

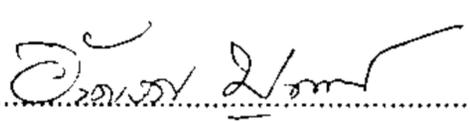
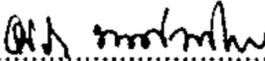
พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

อังครศ มุญทองล้วน : กระบวนการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของผู้หญิง
ในสังคมไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีการประกวดนางสาวไทย (PROCESS OF CHANGES OF
WOMEN'S BODY IMAGE OF BEAUTY IN THE THAI SOCIETY : A CASE STUDY OF
MISS THAILAND CONTESTS) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร. อมรา พงศาพิชญ์, 123 หน้า.
ISBN 974-636-714-5.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ความงามทางสรีระ
ของผู้หญิงในสังคมไทย อิทธิพลของการประกวดนางสาวไทยที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ความ
งามทางสรีระของผู้หญิงในสังคมไทย และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ความงามของผู้
หญิงในสังคมไทย โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกวดนางสาวไทย ได้แก่ คณะกรรมการตัดสิน
การประกวด ผู้ส่งนางงามเข้าประกวด และนางสาวไทย นอกจากนี้ยังเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร
บทความ งานวิจัย และสิ่งพิมพ์ อื่น ๆ

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และวิเคราะห์เอกสาร พบว่าภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของ
ผู้หญิงในสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยของการประกวดนางสาวไทย ตามนโยบายประกวด
นางงามเพื่อความบันเทิงในงานวันฉลองรัฐธรรมนูญในยุคแรก (ปี 2477-2497) ความงามทางสรีระของ
นางสาวไทยยุคที่ 2 (ปี 2507-2515) เปลี่ยนแปลงไปตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่มีการติดต่อ
ทางการค้ากับต่างประเทศ ความงามทางสรีระของนางสาวไทยยุคหลัง (ปี 2527-2537) มีการเปลี่ยน
แปลงไปตามการเติบโตทางธุรกิจที่มุ่งเน้นให้นางสาวไทยมีความงามที่ได้มาตรฐานอย่างสากล ปัจจัยที่ทำให้
เกิดการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของผู้หญิงในสังคมไทย มี 2 ส่วน คือ (1) ปัจจัย
เกี่ยวกับมาตรฐานความงามในการประกวดนางสาวไทย ซึ่งประกอบด้วย มาตรฐานความงามในการ
ประกวดนางสาวไทยในอดีตและปัจจุบัน การถ่ายทอดกิจกรรมการประกวดนางสาวไทยและการขยายตัว
ของการประกวดนางงามไปสู่ภูมิภาค (2) ปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับการประกวดนางสาวไทยโดยตรง ทั้งนี้
พบว่า มาตรฐานความงามของสังคม ประกอบด้วย การกำหนดมาตรฐานความงามโดยบุคคลที่เกี่ยวข้องกับ
การประกวดนางสาวไทย กลุ่มของบุคคลทั่วไป กลุ่มที่กำหนดมาตรฐานการคัดเลือกเสื้อผ้า และปัจจัยอื่น ๆ
ได้แก่ การโฆษณาสินค้าทางสื่อมวลชน ผลกระทบที่เกิดขึ้นทำให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจที่ใช้ความงาม
ทางเรือนร่างของผู้หญิงเป็นจุดขายสินค้า ผู้หญิงถูกปลูกฝังเรื่องความงามในเชิงอุดมคติที่ว่าผู้หญิงที่สวยงาม
มีส่วนความมาตรฐานและสามารถเปิดเผยสรีระของตนเองได้ สิ่งเหล่านี้ทำให้สังคมเกิดการเปลี่ยนแปลง
ความคิด เรื่องคุณค่าความงามของผู้หญิงในระยะยาวได้

ภาควิชา สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา
สาขาวิชา สังคมวิทยา
ปีการศึกษา 2539

ลายมือชื่อนิสิต 
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม