



บทที่ 1

บทนำ

### ความเป็นมาและ เหตุผลในการศึกษา

ในยุคนับปัจจุบัน ความสนใจศึกษาค้นคว้าผู้หญิง หรือ "สตรีศึกษา" ได้ขยายตัวมากขึ้น อาจกล่าวได้ว่า มากกว่าในยุคนสมัยใดในประวัติศาสตร์ที่ผ่านมา ความสนใจเหล่านี้ ก่อตัวมาจาก ขบวนการต่อสู้เพื่อเรียกร้องสิทธิสตรี ผลจากการเคลื่อนไหวดังกล่าวทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง สภาพความเป็นจริงหลายประการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสตรี และยังคงผลสะท้อนมาถึงระดับวงการ วิชาการ รวมทั้งวงการสื่อสารมวลชน (กาญจนา แก้วเทพ, 2531 : 1)

ผู้หญิงมีบทบาทในวงการสื่อสารมวลชนหลายรูปแบบ เช่น เป็นผู้ผลิตเนื้อหารายการ อาทิ คนเขียนบทโทรทัศน์, คอลัมน์นิสต์ ฯลฯ ผู้หญิงเป็นเจ้าของกิจการสื่อสารมวลชนเอง ได้แก่ เจ้าของ นิตยสาร, กิจการสื่อสารมวลชนอื่น ๆ อย่างสถานีโทรทัศน์ กลุ่มผู้รับสารที่เป็นสุภาพสตรี ซึ่งมีบทบาท สำคัญในการสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวงการโฆษณา อีกแง่มุมหนึ่งที่ผู้หญิง เข้าไปเกี่ยวข้องกับ สื่อมวลชนก็คือ เป็นผู้ที่ถูกกล่าวถึง ในเนื้อหาที่ผลิตออกมาผ่านสื่อมวลชน และในประเด็นนี้ก็มี ผู้สนใจศึกษาในสิ่งที่เรียกว่า "ภาพรวมของผู้หญิงในสื่อมวลชน" ไว้มากมาย

มีผู้เสนอบทความ (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2532 : 25-34) ในเรื่องดังกล่าว โดยได้สรุปภาพของผู้หญิงในงานโฆษณา, การกระจายเสียง ภาพของผู้หญิงทางโทรทัศน์ (รายการ ข่าว, ละคร, เด็ก) ภาพรวมของผู้หญิงในภาพยนตร์, ในสื่อสิ่งพิมพ์และนิตยสารผู้หญิง ซึ่งในงาน วิจัยที่ได้รวบรวมมาทั้งหมดนี้ เป็นการวิเคราะห์บทบาทผู้หญิงในแนวกว้าง โดยดูจากภาพสะท้อน ผ่านสื่อมวลชน และงานวิจัยส่วนมาก พบว่า ภาพพจน์ผู้หญิงที่สะท้อนผ่านสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ มักเป็นเชิงลบ

ในการสนทนาสื่อสารมวลชน เรื่อง "บทบาทสื่อสารมวลชน กับการส่งเสริมทิศทางการพัฒนาสตรี" (ชนัญชี กาญจนอุไรโรจน์, 2532 : 30-31) ได้สรุปว่า ภาพและข่าวที่เสนอต่อสาธารณชนเป็น

จำนวนมาก ที่นำเสนอทั้งในสิ่งพิมพ์ และวิทยุ โทรทัศน์ อันเป็นจำวที่ไม่เพียงประสงค์จะให้น่า  
 เสนอ ได้แก่ ภาพข่าวที่ผู้หญิงมีแต่ความพุ่มเพื่อหุง เพื่อ, ภาพข่าวที่ผู้หญิงใส่ชุดว่ายน้ำ และผู้ถ่าย  
 ล้อเจตนาของความอนาจาร, ผู้หญิงที่ตกเป็นข่าวเหยื่อเคราะห์ร้าย เช่น ข่าวตำรวจหลายช่อง  
 และภาพข่าวที่ขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นต้น การมองในแง่นี้ ดูเหมือนกับว่าภาพที่เสนอ  
 ออกไปเช่นไร ประชาชนก็จะรับไว้ทั้งหมด เป็นการมองสื่อมวลชนว่ามีอิทธิพลเช่นเดียวกับกระสุนปืน  
 (Bullet Theory) เสนออย่างไรผู้รับก็รับตามนั้น แต่ในภายหลังยังมีหลายทฤษฎี เช่น Uses &  
 gratification (การใช้สื่อเพื่อความพึงใจ), Selecting Process (กระบวนการเลือก)  
 แสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนมิได้มีอิทธิพลรุนแรงโดยตรงเช่นนั้น แต่ขึ้นอยู่กับผู้รับสารจะเลือกเฟ้น  
 อย่งไรในการเปิดรับและวิเคราะห์เนื้อหาต่าง ๆ

การสรุปดังกล่าวข้างต้น เป็นการสรุปในแง่มุมมองกว้าง เป็นภาพรวมของสตรีทั้งหมด  
 ไม่ได้เฉพาะเจาะจงไปในแต่ละอาชีพ ซึ่งถ้าศึกษาเฉพาะชี้ชัดลงไปแล้ว อาจได้บทสรุปที่หลากหลาย  
 กันไป ตามลักษณะ เฉพาะ ของกลุ่มสตรีแต่ละกลุ่มก็เป็นได้

ในโครงการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งหวังที่จะ เห็นบทบาทของสื่อมวลชนที่ชี้ชัดเฉพาะ ไปใน  
 ส่วนของกลุ่มผู้หญิงกลุ่มเดียว เพื่อที่จะศึกษาได้ละเอียดในแง่มุมมองที่สาคัญให้ครบถ้วน และในที่นี้ก็คือ  
 กลุ่ม "นางสาวไทย" การที่ผู้หญิงกลุ่มนี้ได้รับความสนใจจากผู้วิจัย ก็เนื่องจากเหตุผลสำคัญ 3  
 ประการด้วยกันคือ

1. ตำแหน่งนางสาวไทย เป็นสถานภาพอย่างหนึ่งของสตรีที่สื่อมวลชนให้ความสนใจ  
 และนำเสนอเรื่องราวในแง่มุมมองต่าง ๆ พิจารณาได้จากข่าวประกาศตัดสินนางสาวไทยมักเป็นข่าว  
 หน้าหนึ่งเสมอ (วิยะดา ประสาทกิจ, 2532 : 33) การตัดสินประกวดนางสาวไทยได้รับการ  
 ถ่ายทอดทางโทรทัศน์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2509 ส่วนในยุคที่ยังไม่มีโทรทัศน์ ยังมีการถ่ายทอดเสียงทาง  
 สถานีวิทยุด้วย (เจิม ภูมิจิตร, สัมภาษณ์) การที่สื่อมวลชนสนใจนางสาวไทยเช่นนี้ แสดงว่าจะต้อง  
 มีอิทธิพลหรือความสัมพันธ์ต่อกัน โดยต่อเนื่องทุกยุคทุกสมัย ดังนั้นเราน่าจะศึกษาความสัมพันธ์ของ  
 สื่อมวลชนและนางสาวไทยโดยเฉพาะในส่วนบทบาทสื่อมวลชน และการสร้างภาพนางสาวไทย



2. ตำแหน่งนางสาวไทย เป็นสถานภาพที่มีชื่อเสียงคล้ายกับศิลปิน เช่น ดารา นักร้อง ต่างกันตรงที่นางสาวไทยสามารถครองตำแหน่งนี้ได้เพียง 1 ปี พ้นจากนั้น ถ้าไม่ประกอบอาชีพ ทางการบันเทิง ก็มักจะลดความเด่นดังลงไปมากที่สุด แต่ในช่วง 1 ปีนั้น นางสาวไทยผู้ครองตำแหน่งต้องเป็นตัวแทนประเทศไทยไปประกวดมิส ยูนิเวิร์ส เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศชาติ ถ้าพิจารณาอีกแง่ บทบาทส่วนหนึ่งของนางสาวไทย ก็คล้ายกับนักกีฬาที่จะต้องแข่งขันเพื่อช่วงชิงตำแหน่งให้ได้ดีที่สุด ในขณะที่เดียวกับนางสาวไทยก็เป็นตัวแทนสตรีไทย ทั้งในแง่ของความสวยงาม ความเป็นกุลสตรีที่สวยงามที่สุดในปีนั้น จะเห็นได้ว่านางสาวไทยต้องแสดง 3 บทบาทในเวลาเดียวกัน โดยเป็นบทบาทในลักษณะที่เป็นชุด (set of roles) ที่ถูกกำหนดขึ้นมาใหม่ภายหลังที่ได้รับตำแหน่งนางสาวไทยคือ

1. เป็นคนมีชื่อเสียงในสังคม เป็นคนของประชาชน
2. เป็นบุคคลที่ต้องก้าวเข้าไปสู่การแข่งขันและมุ่งหวังที่จะเป็นผู้ชนะ
3. เป็นตัวแทนกุลสตรีไทยของชาติ หรืออีกนัยหนึ่ง เป็นทูตวัฒนธรรมจากประเทศไทย

จากบทบาทดังกล่าวทั้ง 3 ประการ นางสาวไทยจะถูกนำเสนอผ่านทางสื่อมวลชน ในบทบาทใดบ้าง และสะท้อนออกมาเป็นภาพนางสาวไทยในลักษณะใด ทั้งที่เธอมีบทบาทถึง 3 ประการในเวลาเดียวกัน

3. การประกวดนางสาวไทย มีมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2477 จนมาถึงยุคปัจจุบัน คือ ปี 2533 ได้กระทำอย่างต่อเนื่องมาตลอด แม้จะมีการขาดหายไปตามสภาพบ้านเมืองก็ตาม สิ่งนี้เป็นสัญญาณที่ชวนให้คิดว่า การประกวดนางสาวไทยมีความสำคัญและมีภาพลักษณ์เช่นไรในสังคมไทย ถึงขนาดจะต้องมีการจัดประกวดมาจนปัจจุบัน

นอกจากนี้ จากการเข้าไปตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นในเรื่องการสร้างภาพนางสาวไทย โดยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เกี่ยวข้อง และจากการศึกษาเอกสารสิ่งพิมพ์ พบว่า การสร้างภาพนางสาวไทยในทิศทางต่าง ๆ ทั้งในแง่ดีและไม่ดี มิได้หมายถึงเฉพาะผู้ที่ เป็น "นางสาวไทย" เท่านั้น แต่รวมไปถึง "การประกวดนางสาวไทย" ทั้งกระบวนการ คือ ผู้สมัครเข้าประกวด กรรมการตัดสิน กิจกรรมต่าง ๆ ในการประกวด ฯลฯ ซึ่งเมื่อกล่าวถึง "นางสาวไทย" โดย

ไม่เฉพาะเจาะจงว่าปีใด ภาพลักษณ์ที่ออกมาจะเป็นภาพรวมทั้งหมดนั่นเอง ส่วนภาพลักษณ์ของนางสาวไทยแต่ละคน จะเป็นลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งแต่ละคนจะมีเอกลักษณ์ของตนเอง ดังนั้นภาพลักษณ์ของนางสาวไทยในการวิจัยครั้งนี้ มีความหมายรวมถึงนางสาวไทยทุกคนและการประกวดทั้งกระบวนการด้วย

ในด้านของสื่อมวลชน มีบทบาทที่สำคัญต่อการสร้างภาพนางสาวไทย มีแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่กล่าวถึงบทบาทของสื่อมวลชนในการสร้างภาพไว้มากมายยกตัวอย่าง เช่น ชรามน์ ได้กล่าวถึงบทบาทหนึ่งของสื่อมวลชน คือ สื่อมวลชนสามารถสร้างสภาพภาพได้ (Schramm, 1964 : 248) กล่าวคือ สื่อมวลชนสามารถช่วยเสริมสร้างชื่อเสียงให้แก่บุคคล โดยการรับรอง หรือสรรเสริญผ่านสื่อต่าง ๆ สำหรับแนวคิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ จะนำเสนอในส่วนต่อไป ในการศึกษาถึงบทบาทของสื่อมวลชนต่อการสร้างสภาพคนในสังคม มีการกล่าวถึงเป็นจำนวนมาก และถ้าพิจารณาจากงานวิจัยของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาสื่อสารมวลชน ยังไม่มีใครสนใจบทบาทดังกล่าวอย่างจริงจัง ผู้ที่วิจัยจึงหวังให้งานชิ้นนี้เป็นการศึกษาถึงบทบาทของสื่อมวลชนในแง่มุมดังกล่าว ซึ่งแตกต่างออกไปจากแง่มุมอื่นที่เคยศึกษากัน เช่น บทบาทในการให้ข่าวสารใหม่ข่าวสาร หรือการรณรงค์ ซึ่งมีการศึกษาวิเคราะห์กันเป็นจำนวนมาก

ปรากฏการณ์บางอย่างในสังคม แสดงให้เห็นถึงบทบาทในการสร้างภาพบุคคล ของสื่อมวลชน เช่น การให้สัมภาษณ์แก่บุคคลในวงการเมือง หรือวงการกีฬา เช่น รัฐมนตรีเข้มแข็ง รัฐมนตรีคู่มา รัฐมนตรีปล้น บุลิตถิลมโษย น้าชาติมาดนักชิ่ง ไอ้หนุ่มที่ศจรชัย (ตอง คิษย์ล้อย) สมญาเหล่านี้ นับเป็นภัยร้ายส่วนหนึ่งจากสื่อมวลชน ที่มีส่วนในการสร้างภาพลักษณ์แก่เจ้าของสมญา ซึ่งมีทั้งทางดีและไม่ดี ปรากฏการณ์ดังกล่าวได้สะท้อนให้เราตระหนักว่า สื่อมวลชนโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ มีอิทธิพลในการสร้างภาพบุคคลอย่างแน่นอน ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้เขียนได้ทราบดีแล้วถึงบทบาทของสื่อมวลชนในการสร้างภาพบุคคลดังกล่าว สิ่งที่จะต้องค้นคว้าวิจัยต่อไปนี้ เป็นการวิเคราะห์ว่า สื่อมวลชนเท่านั้นหรือที่มีอิทธิพลในการสร้างภาพบุคคล และเฉพาะตัวสื่อมวลชนเองนั้น มีวิธีการสร้างภาพบุคคล (ซึ่งในที่นี้ได้แก่ นางสาวไทย) อย่างไรบ้าง



การประกวดนางสาวไทย พ.ศ.2477-2531 (รวบรวมจากวิทยานิพนธ์ของ  
สุพัตรา กอบกิจสุขสกุล)

การประกวดนางสาวไทย เริ่มมีมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2477 เนื่องในงานฉลองรัฐธรรมนูญ เพื่อส่งเสริมการเผยแพร่การปกครองระบอบประชาธิปไตย ด้วยการคัดเลือกสาวงามมาเป็นศรีสง่าแก่รัฐธรรมนูญ โดยเริ่มแรกใช้ชื่อประกวดว่า "นางสาวสยาม" แล้วมาเปลี่ยนชื่อ "นางสาวไทย" ตามประกาศรัฐนิคมฉบับที่ 1 พ.ศ.2482 ซึ่งนับว่าการประกวดนางสาวไทยเป็นกิจกรรมการประกวดความงามที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศไทย ที่มีการดำเนินสืบต่อเนื่องกันมาจนในยุคนปัจจุบัน แม้ในบางช่วงจะขาดหายไป เพราะเหตุผลทางสภาพบ้านเมืองหรือเศรษฐกิจก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงผู้จัดประกวดและเป้าหมายของการจัดประกวด เราสามารถแบ่งช่วงเวลาการประกวดได้เป็น 4 ยุคด้วยกัน โดยพิจารณาแบ่งตามความต่อเนื่องในการจัดแต่ละปี และสภาพการณ์บ้านเมืองในขณะนั้น ได้ดังนี้

1. ยุคเริ่มแรก พ.ศ.2477-2482 : เริ่มเพราะฉลองรัฐธรรมนูญและสิ้นสุดลง เพราะสงครามโลกครั้งที่ 2 (รวมนางสาวไทย 7 คน)
2. ยุคหลังสงคราม พ.ศ.2491-2497 : เริ่มเพราะรับขวัญสร้างความบันเทิงให้ประชาชนและสิ้นสุดลงเพราะเตรียมการเลือกตั้งปี 2500 และมีการคัดค้านการประกวดในชนชั้นเก่า (รวมนางสาวไทย 6 คน)
3. ยุคฟื้นฟูนางงาม พ.ศ.2507-2515 : เริ่มจากสมาคมศิษย์เก่าวชิรราวุธ นำเข้ามาจึงมีคนเข้ารับ เพราะต้องการตัวแทนไปต่างประเทศและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับอเมริกา และสิ้นสุดลงเพราะเดินขบวน 14 ตุลาคม 2516 (รวมนางสาวไทย 8 คน)
4. ยุคเสริมสร้างนางสาวไทย 2527-2531 : เริ่มเพราะสถานการณ์การเมืองคลี่คลาย สมาคมวชิรราวุธอ้างเหตุผลส่งเสริมการท่องเที่ยวและเหตุผลแฝงที่ชัดเจน คือ ส่งเสริมธุรกิจในประเทศ (รวมนางสาวไทย 5 คน)

การประกวดนางสาวไทยทั้ง 4 ยุค จะเริ่มต้นและพบจุดจบด้วยเหตุผลทางสังคมและการเมืองทั้งสิ้น ดังนั้น ภาพของนางสาวไทยในยุคสมัยต่าง ๆ ก็จะมีสะท้อนลักษณะอะไรบางอย่างออกมา และนำไปสู่เป้าหมายที่แท้จริงของผู้จัดประกวด

ในสองยุคแรกนั้น ทางรัฐบาลเป็นผู้จัดโดยเต็มที่ ส่วนในยุคที่ 3 และ 4 สมาคมวชิราวุธเข้ามาจัดโดยมีบริษัทเอกชนเข้าร่วม และบริษัทเอกชนเริ่มมีบทบาทเด่นชัดมากในยุคที่ 4

อย่างไรก็ตาม แม้จะได้ทำการแบ่งแยกออกเป็น 4 ยุค โดยรวมแล้ว แต่การวิเคราะห์ในวิทยานิพนธ์จะศึกษาเฉพาะในยุคที่ 3 และ 4 คือ ตั้งแต่ยุคอาภัสรา มาถึงภรณ์ทิพย์ เนื่องจาก

1. เป็นช่วงที่นางสาวไทยได้รับตำแหน่งนางงามจักรวาลครั้งแรก และครั้งที่ 2 ซึ่งห่างกันถึง 24 ปี
2. บทบาทของสื่อมวลชนเริ่มชัดเจนมากขึ้น และสามารถเก็บข้อมูลเอกสารและสัมภาษณ์บุคคลในยุคนั้นได้ครบถ้วนกว่า
3. องค์กรผู้จัดประกวด (สมาคมวชิราวุธ) ยังมีอยู่จึงสามารถเก็บข้อมูลได้

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อทราบบทบาทของสื่อมวลชนในการสร้างภาพนางสาวไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2507-2531 ในรายละเอียดดังนี้

1. บัณฑิตต่าง ๆ ที่มีบทบาทในการสร้างภาพนางสาวไทย
2. ผลของบัณฑิตต่าง ๆ ที่มีต่อภาพนางสาวไทย
3. วิธีการและเนื้อหาของสื่อมวลชนในการสร้างภาพนางสาวไทย



### ขอบเขตของการวิจัย

1. ในการวิจัยครั้งนี้ ท้าการศึกษาถึง บทบาทสื่อมวลชน ซึ่งในที่นี้ได้ใช้ "หนังสือพิมพ์" เป็นตัวแทนของสื่อมวลชน โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเป็นส่วนใหญ่ (อาจใช้หนังสือพิมพ์อื่นบางฉบับทดแทน ในกรณีที่ไทยรัฐฉบับนั้นเลิกขาดหายไป) เนื่องจากหนังสือพิมพ์มีบทบาทต่อการนำเสนอข่าวสารอย่างชัดเจน หลากหลาย และต่อเนื่องมากที่สุด ในบรรดาสื่อมวลชนทั้งหมด ซึ่งหนังสือพิมพ์ไทยรัฐจัดว่ามีผู้อ่านมากที่สุดในประเทศด้วย
2. ช่วงเวลาของปรากฏการณ์การสร้างภาพนางสาวไทยโดยสื่อมวลชน กำหนดระยะเวลาปีตั้งแต่ 2507-2531 เท่านั้น เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ยังสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้สะดวก และสมบูรณ์มาก และผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารหนังสือพิมพ์ฉบับที่มีในช่วงสองเดือนก่อน และหลังการประกวดนางสาวไทยในแต่ละปีที่ทำการศึกษา ซึ่งเป็นช่วงที่นำเสนอข่าวนางสาวไทย ทั้งก่อนประกวด ระหว่างการตัดสิน และช่วงครึ่งตามหนึ่งระยะเริ่มแรก
3. ข้อมูลส่วนที่ได้มาจากการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ เป็นเรื่องของทัศนคติต่อนางสาวไทยและสื่อมวลชน รวมทั้งปรากฏการณ์เรื่องดังกล่าวที่เขาได้รับรู้หรือมีประสบการณ์โดยตรง

### ข้อสันนิษฐานเบื้องต้น

1. สื่อมวลชนมีบทบาทในการสร้างภาพนางสาวไทยให้มีภาพลักษณ์ต่าง ๆ
2. ภาพลักษณ์ของนางสาวไทยที่ถูกสร้างโดยสื่อมวลชน โดยมากมักมีลักษณะเป็น "คนมีชื่อเสียง" (Big Name)

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ก่อให้เกิดความเข้าใจถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีบทบาทในการสร้างภาพนางสาวไทย
2. ทำให้เกิดมุมมองภาพลักษณ์ของนางสาวไทยที่สะท้อนทางสื่อมวลชน

3. เพื่อเป็นการเรียนรู้เทคนิควิธีการสร้างภาพนางสาวไทยของสื่อมวลชน
4. เพื่อนำไปใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิเคราะห์ด้านสตรีศึกษาต่อไปในอนาคต



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย