลักษณ์ของผู้อุทิศตนเพื่อสังคมปรากฏในลักษณะของนางงามที่มีความเป็นมิตร จิตใจโอบอ้อมอารี มีความเข้าใจผู้อื่น เห็นใจต่อเพื่อนมนุษย์ร่วมโลก รักความเป็นธรรม และพร้อม

ที่จะสร้างโอกาสในการทำความดีตั้งจนกลายเป็นอัตลักษณ์นางงาม ดังที่คุณปุ๋ย ปิยาภรณ์ แสนโกศิก ผู้อำนวยการกองประกวดมิสยูนิเวิร์สของประเทศไทยปี พ.ศ. 2563 ได้อธิบายถึงคุณลักษณะอันพึงประสงค์ดังกล่าวในการคัดเลือกตัวแทนมิสยูนิเวิร์สของไทยไว้ว่า “...นางงามที่เราเลือกต้องเป็นคนที่มีพร้อมใช้งาน ไม่ได้มีแค่มองว่าสวย แต่ต้องสวยโดยเนื้อแท้ หน่วยงานออกสื่อดี หลังบ้านต้องดีด้วย การปฏิบัติตัวกับเพื่อน กับทีมงานคนอื่นในกองเป็นอย่างไร ตรงนี้เรามองหมด...”

ภาพลักษณ์ดังกล่าวสอดคล้องกับที่คุณปุ๋ย พรทิพย์ นาคหิรัญกนก นางงามจักรวาลปี 2531 นางงามจักรวาลคนที่ 2 ประเทศไทย เคยให้สัมภาษณ์กับสื่อมวลชนในงานไว้ว่า “...ปุ๋ยดีใจที่ได้ทำสิ่งที่ตั้งใจ นั่นคือการช่วยเหลือเด็ก ๆ ที่บ้านเกิดของเรา ภาพรอยยิ้มบนใบหน้าของเด็กไทยไม่เคยจางหายจากใจปุ๋ย เพราะการศึกษาคือรากฐานของความสำเร็จของเขา” นอกจากนี้ยังได้จัดตั้งโครงการแองเจิ้ล วิงส์ ฟาวน์เดชั่น อินเตอร์เนชันเนล เพื่อมอบทุนการศึกษา ให้เด็กไทยที่ขาดโอกาสทางการศึกษาในทุกปี จะเห็นได้ว่าภาพลักษณ์ของผู้ที่ศตตนเพื่อสังคม ได้ถูกสร้างขึ้นจนกลายเป็นอัตลักษณ์หลักของกลุ่มนางงามที่พยายามสื่อสารและแสดงออกกันต่อมาตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน

แต่ทว่าในปัจจุบันภาพลักษณ์การเป็นผู้ที่ศตตนในสังคมของนางได้เปลี่ยนไปจากเดิม กล่าวคือ นางงามเป็นตัวแทนเป็นกระบอกเสียงของสังคมกล่าวถึงปัญหาของสังคมในปัจจุบัน ทั้งเรื่องปัญหาความเหลื่อมล้ำ ความเท่าเทียมในสังคม ระหว่างชายหญิงและ LGBTQ สิทธิมนุษยชน ปัญหาการเมือง รวมไปถึงปัญหาของสิ่งแวดล้อม ที่ทุกประเทศในโลกต่างต้องเผชิญก็ถูกยกขึ้นมากล่าวถึงเพื่อให้เกิดการสร้างสรรค์สังคม การจรรโลงให้เกิดความสุขและเสนอเป็นแบบอย่างที่ดี เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคม และต้องการให้สังคมโดยรวมตระหนักถึงภาพของผู้ที่ศตตนเพื่อสังคมของนางงามจากรุ่นสู่รุ่น ดังนี้

“...ในฐานะผู้หญิงไทยนะคะมารู้สึกว่าในเมืองไทยความเท่าเทียมของผู้หญิงและผู้ชายอาจจะยังไม่เท่ากัน ถ้าเราจะพัฒนาเดินหน้าด้วยกันได้ทั้งผู้หญิงและผู้ชายจะต้องจับมือร่วมกัน อันนี้ไม่ใช่แค่เรื่องของผู้หญิงนะคะ เป็นเรื่องของทุกคนเลยคะ...” (การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, 2560)

“...ฉันเชื่อว่า มันเป็นเรื่องที่น่าเศร้าที่ผู้หญิงก้าวข้ามผ่านความเจ็บปวดและความทรมาน โดยที่เธอไม่สามารถพูดคุยกับใครได้ และไม่มีใครสามารถช่วยเธอได้ในสถานการณ์นั้น ฉันเชื่อว่าเราควรก่อตั้งมูลนิธิเพื่อช่วยผู้หญิงเหล่านี้ เพื่อให้พวกเขาไม่ต้องทรมานอีกต่อไป พวกเขาจะได้ใช้ชีวิตในแบบที่ต้องการ พวกเขาจะได้มีความสุขเป็นอิสระ และไม่ต้องเจอเหตุการณ์เหล่านั้นอีก...” (การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, 2562)

“...สำหรับเฟิร์สนะคะ ความเท่าเทียมคืออยู่แล้ว เฟิร์สคิดว่าเป็นการปฏิบัติในประเทศไทย ที่ให้กับเพศที่สาม และผู้ชาย-ผู้หญิงเท่าเทียมกันคะ และเฟิร์สก็อยากจะเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดัน พ.ร.บ. คู่ชีวิตให้เกิดขึ้นในประเทศไทยได้จริงคะ ขอขอบคุณคะ...” (การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, 2562)

“...จริงๆเรื่องสตรีเพศสำหรับซันดีคือเราควรให้โอกาส LGBT ขึ้นมาอยู่บนเวทีนี้ด้วย ถ้าสำหรับคนที่บอก การประกวดนางงามคือการเหยียดเพศ เราควรจะให้กฎหมายให้ LGBT ใช้คำว่านางสาวและขึ้นมาอยู่บนเวทีนี้ได้ ขอขอบคุณค่ะ...” (การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, 2563)

“...ถ้าวิณาได้มีโอกาสเข้าไปอยู่มีส่วนร่วมทางการเมืองนะคะวิณาจะเข้าไปอยู่ในตำแหน่งนายกรัฐมนตรีค่ะเพราะวิณาคิดว่าผู้หญิงบนโลกทุกคนใบนี้สามารถยืนอันดับหนึ่งได้และสามารถทำทุกสิ่งทุกอย่างได้เท่าเทียมกับผู้ชายค่ะ และนโยบายที่วิณาจะทำคือ สร้างความเท่าเทียมกันให้กับผู้ชาย ผู้หญิง และ LGBTQ...” (การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, 2563)

จากการตอบคำถามของนางงามที่แสดงภาพลักษณ์ของผู้ที่ศตนเพื่อสังคมปรากฏให้เห็นได้ในลักษณะของการเป็นตัวแทนเป็นกระบอกเสียงของสังคมที่กล่าวถึงปัญหาของสังคมในปัจจุบัน นั่นคือความเท่าเทียม โดยร้อยละ 90ของนางงามกล่าวถึงเรื่องความเท่าเทียมทางชายหญิงและ LGBTQ อีกทั้งยังกล่าวถึงเรื่องของสิทธิมนุษยชน รวมไปถึงสิทธิของเด็กด้วยเช่นกัน

นอกจากเรื่องปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคม สิทธิเสรีภาพของมนุษย์แล้ว ปัญหาเรื่องของการเมือง ปัญหาของสิ่งแวดล้อมโลกที่ทุกประเทศต่างเผชิญก็ถูกยกขึ้นมากล่าวถึง ภาพลักษณ์ของผู้ที่ศตนเพื่อสังคมของนางงามยังปรากฏในรูปแบบของการสร้างสรรค์สังคม การจรรโลงให้สังคมเกิดความสงบสุขรวมถึงการเสนอเป็นตัวแทนเป็นแบบอย่างที่ดีเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นในสังคม ดังนี้

“...สำนักไทยไม่โก่งนั้นเราควรเริ่มจากต้นเหตุค่ะเราควรปลูกจิตสำนึกให้คนไทยมีจริยธรรม มีคุณธรรม ให้คนไทยเห็นแก่ประโยชน์ของประเทศชาติ ในฐานะที่อ้อยเป็นเยาวชนไทย อ้อยก็อยากเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับคนไทย เพราะตัวอย่างที่ดีสำคัญกว่าคำสอนค่ะ...” (การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, 2558)

“...สำหรับบุงนะคะ บุงเห็นด้วยกับคำว่า การคอร์รัปชันเป็นมะเร็งร้ายทำลายชาติ ถ้าเปรียบเทียบกับมะเร็งเราไม่สามารถรู้เลยว่าเราจะเป็นตั้งแต่เมื่อไหร่ เหมือนกับการโกงค่ะ เหมือนกับเราเริ่มโกงไปที่ละนิดทีละหน่อย เราก็จะโกงไปเรื่อยๆค่ะ...” (การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, 2558)

“...สำหรับแพรวนะคะแพรวมองว่าปัญหาสภาวะแวดล้อมที่เราควรแก้ไขโดยเร็วที่สุด นั่นคือมลภาวะทางอากาศค่ะ ปัจจุบันนี้ไม่ว่าเดินทางผ่านรถยนต์ ทำให้ส่งผลให้บ้านเรามี พีเอ็ม 2.5 อย่างหนาแน่นมาก....” (การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, 2563)

## ภาพลักษณ์ผู้หญิงแห่งแรงบันดาลใจ (The Image of Empowered Women)

ภาพลักษณ์ผู้หญิงแห่งแรงบันดาลใจคือภาพลักษณ์ของนางงามที่มีเป้าหมาย มุ่งความสำเร็จ สามารถเป็นแรงบันดาลใจและแบบอย่างให้กับบุคคลอื่นลงมือปฏิบัติตามความตั้งใจ และสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นการดำเนินชีวิต

ภาพลักษณ์ของผู้หญิงแห่งแรงบันดาลใจเป็นภาพลักษณ์ที่นางงามพยายามแสดงออกถึงความมุ่งมั่น โดยนางงามจะแสดงออกถึงความชัดเจนในความคิด การมีจุดยืนทางความคิด และพร้อมที่จะเป็นแบบอย่าง รวมไปถึงการเป็นแรงบันดาลใจให้กับคนอื่น ๆ ในสังคม คุณสมบัติดังกล่าวเป็นสิ่งที่นางงามยุคใหม่ต่างแสดงออกให้สังคมเห็นปรากฏอย่างชัดเจน ตามที่คุณเชรี ไอศวรรภาศิริลักษณ์ ผู้ชนะรายการแฟนพันธุ์แท้ แฟนพันธุ์แต่นางงามจักรวาล ได้อธิบายเรื่องการตอบคำถามบนเวทีไว้ ดังนี้

“...คำถามที่นางงามได้รับจะไม่เหมือนกัน คำถามมักจะมาจากพื้นเพของประเทศนั้นว่าประเทศของนางงามเป็นยังไงเพื่อให้นางงาม ได้แสดงจุดยืน...ที่ผ่านมานางงามไทยตอบคำถามมักจะมีสองตัวเลือกแต่นางงามไทยมักจะเลือกทั้งสองและคำตอบค่อนข้างจะอยู่กลางๆ แต่เพื่อให้นางงามได้แสดงมุมมองและความคิดเห็นของตัวเอง และองค์กร Miss Universe ต้องการนางงามที่มีความชัดเจนในจุดยืนของตัวเอง ต้องการ Empowered Women ซึ่งเป็นคีย์สำคัญของการเป็นนางงามจักรวาล...” เช่นเดียวกับที่ แคทรีโอนา เกรย์ มิสยูนิเวิร์สปี พ.ศ. 2561 ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของนางงามว่า

“...นางงามที่ Empowered Women เป็นคนที่ทุกคนสามารถจะมองอย่างชื่นชมมองเห็นบางอย่างในตัวเธอ ที่พวกเรามีในตัวเอง และรู้สึกเชื่อมโยงกันได้ คิดว่าสิ่งที่ฉันทำได้ เธอก็ทำได้เช่นเดียวกัน...”

การตอบคำถามของนางงามจึงมีลักษณะของการแสดงออกถึงภาพลักษณ์ผู้หญิงแห่งแรงบันดาลใจเพื่อให้ปรากฏสู่สังคม โดยแสดงออกในฐานะของนักสู้ที่มีความฝัน มีจุดยืน ความตั้งใจ และปรารถนาที่จะทำความฝันนั้นให้สำเร็จด้วยความพยายาม และความสามารถที่ตนเองมี หมั่นฝึกฝนเพียรพยายามเพื่อให้เกิดความพร้อมโดยใช้เวทีการประกวดเป็นพื้นที่แสดงความสามารถ ได้ตามความฝันของตนเองเพื่อประสบความสำเร็จ และนางงามยังต้องการเป็นแรงบันดาลใจ ให้กับผู้หญิงและบุคคลอื่นๆ ให้ทำตามความฝันของตนเองด้วยเช่นกัน ดังเช่น

“...สำหรับปุกปุกได้พิสูจน์ว่าแค่เด็กผู้หญิงคนหนึ่งที่มีความตั้งใจและทำทุกอย่างอย่างเต็มที่ก็สามารถจะมาเวทีนี้ได้ ไม่ว่าเราจะเป็นใคร ขอแค่มั่นใจ เป็นคนดี เราก็สามารถประสบความสำเร็จได้ด้วยตัวเอง...” (การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, 2561)

“...วินาจะเลือกสิ่งที่ยากทำก่อนค่ะ เพราะไม่ว่าเราจะทำอะไรก็ตาม ถ้าเราอยากทำ มันออกมาดีมีผลดีแน่นอนค่ะ แล้วถ้าเราทำลงไปอย่างเต็มที่ อย่างที่เราอยากทำผล สุกท้ายไม่ว่าผลจะออกมาเป็นยังไง เราก็จะยอมรับมันได้ เหมือนที่วินามาประกวดมิส ยูนิเวิร์สไทยแลนด์ เพราะวินาอยากที่จะเป็นมิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ ไม่ว่าผลจะออกมา เป็นยังไง วินาก็ยอมรับมันค่ะ เพราะวินาอยากทำ ขอขอบคุณค่ะ...” (การประกวดมิส ยูนิเวิร์สปี, 2561)

“...สำหรับเบลล่า เบลล่าคิดว่าสิ่งที่เราจะทำอะไรบางอย่างมันไม่ได้อยู่ที่เรื่องเพศ มัน อยู่ที่ความคิด มันอยู่ที่จิตใจของเรา ดังนั้นเบลล่าคิดว่า ถ้าเราคิดอยากจะทำอะไรบางอย่าง แล้ว เราก็ควรที่จะทำให้ดีที่สุดค่ะ ขอขอบคุณค่ะ...” (การประกวดมิสยูนิเวิร์สปี, 2562)

“...สำหรับตัวพรฟ้าณะคะ มองว่าปัญหาความยากจนนี้เกิดจากโครงสร้างทางสังคม ค่ะ เพราะว่าโครงสร้างที่ไม่ดีทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำที่ชัดเจน..สิ่งที่จะแก้ไขปัญหาคือ เราไม่สามารถแก้ไขโครงสร้างทั้งหมดได้ตอนนี้แต่เราสามารถแก้ไขตอนนี้คือเราไม่ ยอมแพ้ต่อความจนและเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการประกอบสัมมาอาชีพ ค่ะ...” (การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, 2563)

“...เลือกให้ผู้หญิงที่ทรงอิทธิพลของโลก คือ “ผู้หญิงทุกคน” เพราะผู้หญิงเราแข็งแกร่ง เปี่ยมพลัง และถ้าเราตั้งใจทำอะไรเราจะทำได้สำเร็จ...” (การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, 2563)

“...เพราะเวทีนี้เป็นเวทีที่ทรงคุณค่า และเป็นเวทีอันดับหนึ่งของไทย อีกทั้งยังเป็น ความฝันของผู้หญิงหลายคนที่ยืนอยู่ตรงจุดนี้และตาลเชื่อว่าเวทีนี้จะพาเธอไปสู่ เวทีมิสยูนิเวิร์สได้ค่ะ...” (การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, 2560)

“...เพราะว่าฉันมาประกวดเวทีนี้ตั้งแต่เด็ก เป็นเวทีแรกเป็นความฝันของฉัน และเป็น เวทีสุดท้าย ฉันจะตั้งใจและทุ่มเททุกอย่างด้วยหัวใจของฉัน...” (การประกวดมิส ยูนิเวิร์ส, 2560)

### ภาพลักษณ์ผู้หญิงคิดบวก (The Image of Positive Thinking Women)

ภาพลักษณ์ผู้หญิงคิดบวก คือภาพลักษณ์ของนางงามที่มีทัศนคติเชิงบวก โดยแสดงหลัก ความคิดทัศนคติเชิงบวกเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพและความงาม มุมมองในการใช้ชีวิตของ นางงามในทางสร้างสรรค์ต่อตนเอง

ภาพลักษณ์ของผู้หญิงคิดบวกเป็นอัตลักษณ์หนึ่งของนางงามที่ปรากฏได้จากการตอบคำถาม โดยนางงามจะนำเสนอภาพของผู้ที่มีทัศนคติในการใช้ชีวิตที่ดี โดยเริ่มจากการรักและรู้จักยอมรับตัวตน ทั้งในเรื่องของรูปลักษณ์ และบุคลิกภาพ ตามที่โซซิบินี ดูนซี นางงามแอฟริกาใต้ ฝิว สีนแรกตำรงตำแหน่งมิสยูนิเวิร์ส กล่าวไว้ว่า

“...ฉันเติบโตมาในสังคมที่ผู้หญิงที่มีผิวสีอย่าง ฉันไม่เคยถูกมองว่าสวย แต่ฉันอยาก จะหยุดความคิดนี้ และอยากให้ทุกคนมองมาที่ฉัน มองหน้าฉันและได้เห็นทุกคนที่ เป็นเหมือนฉัน ...”

สอดคล้องกับที่ชลิตา สเวนเซนท์ มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ปี พ.ศ. 2559 ได้อธิบายเรื่อง ทัศนคติความงามผ่านทางอินสตาแกรมไว้ว่า “...อย่าตัดสินคนเพียงรูปลักษณ์เพราะ ฉะนั้นควรลองให้โอกาสนางงามได้พิสูจน์ตัวเองดีกว่า และเราได้ตัวแทนแล้ว และ ตัวแทนนางงามก็ไปในนามของประเทศ ควรเปลี่ยนคำค่า เป็นคำดีเพื่อให้ปรับปรุง เสริม เติบโตในส่วนที่นางงามยังไม่มี...”

การตอบคำถามจึงเป็นการสื่อสารที่นางงามแสดงออกถึงอัตลักษณ์ในแง่ของการมีทัศนคติที่ ดีเกี่ยวกับตนเอง สื่อสารถึงภาคภูมิใจในตัวเอง จะเห็นได้ว่านางงามกล่าวถึงเรื่อง การดูแลตนเอง ความ มั่นใจในรูปร่าง หรือความสวยที่เป็นแบบฉบับของตนเอง เป็นต้น นอกจากนี้ภาพลักษณ์ของผู้หญิงคิด บวกยังปรากฏในลักษณะของการมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งต่างๆรอบตัวซึ่งนำไปสู่มุมมองการใช้ชีวิตอย่าง สร้างสรรค์เพื่อสร้างคุณภาพในการใช้ชีวิตของตนเอง ดังจะเห็นได้จากการตอบคำถามของนางงามที่ กล่าวถึง การยอมรับผู้อื่น การมองโลกในแง่ดี รวมถึงการมอบความรักให้คนรอบตัวด้วยเช่นกัน

“...พลอยคิดว่าคำพูดเป็นอะไรที่มีพลังมากค่ะ เวลาเราพูดอะไร แล้วคิดบวก พูดอะไร กับคนที่เรารัก ก็จะทำให้เขารู้สึกดี นี่คือสิ่งที่พลอยทำกับตัวเอง เราพูดกับตัวเองเยอะ ะ แล้วก็คิดบวกตลอดเวลา เราจะได้ดีขึ้น ไม่ว่าจะเกิดอะไรขึ้นก็ตาม ยู่ทำได้...” (การ ประกวมมิสยูนิเวิร์ส, 2561)

“...การสวมใส่ชุดว่ายน้ำในการประกวด เป็นการโชว์รูปร่างและสัดส่วนให้กรรมการ ได้เห็น แต่อย่างไรก็ตาม การที่เราใส่ชุดว่ายน้ำ แสดงถึงความมั่นใจและความภูมิใจใน รูปร่างของตัวเอง ขอขอบคุณค่ะ...” (การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, 2561)

“...ข้อดีก็คือทำให้เรามั่นใจขึ้น เพราะว่ารูปลักษณ์ภายนอกเราสวยขึ้นนะค่ะ แต่ข้อ เสีย ถ้าเราไม่ศึกษาความรู้เกี่ยวกับศัลยกรรม มันก็สามารถเป็นอันตรายได้ บางทีถึง ชีวิตเลยก็ได้ค่ะ และนี่ก็ฝากไว้ นะคะทุกคนสามารถสวยได้ในแบบฉบับของตัวเอง ค่ะ...” (การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, 2561)

“...ฉันเคยมีครอบครัวที่สมบูรณ์แบบ ก่อนที่พ่อแม่จะหย่าร้างกัน ทั้งคู่ยังอยู่ด้วยกัน เพราะความรักที่มีให้ฉันและน้องชาย และนั่นคือการปกป้องชีวิตของฉัน ความรักไม่เคยทำให้ใครล้มเหลว ไม่ว่าจะไปที่ไหนหรืออยู่ที่ไหนก็ตาม ฉันยังได้รับความรักอย่างไม่มีเงื่อนไข และฉันก็รักผู้อื่นในแบบนั้นเช่นกัน ซึ่งความรักของพ่อแม่ของฉันก็ไม่เคยลดลงเลย...” (การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, 2562)

“...สำหรับโบ โบคิดว่าเราทุกคนมีความสุขที่แตกต่างกัน มีลักษณะของตนเอง และอยากให้คนเปิดใจและยอมรับ ก็จะเห็นความสุขในแบบของโบค่ะ...” (การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, 2560)

### ภาพลักษณ์ผู้ธำรงวัฒนธรรมไทย (The Image of Thai Cultural Preservationist)

ภาพลักษณ์ผู้ธำรงวัฒนธรรมไทย คือภาพลักษณ์ของนางงามที่สัมพันธ์กับวัฒนธรรม โดยนำเสนอถึงวิถีชีวิตตามบริบทของสังคมไทยรวมถึงความเชื่อและค่านิยมของไทยที่ปลูกฝังมา ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ไปจนถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทย

ภาพลักษณ์ของผู้ธำรงวัฒนธรรมไทยเป็นภาพลักษณ์ที่ปรากฏได้จากผู้เข้าประกวด โดยตัวนางงามพยายามสร้างภาพของความเป็นผู้ธำรงวัฒนธรรมเพื่อให้สังคมตระหนักถึงภาพของผู้ที่มีความภาคภูมิใจในความเป็นคนไทย ภาพดังกล่าวปรากฏตั้งแต่สมัยอดีต สอดคล้องกับ คุณูปก อภัสรา หงสกุล มิสยูนิเวิร์สคนแรกของคนไทยเคยอธิบายถึงความชาติ และภาคภูมิใจในความเป็นไทย ในการประกวดมิสยูนิเวิร์สที่เมือง ฟลอริดา ประเทศสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2508 ไว้ว่า “...ประเทศสยามเปลี่ยนจากมาเป็นไทยแลนด์ เนื่องจากประเทศไทยไม่เคยเป็นอาณานิคมของใคร ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาไทย มีความหมายถึง อินเดียเพนเดนท์แลนด์ มีความหมายถึงดินแดนจึงมีความหมายเป็นดินแดนอิสระไม่ขึ้นตรงกับใคร...” และยังได้แสดงภาพลักษณ์ของเหตุการณ์ท่องเที่ยว บนเวทีจนกลายเป็นวลีที่ทุกคนต่างจดจำว่า “...โปรดมาเที่ยวที่เมืองของฉัน...” ภาพลักษณ์ผู้ธำรงวัฒนธรรมจึงกลายเป็นภาพลักษณ์หนึ่งของนางงามที่ทุกคนต่างสร้างขึ้นเป็นให้ภาพสู่สังคม

นอกจากนี้ภาพลักษณ์ผู้ธำรงวัฒนธรรมยังถูกผลักดันจากกองประกวดมิสยูนิเวิร์สของไทยอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากกิจกรรมการเก็บตัวของผู้เข้าประกวดมิสยูนิเวิร์สในทุกปี ที่นางงามผู้เข้าประกวดทุกคนต้องสวมชุดไทยเรือนต้นเข้าเยี่ยมชมวัดโบราณสถานที่คนไทยนับถือ และให้สื่อมวลชนถ่ายภาพนำเสนอสู่สังคม ตามที่ทวินนท์ คงคราญ (2534) อ้างถึง ลาซาเพลค์และเมอร์ตัน สรุปรูปทาบของสื่อมวลชนกับภาพลักษณ์นางงามไว้ “...สื่อมวลชนสามารถให้สถานะภาพแก่บุคคล (Mass media can confer the status) สื่อมวลชนมีส่วนสร้างชื่อเสียงให้แก่บุคคลในขณะที่ทำหน้าที่บทบาท นอกจากนี้สื่อมวลชน ยังมีส่วนสร้างความเป็นจริงทางสังคม โดยทำหน้าที่เป็นกระจกสะท้อนเงา...ซึ่งเรื่องของนางสาวไทยเป็นความจริง”

นางงามจึงสร้างได้ภาพลักษณ์ผู้ธำรงวัฒนธรรมมาโดยตลอด และสามารถเห็นได้จาก การแสดงออกผ่านการตอบคำถามในเรื่องค่านิยม คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของคนไทย ที่นางงามกล่าวถึงคือเรื่องความอ่อนน้อมถ่อมตน การเคารพผู้อื่น ความกตัญญู ซึ่งล้วนเป็นคุณลักษณะพึงประสงค์

ที่ถูกปลูกฝังมาตั้งแต่อดีตจากรุ่นสู่รุ่น อีกทั้งนางงามยังกล่าวถึงสถาบันหลักทั้ง 3 สถาบันของชาติไทยที่คนไทยต่างถูกปลูกฝังให้เคารพให้เกิดความเคารพตั้งแต่เด็กคือ สถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์

นอกจากนี้ภาพลักษณ์ผู้ธำรงวัฒนธรรมที่นางงามพยายามสื่อเน้นคือการรักษาวัฒนธรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวทั้งการยิ้ม การไหว้ และแสดงถึงความภูมิใจในความเป็นไทย พร้อมต้องการนำเสนอสู่สากลโลก รวมถึงการมีวัฒนธรรมที่ดี ความเป็นเอกลักษณ์ทั้งอาหาร ภาษา ไปจนถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นการประชาสัมพันธ์ประเทศในฐานะทูตการท่องเที่ยว ดังเช่น

“...ถ้าวีณาได้เป็นตัวแทนของประเทศไทยในการประกวดมิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์จะแสดงความอ่อนน้อมถ่อมตนให้เกียรติผู้อื่น เคารพผู้อื่น และการยิ้ม ถ้ามี 4 อย่างนี้ทุกคนจะรู้ว่าเราคือคนไทย นอกจากนั้นคือการรักชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ที่คนไทยหวงแหนมากที่สุดค่ะ ขอขอบคุณค่ะ...” (การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, 2563)

“...สำหรับตาลตาลจะแบ่งเงินเป็นสามส่วนค่ะ ส่วนแรกตาลจะนำไปลงทุนการศึกษา ส่วนที่สองให้คุณพ่อคุณแม่ ส่วนที่สามตาลจะนำไปทำประโยชน์ส่วนรวม...” (การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, 2560)

“...สำหรับยิ้มนะค่ะ ความเป็นไทยของคนไทย คนไทยมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองอยู่แล้ว ไม่จำเป็นต้องไปลอกเลียนแบบใคร ไม่จำเป็นต้องไปตามแบบใคร แค่เราภูมิใจที่เกิดเป็นคนไทย มีภาษามืออาหารมีวัฒนธรรมที่ดีของคนไทย แค่นี้เราไม่จำเป็นต้องทำตามใครเลยค่ะ ...” (การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, 2559)

“...สิ่งแรกที่เราเจอนักท่องเที่ยวนั่นคือ เฟิร์สอิมเพรสชั่น ซึ่งแสดงออกมาทางมองเห็น สบตา ยิ้ม ไหว้ ค่ะ จากนั้นเราสามารถเป็นเจ้าบ้านที่ดีได้โดยการแนะนำสถานที่ต่างๆ ได้ค่ะ...” (การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, 2559)

“...เสน่ห์ของเมืองไทยดึงดูดชาวต่างชาติเข้ามาในเมืองไทย ไม่ว่าจะสถานที่ท่องเที่ยว ภาคเหนือจะเป็นภูเขา ภาคใต้จะเป็นทะเล เป็นความยูนิค ไม่ว่าจะผลไม้ หรือว่า ผักไท ต้มยำกุ้ง แต่สิ่งที่ดึงดูดคือคนไทยค่ะ คนไทยจะยิ้ม ทักทายและจะสร้างความประทับใจ สร้างรอยยิ้ม สร้างความสุข...” (การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, 2561)

### องค์ความรู้ที่ได้รับ

การจัดการประกวดมิสยูนิเวิร์สของประเทศไทยผู้วิจัยเห็นว่ามีการเปลี่ยนแปลงแนวคิดการจัดการประกวดในแต่ละปีโดยอิงตามแนวคิดของกองประกวดใหญ่ (IMG) สิ่งนี้เป็นปัจจัยหลักประการหนึ่งที่กำหนดแนวทางสำหรับเลือกนางงามที่จะเป็นตัวแทนประเทศเพื่อไปประกวดในเวที

ระดับโลกแนวคิดในการประกวดเป็นสิ่งที่กำหนดแนวทางคำถามและส่งผลต่อการตอบคำถามของนางงามอันไปสู่ภาพลักษณ์ของนางงามที่ปรากฏด้วย เมื่อพิจารณาการตอบคำถามในแต่ละปีจะพบว่าเหตุการณ์บ้านเมืองที่เป็นบริบทในสังคมมีอิทธิพลต่อการตั้งคำถามในการประกวด

ภาพลักษณ์การสร้างสรรค์สังคมของนางงามในปัจจุบันจะปรากฏในลักษณะของการเป็นตัวแทนกระบอกเสียงของสังคมที่กล่าวถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในเรื่องของความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ การศึกษา การเมือง ความเท่าเทียมทางเพศ สิทธิทางการเมือง เพื่อให้เกิดความตระหนักรู้และการเปลี่ยนแปลงในวงกว้าง ซึ่งต่างจากนางงามสมัยก่อนที่เป็นตัวแทนหญิงไทยมีหน้าที่ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมกิจกรรมต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมอันสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้น เช่น วิกฤตการณ์การแบ่งฝ่ายทางการเมืองพ.ศ. 2548 วิกฤตการณ์น้ำท่วม พ.ศ. 2554 เป็นต้น

สภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงและเปิดกว้างมากขึ้นทำให้ภาพลักษณ์ผู้หญิงแห่งแรงบันดาลใจและภาพลักษณ์ผู้หญิงคิดบวกของนางงามปรากฏขึ้นอย่างชัดเจน นางงามยุคปัจจุบันจะเป็นตัวแทนของผู้หญิงที่มีทัศนคติเชิงบวกในเรื่องของตัวเองทั้งบุคลิกภาพ ความงาม รวมถึงทัศนคติในการใช้ชีวิต นำไปสู่มีเป้าหมายสำหรับการดำเนินชีวิต มุ่งความสำเร็จ ต้องการสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ดีในชีวิตของตน และพร้อมจะเป็นแบบอย่าง แรงบันดาลใจให้กับผู้หญิงในรุ่นหลังได้

แม้วัตถุประสงค์อีกประการของกองประกวดที่ระบุไว้คือเพื่อคัดเลือกสตรีไทยที่มีคุณสมบัติเหมาะสมและทำหน้าที่เผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติคุณอันดีงามไปสู่นานาชาตินั้นภาพลักษณ์ผู้ธำรงวัฒนธรรมไทยที่น่าเสนอลงถึงวิถีชีวิตตามบริบทของสังคมไทย ความเชื่อ ค่านิยม ที่ปลูกฝังมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันรวมถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทยที่ยังคงมีปรากฏอยู่นั้นก็เพื่อให้เป็นไปตามอีกประสงค์หนึ่งของกองประกวดที่ระบุไว้คือเพื่อคัดเลือกสตรีไทยที่มีคุณสมบัติเหมาะสมและทำหน้าที่เผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติคุณอันดีงามไปสู่นานาชาติ

### บรรณานุกรม

- พัชนี เขยจรรยา และคณะ. (2538). *แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ข้าวฟ่าง.
- ทวิรัตน์ คงคราญ. (2534). *บทบาทของสื่อมวลชนในการสร้างภาพนางสาวไทย พ.ศ. 2507-2531*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจิตร อวระกุล. (2540). *การฝึกอบรม: คู่มือฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สวณิต ยมาภัย. (2527). *การสื่อสารของมนุษย์*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อลิสา โลहितนาวิ. (2555). *ภาพลักษณ์สู่ความสำเร็จ*. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์ฮาวทู.