

อาภรณ์แห่งอัตลักษณ์: การสื่อสารวัฒนธรรมภาคกลางผ่านชุดชาติพันธุ์ของ ผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026*

ADORNMENT OF IDENTITY: THE COMMUNICATION OF CENTRAL THAI CULTURAL IDENTITY THROUGH THE ETHNIC COSTUMES OF MISS GRAND THAILAND 2026 CONTESTANTS

วรพงษ์ ปลอดมุสิก*, ยุทธนา บุญอาชาทอง

Worapong Plodmusik*, Yuttana Boonarchatong

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: Worapong.plo@dpu.ac.th

*Tel: 091-599-9266

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะการแต่งกายที่ใช้สื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 รอบชุดชาติพันธุ์ภาคกลาง และ 2) วิเคราะห์ความหมายเชิงสัญลักษณ์และรูปแบบการนำเสนอความเป็นชาติพันธุ์ผ่านการประกวดนางงามในฐานะกระบวนการสื่อสารวัฒนธรรมร่วมสมัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้กระบวนการวิเคราะห์เนื้อหาจากเทปบันทึกภาพการประกวด ภาพถ่าย และบทบรรยายชุดโดยกำหนดหน่วยวิเคราะห์เป็น “ชุดชาติพันธุ์ภาคกลาง” ที่ผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 สวมใส่ในการประกวดรอบมิสแกรนด์ขวัญใจเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวนทั้งสิ้น 77 จังหวัด/คน ผลการศึกษาพบว่าลักษณะการแต่งกายของผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 รอบชุดชาติพันธุ์ภาคกลาง มีได้ทำหน้าที่เพียงเป็นเครื่องแต่งกายเพื่อความสวยงาม หากแต่เป็นสื่อทางวัฒนธรรมที่ใช้สื่อสารอัตลักษณ์ภาคกลางผ่านมิติของความศรัทธา ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ วิถีชีวิต และมรดกศิลปวัฒนธรรม อันสะท้อนการประกอบสร้างภาพแทนความเป็นภาคกลางในบริบทการสื่อสารร่วมสมัยได้อย่างชัดเจน ในขณะที่ การประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ทำหน้าที่เป็นพื้นที่ในการสื่อสารวัฒนธรรมร่วมสมัยที่นำทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาผลิตซ้ำ ตีความ และสร้างความหมายใหม่ผ่านกระบวนการประกวด การแสดง และการสื่อสารสาธารณะ ส่งผลให้วัฒนธรรมท้องถิ่นสามารถถูกมองเห็น จดจำ และเผยแพร่สู่สังคมในวงกว้างได้มากขึ้น สามารถเชื่อมโยงทุนทางวัฒนธรรมเข้ากับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดคุณค่าทั้งในมิติทางวัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พร้อมทั้งสนับสนุนการดำรงรักษาและต่อยอดอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้สามารถดำรงอยู่และสื่อสารได้อย่างเหมาะสมในบริบทของสังคมร่วมสมัย

คำสำคัญ: อาภรณ์แห่งอัตลักษณ์, การสื่อสารวัฒนธรรม, ชุดชาติพันธุ์, มิสแกรนด์ไทยแลนด์, สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม

Abstract

This study aimed to: 1) Examine the characteristics of costumes used to communicate the cultural identity of contestants in the Central Ethnic Costume Competition of Miss Grand Thailand 2026, and 2) Analyze the semiotic meanings and forms of ethnic representation presented through beauty pageants as a process of contemporary cultural communication. Employing a qualitative research approach, the study utilized content analysis of video recordings of the competition, photographic documentation, and official costume descriptions. The unit of analysis comprised the Central Ethnic Costumes worn by contestants representing all 77 provinces during the Miss Grand Khwanjai Pattaya competition held in Pattaya, Chonburi Province. The findings reveal that the costumes presented in the Central Ethnic Costume Competition of Miss Grand Thailand 2026 function not merely as aesthetic attire but as cultural media that communicate the identity of Thailand's Central Region through dimensions of faith and belief systems, ethnic diversity, traditional ways of life, and artistic and cultural heritage. These elements collectively construct and represent the image of Central Thai identity within the context of contemporary cultural communication. Furthermore, Miss Grand Thailand serves as a contemporary platform for cultural communication by reproducing, reinterpreting, and reconstructing local cultural capital through the processes of pageantry, performance, and public communication. This enables local cultures to become more visible, memorable, and widely disseminated to broader audiences. The pageant also demonstrates the capacity to integrate cultural capital with the creative industries, thereby generating value across cultural, social, and creative economic dimensions. In addition, it contributes to the preservation, revitalization, and sustainable development of local identities, allowing them to remain relevant and effectively communicated within the context of contemporary society.

Keywords: Adornment of Identity, Cultural Communication, Ethnic Costume, Miss Grand Thailand, Cultural Signifier

บทนำ

การประกวดนางงามในประเทศไทยถือเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีพัฒนาการอย่างต่อเนื่องมายาวนานกว่า 92 ปี โดยเริ่มต้นในชื่อ “นางสาวสยาม” ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงมหาดไทย ซึ่งสะท้อนบทบาทของรัฐในการส่งเสริมภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของสตรีในสังคมไทยยุคสมัยนั้น ภายหลังการเปลี่ยนแปลงชื่อประเทศจากสยามเป็นไทย ใน พ.ศ. 2482 การประกวดจึงได้รับการเปลี่ยนชื่อเป็น “นางสาวไทย” ต่อมาเอกชนเริ่มเข้ามามีบทบาทในการจัดการประกวดแทน ผนวกกับยุคสมัยที่แปรเปลี่ยนไป ในแวดวงนางงามได้ก่อกำเนิดเวทีการประกวดครั้งใหม่ ๆ ขึ้นมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ (Miss Grand Thailand) การประกวดมิสซูปราเนชันแนลไทยแลนด์ (Miss Supranational Thailand) การประกวดมิสอินเตอร์เนชันแนล

ไทยแลนด์ (Miss International Thailand) และการประกวดมิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ (Miss Universe Thailand) (ธัญญารัตน์ ไพลดำ, 2566) ว่าการประกวดนางงามในสังคมร่วมสมัยได้ทำหน้าที่เพียงเป็นเวทีนำเสนอความงามทางกายภาพ หากยังเป็นพื้นที่ซึ่งวัฒนธรรมที่เปิดโอกาสให้เกิดการประกอบสร้างความหมาย การผลิตซ้ำอัตลักษณ์ และการสื่อสารเรื่องราวของท้องถิ่นผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ บนเรือนร่างของผู้เข้าประกวด โดยเฉพาะ “ชุดชาติพันธุ์” ซึ่งเป็นเอกลักษณ์สำคัญของการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ที่สังคมให้ความสนใจ การประกวดกลายเป็นการสื่อสารสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างแฟชั่น การแสดง สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม และการสร้างภาพแทนความเป็นไทยในบริบทสื่อร่วมสมัย (วรพงษ์ ปลอดมุสิก, 2568) ทว่าในบริบทของการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 รอบชุดชาติพันธุ์ ภาคกลาง ชุดของผู้เข้าประกวดแต่ละจังหวัดมิได้เป็นเพียงเครื่องแต่งกายเพื่อความสวยงาม หากแต่ทำหน้าที่เป็นสื่อทางวัฒนธรรมที่บรรจุความหมายเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ความเชื่อ ตำนาน วิถีชีวิตชาติพันธุ์ ศิลปะพื้นบ้าน ประเพณี และศาสนพิธีของชุมชนภาคกลางไว้ในรูปแบบที่จับต้องได้และมองเห็นได้อย่างชัดเจน

สำหรับการประกวดรอบชุดชาติพันธุ์ภาคกลาง “The Civilization of Central Siam” บนเวทีมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 สะท้อนบทบาทของเวทีนางงามในฐานะพื้นที่สื่อสารอัตลักษณ์และทุนทางวัฒนธรรมไทยผ่านการออกแบบชุดร่วมสมัย (ผู้จัดการออนไลน์, 2569) โดยผู้เข้าประกวดทั้ง 77 จังหวัดได้นำเสนอเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านชุดชาติพันธุ์อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งก่อให้เกิดความตื่นตาตื่นใจ และการรับรู้ต่อวัฒนธรรมไทยในวงกว้าง (กระปุกดอทคอม, 2569) ทั้งนี้ มิสแกรนด์นครพนมยังได้รับรางวัลชุดชาติพันธุ์ยอดเยี่ยมจากชุด “เกียรติศักดิ์แห่งทุ่งบางพระ” ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากประเพณีวิ่งควายไทย อันสะท้อนให้เห็นถึงการนำอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาถ่ายทอดผ่านแฟชั่นและการแสดงบนเวทีนางงามในฐานะพื้นที่ทางวัฒนธรรมร่วมสมัยได้อย่างโดดเด่น (Line Today, 2026)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่เกี่ยวกับการประกวดนางงามและการออกแบบเครื่องแต่งกายยังมุ่งศึกษาในมิติของอัตลักษณ์ท้องถิ่น การออกแบบเชิงศิลปวัฒนธรรม และการสะท้อนภูมิปัญญาพื้นถิ่นเป็นสำคัญ โดยมีการศึกษาการออกแบบเครื่องแต่งกายนางงามของจังหวัดระนอง มุ่งวิเคราะห์อัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านกระบวนการออกแบบเครื่องแต่งกาย (ศานตมล ปันนัย และสุธิรา ชัยรักษา เงินถาวร, 2568) การศึกษาการสื่อสารอัตลักษณ์ภาคใต้ผ่านชุดของผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2025 ซึ่งสะท้อนความเชื่อ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และทุนทางวัฒนธรรมของภาคใต้ (วรพงษ์ ปลอดมุสิก, 2568) รวมถึงการศึกษาการสร้างภาพแทนทางวัฒนธรรมผ่านชุดประจำชาติจินบนเวทีมิสยูนิเวิร์ส ซึ่งชี้ให้เห็นถึงบทบาทของเครื่องแต่งกายในฐานะสื่อกลางในการนำเสนอวัฒนธรรมสู่เวทีระดับนานาชาติ (ณัฐชนนีนัฐ นิจรมย์ และจตุวิทย์ แก้วสุวรรณ, 2567) นอกจากนี้ยังมีการศึกษาในมิติของการออกแบบผ้าไหมแพรวาในฐานะการสืบทอดและสื่อสารคุณค่าภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านงานหัตถกรรมพื้นบ้าน (ฐิตีวรรณ โพนะทา และคณะ, 2566) แม้งานวิจัยที่กล่าวมาทั้งหมดจะสะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบเครื่องแต่งกายกับการสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม แต่ยังพบช่องว่างทางการวิจัยในหลายประเด็นสำคัญ กล่าวคือ งานศึกษาส่วนใหญ่ยังมุ่งวิเคราะห์เฉพาะอัตลักษณ์ในระดับพื้นที่หรือภูมิภาคใดภูมิภาคหนึ่ง โดยเฉพาะภาคใต้หรือวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม ขณะที่วัฒนธรรมภาคกลาง ซึ่งมีลักษณะเป็นพื้นที่พหุวัฒนธรรมและเป็นศูนย์กลางของการผสมผสานชาติพันธุ์ ความเชื่อ และประวัติศาสตร์ทางสังคมกลับยังไม่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นระบบในบริบทของการประกวดนางงามร่วมสมัย

นอกจากนี้ งานวิจัยที่ผ่านมาให้ความสำคัญกับมิติด้านการออกแบบ ความงาม หรือการอนุรักษ์วัฒนธรรมเป็นหลัก แต่ยังขาดการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารวัฒนธรรมผ่านชุดชาติพันธุ์ในฐานะพื้นที่การสร้างภาพแทน และการผลิตความหมายทางวัฒนธรรมในยุคสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะการที่เวทีการประกวดนางงามร่วมสมัยทำหน้าที่เป็นพื้นที่สื่อสารอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ ความเชื่อ ตำนาน และเรื่องเล่าทางจิตวิญญาณ เพื่อสร้างการจดจำ และการรับรู้ทางวัฒนธรรมต่อสาธารณะ ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงมีความสำคัญในการเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการดังกล่าว โดยมุ่งศึกษาว่าชุดชาติพันธุ์ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร สร้างภาพแทน และตีความวัฒนธรรมภาคกลางอย่างไร ภายใต้บริบทของสื่อร่วมสมัย อันจะนำไปสู่ความเข้าใจใหม่เกี่ยวกับบทบาทของเวทีนางงามในฐานะพื้นที่สื่อสารวัฒนธรรม พื้นที่การต่อรองอัตลักษณ์ และพื้นที่การทำให้ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ของภาคกลางถูกมองเห็นในระดับประเทศอย่างเด่นชัด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะการแต่งกายที่ใช้สื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 รอบชุดชาติพันธุ์ภาคกลาง
2. เพื่อวิเคราะห์ความหมายเชิงสัญลักษณ์และรูปแบบการนำเสนอความเป็นชาติพันธุ์ผ่านการประกวดนางงามในฐานะกระบวนการสื่อสารวัฒนธรรมร่วมสมัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยกระบวนการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากชุดชาติพันธุ์ภาคกลาง (The Civilization of Central Siam) ที่ผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 ทั้ง 77 จังหวัด/คนสวมใส่ในการประกวดรอบมิสแกรนด์ขวัญใจเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2569 ซึ่งเป็นหนึ่งในกิจกรรมการเก็บตัวผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 โดยมีวิธีการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกวดชุดนางงามและกิจกรรมการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์
2. วิเคราะห์ชุดผู้เข้าประกวดชุดชาติพันธุ์ภาคกลางจากเทปบันทึกภาพการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 รอบขวัญใจเมืองพัทยา ที่จังหวัดชลบุรี ในวันที่ 16 มีนาคม 2569 จากช่องยูทูป Grand TV ผ่านลิงก์ <https://www.youtube.com/watch?v=vC2Q04pAnKM> (สืบค้นเมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2569)
3. นำกรอบแนวคิดที่ได้ทบทวนวรรณกรรม ซึ่งประกอบด้วย แนวคิดการสื่อสารวัฒนธรรม แนวคิดสัญลักษณ์วิทยา แนวคิดการสร้างภาพแทน แนวคิดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และแนวคิดการแสดงทางวัฒนธรรม มาวิเคราะห์ชุดผู้เข้าประกวดรอบชุดชาติพันธุ์ภาคกลางทั้ง 77 จังหวัด/คน โดยจัดระบบข้อมูลผ่านการใช้ตาราง Coding Sheet ซึ่งเป็นตารางที่ใช้ในการบันทึก รวบรวม และจัดระเบียบข้อมูลที่ผู้วิจัยถอดรหัส (Coding) ออกมาจากข้อมูลต้นฉบับ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยนำแบบวิเคราะห์เนื้อหาไปตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) กับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของหลักเกณฑ์ความชัดเจน และความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การศึกษา



4. นำผลมาวิเคราะห์เนื้อหาตามกระบวนการมาจัดกลุ่มหาประเด็นที่มีความคล้ายคลึงกันหรือแตกต่างกัน จากนั้นสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยใช้รูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analytics) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Methodological Triangulation) ตามแนวคิดของ Denzin, N. ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การดำเนินการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) ผ่านการเปรียบเทียบข้อมูลจากบทบรรยายชุดชาติพันธุ์ ภาพถ่ายจากการประกวด เอกสารทางวิชาการ และข้อมูลจากแหล่งข้อมูลสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ (Denzin, N., 1978) นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการ ผสมผสานการวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์สัญลักษณ์และวิเคราะห์ภาพเพื่อเปรียบเทียบผลการตีความจากมุมมองที่แตกต่างกัน รวมทั้งใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) ผ่านการประยุกต์ใช้แนวคิดสัญลักษณ์วิทยา แนวคิดการสร้างภาพแทน และแนวคิดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในการอธิบายข้อมูล เพื่อยืนยันความถูกต้องและเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาลักษณะการแต่งกายที่ใช้สื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 รอบชุดชาติพันธุ์ภาคกลาง

ภายใต้แนวคิดที่สะท้อนว่าเครื่องแต่งกายมิได้ทำหน้าที่เพียงเป็นสิ่งปกปิดร่างกายหรือองค์ประกอบด้านความงามเท่านั้น หากแต่เป็นสื่อทางวัฒนธรรมที่สามารถสื่อสารความหมาย อัตลักษณ์ และคุณค่าทางสังคมของชุมชนผ่านสัญลักษณ์และการออกแบบชุดอย่างมีนัยสำคัญ การศึกษาชุดชาติพันธุ์ภาคกลางของผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 จึงมุ่งวิเคราะห์ว่า ผู้เข้าประกวดแต่ละจังหวัดเลือกใช้ทุนทางวัฒนธรรมประเภทใดในการประกอบสร้างและสื่อสารภาพแทนของท้องถิ่นสู่สาธารณะ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลชุดชาติพันธุ์ภาคกลางของผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 จำนวน 77 จังหวัด/คน พบว่า การแต่งกายถูกใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมผ่านการคัดเลือก ตีความ และประยุกต์ใช้องค์ประกอบทางวัฒนธรรมในรูปแบบที่สอดคล้องกับบริบทของการประกวดนางงามร่วมสมัย โดยผู้สร้างสรรค์ชุดได้นำเรื่องเล่า ความเชื่อ วิถีชีวิต ชาติพันธุ์ พหุวัฒนธรรม วิถีเกษตรกรรม ศิลปะการแสดง และมรดกพื้นบ้านมาสื่อสารผ่านการสร้างสรรค์และออกแบบเครื่องแต่งกาย ส่งผลให้ชุดประกวดทำหน้าที่เป็นพื้นที่ของการสร้างความหมายทางวัฒนธรรมและการประกอบสร้างภาพแทนของภาคกลางในมิติที่หลากหลาย ทั้งนี้สามารถสรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลชุดชาติพันธุ์ภาคกลางของผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026

ที่	มิติการนำเสนอ	จำนวน (ชุด)	คิดเป็นร้อยละ (%)
1	ความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์	26	33.77
2	ชาติพันธุ์และพหุวัฒนธรรม	20	25.97
3	วิถีเกษตรกรรมและสายน้ำ	19	24.68
4	ศิลปะการแสดงและมรดกพื้นบ้าน	12	15.58
รวม		77	100

จากตารางที่ 1 สามารถอธิบายผลการศึกษา ได้ดังนี้

มิติที่โดดเด่นที่สุด คือ ชุดที่นำเสนอด้านความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ จำนวน 26 จังหวัด/คน ประกอบด้วย จังหวัดชลบุรี ชัยนาท ชัยภูมิ เชียงใหม่ นครนายก นครปฐม นครราชสีมา บุรีรัมย์ พัง พัทลุง พิษณุโลก เพชรบุรี ภูเก็ต มุกดาหาร แม่ฮ่องสอน ร้อยเอ็ด ระนอง ลพบุรี สมุทรสาคร สระบุรี ศรีสะเกษ ตราด เพชรบูรณ์ ลำพูน หนองบัวลำภู และอุทัยธานี คิดเป็นร้อยละ 33.77 สะท้อนว่าการสื่อสารอัตลักษณ์ภาคกลางถูกเล่าเรื่องผ่าน ศรัทธา เทพ ตำนาน และพิธีกรรมมากที่สุด

มิติที่รองลงมา คือ ชุดที่นำเสนอชาติพันธุ์และพหุวัฒนธรรม จำนวน 20 จังหวัด/คน ประกอบด้วย จังหวัด จันทบุรี ชุมพร ฉะเชิงเทรา นครศรีธรรมราช นครสวรรค์ นนทบุรี บึงกาฬ ปัตตานี พะเยาแพร่ มหาสารคาม ยะลา ยโสธร ราชบุรี สิงห์บุรี สุโขทัย สุพรรณบุรี สระแก้ว สกลนคร และอ่างทอง คิดเป็นร้อยละ 25.97 แสดงถึงการเป็นพื้นที่ หลอมรวมวัฒนธรรม เช่น มอญ จีน อินเดีย ลาว เป็นต้น

ในขณะที่ชุดที่นำเสนอด้านวิถีเกษตรกรรมและสายน้ำ มีจำนวน 19 จังหวัด/คน ซึ่งประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร เชียงราย ประจวบคีรีขันธ์ ปราจีนบุรี เลย สมุทรปราการ นราธิวาส นครพนม หนองคาย พระนครศรีอยุธยา ระยอง สมุทรสงคราม ขอนแก่น น่าน ลำปาง กาฬสินธุ์ อำนาจเจริญ ตาก และสตูล คิดเป็นร้อยละ 24.68 ซึ่งแสดงถึง สอดคล้องกับภาพจำของกลุ่มน้ำเจ้าพระยาที่เป็นดังแหล่งอารยธรรมของภาคกลาง

อย่างไรก็ตาม ในมิติที่น้อยที่สุด คือ ชุดที่นำเสนอในมิติของศิลปะการแสดงและมหรสพ จำนวน 12 จังหวัด/คน ประกอบด้วย จังหวัดกระบี่ กาญจนบุรี กำแพงเพชร ตรัง พิจิตร สุราษฎร์ธานี สุรินทร์ น่าน ชลบุรี กาญจนบุรี ปทุมธานี และสงขลา คิดเป็นร้อยละ 15.58 ถึงแม้ในมิตินี้จะเป็นอำนาจละมุนที่สำคัญ แต่ทว่าถูกใช้เป็นองค์ประกอบน้อยที่สุด ในการนำเสนอผ่านชุดผู้เข้าประกวด

ผลการวิเคราะห์สะท้อนให้เห็นว่า เครื่องแต่งกายถูกใช้เป็นสื่อทางวัฒนธรรมในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ ภาคกลางผ่านการเลือกใช้สัญลักษณ์ เรื่องเล่า และองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย โดยชุดส่วนใหญ่ มุ่งนำเสนอความศรัทธา ตำนาน เทพเจ้า สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และพิธีกรรม ซึ่งเป็นมิติที่มีพลังในการสร้างความโดดเด่น และการจดจำบนเวทีการประกวด ขณะเดียวกันยังปรากฏการสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านความหลากหลายทางชาติพันธุ์ อาทิ มอญ จีน ลาว อินเดีย และกลุ่มชาติพันธุ์ท้องถิ่น สะท้อนบทบาทของภาคกลางในฐานะพื้นที่แห่งการแลกเปลี่ยน และหลอมรวมวัฒนธรรม นอกจากนี้ ยังพบการนำเสนออัตลักษณ์ผ่านวิถีชีวิตลุ่มน้ำ วิถีเกษตรกรรม และความสัมพันธ์ ระหว่างผู้คนกับธรรมชาติ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของอารยธรรมภาคกลาง ตลอดจนการนำทุนทางวัฒนธรรมด้าน ศิลปะการแสดงและมหรสพพื้นบ้านมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกาย เพื่อเพิ่มความงามและมีติ การสื่อสารทางวัฒนธรรม โดยสรุป ลักษณะการแต่งกายของผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 รอบชุด ชาติพันธุ์ภาคกลาง มิได้ทำหน้าที่เพียงเป็นเครื่องแต่งกายเพื่อความสวยงาม หากแต่เป็นสื่อทางวัฒนธรรมที่ใช้สื่อสาร อัตลักษณ์ภาคกลางผ่านมิติของความศรัทธา ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ วิถีชีวิต และมรดกศิลปวัฒนธรรม อันสะท้อนการประกอบสร้างภาพแทนความเป็นภาคกลางในบริบทการสื่อสารร่วมสมัยได้อย่างชัดเจน



2. ผลการวิเคราะห์ความหมายเชิงสัญลักษณ์และรูปแบบการนำเสนอความเป็นชาติพันธุ์ผ่านการประกวดนางงามในฐานะกระบวนการสื่อสารวัฒนธรรมร่วมสมัย

ชุดประกวดทำหน้าที่เป็น “ตัวบททางวัฒนธรรม” ชุดของผู้เข้าประกวดส่วนใหญ่ไม่ได้ออกแบบเพื่อความงามเพียงอย่างเดียว แต่ถูกสร้างให้เป็นสื่อเล่าเรื่อง โดยแต่ละชุดมีชื่อมีเรื่องราวอ้างอิงและมีแกนความหมายชัดเจน เช่น เรื่องเล่าตำนาน ศรัทธา วิถีชุมชน หรือประวัติศาสตร์ท้องถิ่น สิ่งนี้สะท้อนว่าการแต่งกายในเวทีนางงามได้พัฒนาจากเครื่องนุ่งห่มเพื่อประกวดไปสู่ตัวบทที่มีหน้าที่สื่อสารความเป็นท้องถิ่นและชาติพันธุ์อย่างเป็นระบบ ตัวอย่างเช่น ชุดที่อ้างอิงพระแม่โพสพ พระแม่คงคา ยักษ์ทวารบาล แม่นาคพระโขนง ท้าวทองกีบม้า หรือเจ้าแม่โคกพนมดี ล้วนใช้บุคคล เทพี ตำนาน หรือบุคคลในประวัติศาสตร์มาเป็นแกนหลักในการสร้างความหมาย ทำให้ผู้ชมสามารถเชื่อมโยงชุดกับความทรงจำทางวัฒนธรรมได้ทันที โดยยกตัวอย่างบทบรรยายชุดผู้เข้าประกวด ได้ดังนี้

“มิสแกรนด์ประจวบคีรีขันธ์ ชุด คงคามหาเทวี ศรีสุวรรณภูมิ ชุดถ่ายทอดสายสัมพันธ์ระหว่างผู้คนกับพระแม่คงคา ผู้หล่อเลี้ยงผืนแผ่นดินภาคกลางอันอุดมสมบูรณ์ สายน้ำเปรียบเสมือนสายชีวิตที่หล่อเลี้ยงวิถีเกษตรกรรม นา ข้าว ปลา และชุมชนริมฝั่ง ความอ่อนช้อยของชุดสะท้อนระลอกคลื่นและประกายแห่งสุวรรณภูมิ ลวดลายสื่อถึงความอุดมสมบูรณ์และศรัทธาที่ผู้คนมีต่อพระแม่คงคา ผู้ปกป้องรักษาและหล่อหลอมวัฒนธรรมให้รุ่งเรืองสืบมา”

บทบรรยายชุดการประกวด (16 มีนาคม 2569)



ภาพที่ 1 ภาพตัวอย่างของผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 รอบชุดชาติพันธุ์ภาคกลาง

ผลการวิเคราะห์และตีความหมายเชิงสัญลักษณ์ พบว่า การแต่งกายเพื่อสื่อสารทางวัฒนธรรมในชุดประกวดครั้งนี้กระจุกตัวอยู่ใน 4 มิติสำคัญ ได้แก่ 1) มิติความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ พบชุดผู้เข้าประกวดจำนวนมากเป็นกลุ่มที่พบมากที่สุด เช่น พระแม่โพสพ พระแม่คงคา เจ้าแม่ทับทิม กุมารทอง นางตะเคียน พระภูมิ กาลิอุมา กวนอิม นางรำกำบัน และปู่โสมเฝ้าทรัพย์ สะท้อนว่าภาคกลางถูกสื่อสารผ่านพื้นที่ของความศรัทธา พิธีกรรม และความเชื่อเหนือธรรมชาติอย่างชัดเจน 2) มิติศิลปะการแสดงและมหรสพพื้นบ้าน เช่น ลิเก กลองยาว หนังใหญ่ เต็นท์กำรำเคียว หัวโตกลองยาว และชิงช้าสวรรค์งานวัด มิติกลุ่มนี้สื่อสารและสะท้อนภาคกลางในฐานะพื้นที่แห่งความรื่นเริง ความบันเทิง และวัฒนธรรมการแสดงที่เชื่อมโยงกับชุมชน 3) มิติชาติพันธุ์และพหุวัฒนธรรม พบการอ้างอิงกลุ่มชาติพันธุ์และชุมชนหลากหลาย เช่น มอญ ไทยทรงดำ ไทยพวน กระเหรี่ยง ของ จีนแต้จิ๋ว ชิกข์อินเดีย ญวน และไทยเชื้อสายจีน

แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารวัฒนธรรมภาคกลางมิได้จำกัดอยู่ที่ไทยภาคกลางแบบเนื้อเดียว หากแต่ประกอบด้วย ความหลากหลายทางชาติพันธุ์อย่างเด่นชัด และ 4) มิติวิถีเกษตรกรรมและสายน้ำ เช่น เจ้าพระยา รวงข้าว ทุ่งนา ควาย วังควาย การเกษตร และชุมชนริมน้ำ มิติกลุ่มนี้ต่อยอดภาพจำของภาคกลางในฐานะแหล่งอารยธรรมลุ่มน้ำ และแผ่นดินอุดมสมบูรณ์ โดยสามารถยกตัวอย่างบทบรรยายชุดผู้เข้าประกวด ได้ดังนี้

“มิสแกรนด์สุราษฎร์ธานี ชุด The musical folk drama ลิเก เป็นมหรสพพื้นบ้านภาคกลางที่พัฒนา มาจากการสวดแขกเจ้าเซ็น ในช่วงต้นรัตนโกสินทร์ โดยนำการสวดสรรเสริญของศาสนาอิสลามมาผสมกับการแสดง ละครรำและดนตรีปี่พาทย์ เริ่มมีรูปแบบชัดเจนในสมัย ร.5 โดยคณะพระยาเพชรปาณี และนิยมแต่งกายเครื่อง เพชรสวยงาม ส่วนใหญ่มักจะเล่าเรื่องจักร ๆ วงศ์ ๆ”

บทบรรยายชุดการประกวด (16 มีนาคม 2569)



ภาพที่ 2 ภาพตัวอย่างของผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 รอบชุดชาติพันธุ์ภาคกลาง

การแต่งกายสื่อสารผ่านสัญลักษณ์มากกว่าการเลียนแบบตรงตัว ผลการศึกษาพบว่า ชุดประกวดส่วนใหญ่ ไม่ได้จำลองวัฒนธรรมแบบตรงไปตรงมา แต่ใช้การตีความเชิงสัญลักษณ์และการออกแบบร่วมสมัย เช่น ใช้โทนสีทอง แทนรวงข้าวและความอุดมสมบูรณ์ ใช้สีแดงแทนพลังศักดิ์สิทธิ์ ใช้มุก ไข่มุก ปะการัง และคลื่นแทนท้องทะเล ใช้มงกุฎสูงหรือยอดแหลมแทนสถาปัตยกรรมศาสนสถาน ใช้เคียว รวงข้าว หม้อดิน ตรีศูล หรือกลอง เป็นอุปกรณ์ ประกอบความหมายลักษณะดังกล่าวทำให้ชุดสามารถดึงดูดสายตาในเวทีประกวด ขณะเดียวกันก็ยังคงเชื่อมโยงกับ รากวัฒนธรรมเดิมได้ในระดับหนึ่ง แสดงให้เห็นกระบวนการแปลงทุนทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นภาษาภาพร่วมสมัย โดยขอยกตัวอย่างบทบรรยายชุดผู้เข้าประกวด ได้ดังนี้

“มิสแกรนด์น่าน ชุด เต้นกำรำเคียว เป็นการละเล่นพื้นเมืองเก่าแก่ของชาวนาภาคกลาง โดยเฉพาะที่บ้าน สระทะเล อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ นิยมเล่นช่วงเก็บเกี่ยวเพื่อความสุขสนานและผ่อนคลายความเหนื่อยล้า ผู้แสดงจะถือเคียวและรวงข้าว เต้นและร้องเพลงแก้กันระหว่างฝ่ายชายและฝ่ายหญิง”

บทบรรยายชุดการประกวด (16 มีนาคม 2569)



ภาพที่ 3 ภาพตัวอย่างของผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 รอบชุดชาติพันธุ์ภาคกลาง

ภาพแทนสตรีไทย ถูกสร้างให้เชื่อมโยงกับความศักดิ์สิทธิ์ ความเสียสละ และพลัง อีกประเด็นสำคัญ คือ ชุดจำนวนมากนำเสนอภาพของสตรีในฐานะเทพี ผู้พิทักษ์ แม่ผู้หล่อเลี้ยง ผู้เสียสละ หรือวีรสตรี เช่น พระแม่โพสพ พระแม่คงคา วีรสตรีบางระจัน เจ้าแม่โคกพนมดี หรือสตรีผู้เกี่ยวข้องกับตำนานศรัทธาต่าง ๆ สิ่งนี้ชี้ให้เห็นว่าเวทีประกวดได้ประกอบสร้างความเป็นหญิง ผ่านวาทกรรมของความงามที่ผสมผสานกับศักดิ์ศรี พลัง และความศักดิ์สิทธิ์ อย่างไรก็ตาม ภาพแทนดังกล่าวมักอยู่ภายใต้กรอบความงามแบบอุดมคติ คือ เป็นหญิงที่สง่างาม มีความอ่อนช้อย แต่ทรงพลัง ซึ่งสะท้อนการประนีประนอมระหว่างแฟชั่นเวทีนางงามกับอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทย

“มิสแกรนด์ปทุมธานี ชุด วีรสตรีบางระจัน ได้แรงบันดาลใจจากหญิงไทยผู้กล้าหาญในตำนานแห่งบ้านบางระจัน ผู้ยืนหยัดเคียงข้างนักรบ ปกป้องผืนแผ่นดินไทยด้วยความเสียสละและหัวใจที่ไม่ยอมแพ้ ชุดนี้จึงถ่ายทอดพลัง ความกล้าหาญ และความสง่างามของสตรีไทย ที่แม้จะอ่อนโยน แต่ก็เปี่ยมไปด้วยพลังแห่งนักสู้”

บทบรรยายชุดการประกวด (16 มีนาคม 2569)



ภาพที่ 4 ภาพตัวอย่างของผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 รอบชุดชาติพันธุ์ภาคกลาง

ผลการวิเคราะห์และตีความหมายเชิงสัญลักษณ์ พบว่า เวทีมิสแกรนด์ไทยแลนด์ทำหน้าที่เป็นพื้นที่การสื่อสารวัฒนธรรมร่วมสมัยที่นำทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาผลิตซ้ำและสร้างความหมายใหม่ผ่านกระบวนการประกวด การแสดง และการสื่อสารสาธารณะ ส่งผลให้วัฒนธรรมท้องถิ่นสามารถถูกมองเห็น จดจำ และเผยแพร่สู่สังคม ในวงกว้างได้มากขึ้น จึงอาจกล่าวได้ว่าเวทีนางงามทำหน้าที่ในฐานะอุตสาหกรรมวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่งที่นำทุนทางวัฒนธรรมมาปรับประยุกต์ให้สอดคล้องกับบริบทของสื่อและวัฒนธรรมร่วมสมัย ความเป็นชาติพันธุ์ที่ปรากฏผ่านชุดชาติพันธุ์ภาคกลางมิได้ถูกนำเสนอในลักษณะการจำลองวัฒนธรรมดั้งเดิมโดยตรง หากแต่เป็นกระบวนการประกอบสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ผ่านการคัดเลือก ตีความ และออกแบบองค์ประกอบทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นภาพแทนที่สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพบนเวทีการประกวด ชุดประกวดจึงทำหน้าที่เป็น “ตัวบททางวัฒนธรรม” ที่บรรจุเรื่องเล่า ความเชื่อ ประวัติศาสตร์ และอัตลักษณ์ของชุมชนไว้ในรูปแบบของแฟชั่นและการแสดง รูปแบบการนำเสนอสามารถจำแนกได้ 4 มิติ ได้แก่ ความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ชาติพันธุ์และพหุวัฒนธรรม วิถีเกษตรกรรม และสายน้ำ และศิลปะการแสดงและมหรสพพื้นบ้าน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความเป็นชาติพันธุ์ไม่ได้ถูกนิยามผ่านเชื้อชาติหรือกลุ่มคนเพียงอย่างเดียว แต่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ความเชื่อ ประเพณี และประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย นอกจากนี้ ชุดส่วนใหญ่ใช้การออกแบบเชิงสัญลักษณ์มากกว่าการลอกเลียนวัฒนธรรมแบบตรงตัว โดยแปลงองค์ประกอบทางวัฒนธรรมให้เป็นภาษาภาพร่วมสมัยที่สามารถดึงดูดความสนใจและสื่อสารอัตลักษณ์ได้อย่างชัดเจน ส่งผลให้การแต่งกายมิได้เป็นเพียงงานออกแบบแฟชั่น หากแต่เป็นกระบวนการสื่อสารทางวัฒนธรรมที่ใช้สัญลักษณ์ วาทกรรม และร่างกายของผู้เข้าประกวดเป็นพื้นที่ในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่สาธารณะ อันสะท้อนบทบาทของเวทีนางงามในฐานะกลไกสำคัญของการสร้างภาพแทนและการสื่อสารวัฒนธรรมในสังคมร่วมสมัย

อภิปรายผล

การที่ชุดจำนวนมากเลือกใช้ความเชื่อ ตำนาน และสิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นแกนหลักในการสื่อสาร แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ภาคกลางในสื่อร่วมสมัยยังผูกพันอย่างแนบแน่นกับมิติศรัทธาและเรื่องเล่าเชิงจิตวิญญาณ วัฒนธรรมจึงถูกนำเสนอในลักษณะที่มีพลังทางอารมณ์สูง และสามารถสร้างความตื่นตาให้แก่ผู้ชมได้ง่ายกว่าการสื่อสารด้วยข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์หรือวิถีชีวิตอย่างตรงไปตรงมา สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐา คุ่มแคว้น และคณะ ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมของสังคมไทย จากเดิมที่วิถีชีวิตผูกพันกับธรรมชาติ ครอบครัวยุคแรกเริ่มและสถาบันศาสนา ทำให้ความเชื่อ พิธีกรรม และเรื่องเล่ากลายเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม เมื่อเข้าสู่ยุคสมัยใหม่ วัฒนธรรมดั้งเดิมจึงไม่ได้สูญหายไป แต่ถูกปรับเปลี่ยนและนำเสนอใหม่ผ่านการสื่อสารที่เน้นภาพลักษณ์ อารมณ์ และความตื่นตา (ณัฐา คุ่มแคว้น และคณะ, 2554) ในบริบทของการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 ชุดชาติพันธุ์จึงทำหน้าที่เป็นพื้นที่ในการตีความวัฒนธรรมใหม่ ผ่านการผสมผสานทุนทางวัฒนธรรมดั้งเดิมกับการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อร่วมสมัย ส่งผลให้ความเชื่อ ตำนาน และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ถูกใช้เป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างการจดจำและการรับรู้วัฒนธรรมภาคกลางอย่างเด่นชัด

การนำเสนอวัฒนธรรมผ่านชุดประกวดมีลักษณะคัดเลือกบางส่วนมาขยายความ กล่าวคือ วัฒนธรรมที่ถูกเลือกมักเป็นสิ่งที่มีความจำชัดมีพลังเชิงการวิเคราะห์และตีความหมายเชิงสัญลักษณ์ และสามารถออกแบบให้โดดเด่นบนเวทีได้ เช่น เทพี ผี ตำนาน เครื่องทรง หรือประเพณีที่มีอุปกรณ์เฉพาะ สิ่งนี้สอดคล้องกับแนวคิดการสร้างภาพแทนที่ชี้ว่า



สื่อมิได้สะท้อนความจริงทั้งหมด แต่เป็นผู้เลือกและจัดวางความจริงบางแบบให้เด่นชัดขึ้น การปรากฏของกลุ่มชาติพันธุ์หลากหลาย เช่น มอญ ไทยทรงดำ ไทยพวน ของ จีน ญวน ชิกซ์ และกระเหรี่ยง สะท้อนว่าภาคกลางถูกทำให้เห็นในฐานะ “พื้นที่พหุวัฒนธรรม” มากกว่าจะเป็นพื้นที่ของคนไทยภาคกลางแบบเดียว งานวิจัยจึงชี้ให้เห็นมิติที่สำคัญว่า เวทีนางงามร่วมสมัยสามารถทำหน้าที่เปิดพื้นที่ให้ชาติพันธุ์ย่อยและชุมชนชายขอบถูกกล่าวถึงในระดับประเทศได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พลภัทร แห้วเพชร ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นไม่ใช่เพียงอดีตที่ต้องเก็บรักษา แต่เป็นเครื่องมือที่สามารถนำมาปรับใช้เพื่อสร้าง อนาคตของชุมชนได้อย่างมีพลัง (พลภัทร แห้วเพชร, 2567) ขณะเดียวกัน ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมนาถ ธนลักษณ์ณี ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พัฒนาการของการออกแบบชุดประจำชาติไทยสำหรับเวทีการประกวดระดับโลกมีความเปลี่ยนแปลงไปตามบริบททางสังคม ศิลปะ และเทคโนโลยีในแต่ละยุคสมัย โดยอิทธิพลจากศิลปะและกระแสนิยมต่างประเทศ มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนารูปแบบการออกแบบ ทั้งในด้านการตัดเย็บ วัสดุ เครื่องประดับ และวิธีการนำเสนอ ส่งผลให้ชุดประจำชาติไทยสามารถพัฒนาไปสู่ความเป็นสากล ควบคู่กับการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทยและสร้างการยอมรับบนเวทีการประกวดระดับนานาชาติได้ (เมนาถ ธนลักษณ์ณี, 2560) ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่า ชุดชาติพันธุ์ในการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 ทำหน้าที่เป็นสื่อทางวัฒนธรรมที่ใช้สื่อสารอัตลักษณ์ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ และเรื่องราวของท้องถิ่นสู่สาธารณะ โดยเวทีการประกวดนางงามได้กลายเป็นพื้นที่ร่วมสมัยในการเผยแพร่และต่อยอดคุณค่าทางวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับบริบทสังคมปัจจุบัน

การศึกษานับสนุนข้อเสนอสำคัญในมิติของการสื่อสารผ่านเครื่องแต่งกายว่า “เครื่องแต่งกาย” มิได้เป็นเพียงองค์ประกอบด้านความงามหรือแฟชั่น หากแต่เป็นสื่อวัฒนธรรมที่มีพลังอย่างยิ่งในการถ่ายทอดความหมายทางสังคมและอัตลักษณ์ของชุมชน เนื่องจากสามารถย่อส่วนประวัติศาสตร์ ความเชื่อ อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ ตลอดจนประสบการณ์ร่วมของผู้คนให้ปรากฏผ่านการออกแบบ การแสดง และสัญลักษณ์ต่าง ๆ ได้ภายในช่วงเวลาสั้นบนเวทีการประกวด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Montanay, E. ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง เครื่องแต่งกายประจำชาติทำหน้าที่เป็นเครื่องหมายทางวัฒนธรรม (Cultural Signifier) ที่สำคัญต่อการธำรงรักษาและถ่ายทอดความหมายทางวัฒนธรรม อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และทำหน้าที่เป็นสื่อกลางของการสื่อสารทางวัฒนธรรมผ่านกระบวนการวิเคราะห์แบบบูรณาการ (Montanay, E., 2026) เครื่องแต่งกายทำหน้าที่เป็นสื่อวัฒนธรรมที่ทรงพลังในการถ่ายทอดอัตลักษณ์และความหมายทางสังคมของชุมชน ช่วยเชื่อมโยงมรดกทางวัฒนธรรมกับผู้ชมร่วมสมัยผ่านกระบวนการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม เครื่องแต่งกายมิได้เป็นเพียงการสะท้อนวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังเป็นกระบวนการ “ประกอบสร้างความหมาย” ที่ต้องอาศัยการตีความและอำนาจในการคัดเลือกองค์ประกอบทางวัฒนธรรมอย่างมีนัยสำคัญ ผลการศึกษาการแต่งกายเพื่อสื่อสารทางวัฒนธรรมของผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 รอบชุดชาติพันธุ์ภาคกลาง พบว่า เครื่องแต่งกายทำหน้าที่เป็นสื่อทางวัฒนธรรมที่ทรงพลัง โดยอาศัยการออกแบบแฟชั่นร่วมกับการสร้างเรื่องเล่า (Narrative) เพื่อถ่ายทอดอัตลักษณ์ของท้องถิ่นภาคกลางในหลากหลายมิติ ทั้งด้านความเชื่อ ศิลปะการแสดง วิถีชีวิตเกษตรกรรม วัฒนธรรมสายน้ำ และความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่างทุนทางวัฒนธรรมดั้งเดิมกับกระบวนการสร้างสรรค์ร่วมสมัยบนเวทีการประกวด ทั้งนี้ ผลการศึกษาดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nurzhanov, B. G. ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง เครื่องแต่งกายประจำชาติ



ถือเป็นแก่นสำคัญของวัฒนธรรมที่ทำหน้าที่อนุรักษ์ขนบธรรมเนียมและประเพณีดั้งเดิม ขณะเดียวกันก็สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบทสมัยใหม่ได้ โดยมีความเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ หลักการทางศิลปะ อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ และบทบาทด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมอย่างชัดเจน (Nurzhanov, B. G., 2018) เครื่องแต่งกายชาติพันธุ์เป็นมากกว่าวัตถุทางวัฒนธรรม หากแต่เป็นพื้นที่แห่งการประกอบสร้างความหมายที่เชื่อมโยงอดีตกับปัจจุบันผ่านการตีความและการนำเสนออัตลักษณ์ท้องถิ่นในรูปแบบที่ผู้ชมร่วมสมัยสามารถเข้าถึงและทำความเข้าใจได้

แม้การประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์จะมีส่วนช่วยเผยแพร่วัฒนธรรม แต่ก็มีข้อพิจารณาในเชิงวิพากษ์ว่า วัฒนธรรมบางส่วนอาจถูกทำให้เป็นภาพสวยงามเพื่อการแสดง จนลดทอนความซับซ้อนของบริบททางสังคม ประวัติศาสตร์และความหมายดั้งเดิม อาทิ ความเชื่อพื้นบ้านบางเรื่องอาจถูกเปลี่ยนให้เป็นเพียงองค์ประกอบแฟนตาซี ขณะที่ชาติพันธุ์บางกลุ่มอาจถูกแทนค่าด้วยเครื่องแต่งกายหรือสัญลักษณ์เด่นบางชิ้นเท่านั้น ดังนั้น การใช้วัฒนธรรมในเวทีประกวดจึงควรคำนึงถึงความละเอียดอ่อนและความถูกต้องเชิงบริบทควบคู่กันไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพงษ์ ปลอดมุสิก ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ชุดที่ได้รับรางวัลมักเป็นชุดที่สามารถผสมผสานอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ภาคใต้เข้ากับมาตรฐานความงามของเวทีประกวดได้อย่างลงตัว ในขณะที่บางชุดอาจสะท้อนอัตลักษณ์ที่หลุดกรอบหรือถูกตีความจากคนนอกจนไม่สอดคล้องกับบริบทของอัตลักษณ์ท้องถิ่น ซึ่งในอนาคตการศึกษาจากมุมมองของคนในพื้นที่อาจช่วยเปิดเผยความแตกต่างของการตีความและชี้ให้เห็นถึงช่องว่างระหว่างอัตลักษณ์ที่ถูกนำเสนอบนเวทีการประกวดกับอัตลักษณ์ที่ถูกยึดถือในชีวิตจริงของผู้คนในท้องถิ่นได้ (วรพงษ์ ปลอดมุสิก, 2568) แม้เวทีการประกวดนางงามจะมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่และสร้างการรับรู้ทางวัฒนธรรม แต่การนำเสนออัตลักษณ์ผ่านเครื่องแต่งกายควรคำนึงถึงความถูกต้องและความละเอียดอ่อนทางบริบท เพื่อป้องกันการลดทอนความหมายของวัฒนธรรมให้เหลือเพียงภาพแทนเชิงสัญลักษณ์ อันจะนำไปสู่การสื่อสารอัตลักษณ์ที่สมดุลและสอดคล้องกับความเป็นจริงของชุมชนมากยิ่งขึ้น

ด้วยเหตุนี้ เวทีการประกวดนางงามจึงมิใช่เพียงพื้นที่ของการแข่งขันด้านความงาม หากแต่เป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่มีบทบาทในการผลิตซ้ำ ต่อยอด และเผยแพร่ภาพแทนของท้องถิ่นสู่สาธารณะในระดับกว้าง อย่างไรก็ตาม การนำเสนอวัฒนธรรมผ่านเวทีการประกวดควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของความถูกต้อง ความเคารพต่อชุมชนต้นทาง และการรักษาสมดุลระหว่างความคิดสร้างสรรค์ร่วมสมัยกับความหมายดั้งเดิมทางวัฒนธรรม เพื่อให้การสื่อสารอัตลักษณ์เกิดขึ้นอย่างมีคุณค่าและยั่งยืนต่อสังคมวัฒนธรรมในระยะยาว



องค์ความรู้ใหม่

“ชุดชาติพันธุ์” บนเวทีการประกวดนางงาม เป็นมากกว่าแค่ความงาม



ภาพที่ 5 ชุดชาติพันธุ์ในฐานะสื่อสร้างความหมาย

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยนี้ คือ การเสนอให้มองชุดชาติพันธุ์บนเวทีการประกวดนางงามในฐานะ “สื่อวัฒนธรรมร่วมสมัย” ที่ทำหน้าที่สื่อสารและประกอบสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านการผสมผสานระหว่างแพชั่น เรื่องเล่า และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยกระบวนการนำเสนอเกิดจากการคัดเลือกและตีความทุนทางวัฒนธรรม ที่มีพลังเชิงสัญลักษณ์สูง เพื่อสร้างการรับรู้และการจดจำในบริบทสื่อร่วมสมัย ผลการศึกษายังชี้ให้เห็นว่า เวทีนางงาม ทำหน้าที่เป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่ช่วยเผยแพร่อัตลักษณ์ของชุมชนและกลุ่มชาติพันธุ์สู่สาธารณะ พร้อมทั้งแปลง ทุนทางวัฒนธรรมให้เป็นทุนเชิงสัญลักษณ์และมูลค่าทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อันนำไปสู่การสร้างคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และการส่งเสริมอำนาจละมุน (Soft Power) ในบริบทสังคมดิจิทัล องค์ความรู้ใหม่นี้ สามารถต่อยอด การศึกษาในประเด็นการสื่อสารอัตลักษณ์ การสร้างภาพแทนทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมถึง ประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การสร้างแบรนด์ท้องถิ่น และการสื่อสารวัฒนธรรมร่วมสมัย ของประเทศไทยได้อย่างเป็นรูปธรรม

สรุปและข้อเสนอแนะ

ลักษณะการแต่งกายของผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 รอบชุดชาติพันธุ์ภาคกลาง มิได้ทำหน้าที่ เพียงเป็นเครื่องแต่งกายเพื่อความสวยงาม หากแต่เป็นสื่อทางวัฒนธรรมที่ใช้สื่อสารอัตลักษณ์ภาคกลางผ่านมิติของ ความศรัทธา ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ วิถีชีวิต และมรดกศิลปวัฒนธรรม อันสะท้อนการประกอบสร้างภาพ

แทนความเป็นภาคกลางในบริบทการสื่อสารร่วมสมัยได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ชุดชาติพันธุ์จึงมิได้เป็นเพียงเครื่องแต่งกายเพื่อความงาม หากแต่เป็นสื่อวัฒนธรรมร่วมสมัยที่ทำหน้าที่สร้างภาพแทน ถ่ายทอดอัตลักษณ์ และผลิตความหมายทางวัฒนธรรมสู่สาธารณะในบริบทสังคมปัจจุบัน ดังนั้น หน่วยงานที่ส่งเสริมด้านวัฒนธรรม ผู้จัดการประกวด และนักออกแบบเครื่องแต่งกายควรให้ความสำคัญกับการศึกษาบริบททางวัฒนธรรมอย่างรอบด้าน รวมถึงเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบและการเล่าเรื่องเพื่อให้การสื่อสารอัตลักษณ์เกิดความถูกต้องเหมาะสม และเคารพต่อทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น อีกทั้งยังสามารถใช้เวทีการประกวดเป็นพื้นที่สื่อสารวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ในแวดวงการศึกษาสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนด้านนิเทศศาสตร์ แฟชั่น และสื่อสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารอัตลักษณ์และจริยธรรมทางวัฒนธรรมในบริบทสื่อร่วมสมัย สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายการศึกษาไปยังมิติของการรับรู้และการตีความของผู้ชม รวมถึงมุมมองของชุมชนต้นทางที่ถูกนำเสนอผ่านชุดการประกวด เพื่อเปรียบเทียบระหว่างอัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นในสื่อกับอัตลักษณ์ที่ชุมชนยึดถือจริง ควรศึกษาการสื่อสารอัตลักษณ์ในบริบทของเวทีการประกวดระดับนานาชาติหรือการเปรียบเทียบระหว่างภูมิภาค เพื่อทำความเข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรมและรูปแบบการสร้างภาพแทนในแต่ละสังคม ตลอดจนศึกษาบทบาทของสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการสร้างกระแส การตีความ และการผลิตซ้ำภาพแทนทางวัฒนธรรม ซึ่งจะช่วยอธิบายพลวัตของวัฒนธรรมในยุคสื่อหลอมรวมได้อย่างรอบด้านและลุ่มลึกมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระปุกดอทคอม. (2569). ส่องความอลัง การประกวดรอบชุดชาติพันธุ์ภาคกลาง มิสแกรนด์ตระการตาทั้งเวที. เรียกใช้เมื่อ 15 พฤษภาคม 2569 จาก <https://women.kapook.com/view299502.html>
- ฐิตีวรรณ โพนะทา และคณะ. (2566). การออกแบบเครื่องแต่งกายที่สะท้อนความงามของภูมิปัญญาการทอผ้าไหมแพรวา. วารสารวิจัยเส้นใย ผ้า และแฟชั่น, 2(2), 30-39.
- ณัฐชนันท์ นิจรมย์ และจตุวิทย์ แก้วสุวรรณ. (2567). การศึกษารูปแบบและวัฒนธรรมผ่านชุดประจำชาติจีนบนเวที มิสยูนิเวิร์ส ระหว่างปี 2545-2562. Lawarath Social E-Journal, 6(1), 19-44.
- ณัฐา คัมแก้ว และคณะ. (2554). วัฒนธรรมต่างชาติ: พลวัตที่ส่งผลต่อการ เปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนอำเภอเกาะสมุยและเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. ใน รายงานการวิจัย. สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม.
- ธัญญารัตน์ ไพลดำ. (2566). ประวัติศาสตร์นางงาม: จากการประกวดความงามสู่เวทีสะท้อนสังคม. เรียกใช้เมื่อ 11 กรกฎาคม 2569 จาก <https://kindconnect.com/kindcult/beauty-pageant-history/>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2569). โอเดียเจ้ มิสแกรนด์นครพนม พาชุดประเพณีวังควาย คว่ำรางวัลชุดชาติพันธุ์ยอดเยี่ยม. เรียกใช้เมื่อ 15 พฤษภาคม 2569 จาก <https://mgronline.com/entertainment/det ail/9690000025072>
- พลภัทร แห้วเพชร. (2567). กระบวนการขับเคลื่อนชุมชนพหุวัฒนธรรมโดยใช้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเป็นฐาน: กรณีศึกษาชุมชนกุฎีจีน กรุงเทพมหานคร. ใน วิทยานิพนธ์พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต สาขาสังคมสงเคราะห์ศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- เมณาท ธนัสนมณี. (2560). พัฒนาการชุดประจำชาติของนางงามไทยในการประกวดนางงามจักรวาล. ใน วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขานเทศศิลป์. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วรพงษ์ ปลอดมุสิก. (2568). ชุดชาติพันธุ์ภาคใต้: การสื่อสารอัตลักษณ์ภาคใต้ผ่านชุดผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2025. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 21(2), 125-149.
- ศานตมล ปิ่นนัย และสุริรา ชัยรักษา เงินถาวร. (2568). อัตลักษณ์การออกแบบเครื่องแต่งกายนางงาม กรณีศึกษา มิสแกรนด์ไทยแลนด์ จังหวัดระนอง. วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก, 11(1), 345-359.
- Denzin, N. (1978). *Sociological Methods: A Sourcebook*. New York: McGraw Hill.
- Line Today. (2026). เปิดภาพอสังการ รอบชุดชาติพันธุ์ภาคกลาง Miss Grand Thailand 2026. Retrieved May 15, 2026, from <https://today.line.me/th/v3/article/2D3D8Mz>
- Montanay, E. (2026). National costume as a cultural artifact: Representation within linguocultural discourse. *Kazakhstan Oriental Studies*, 17(1). <https://doi.org/10.63051/kos.2026.1.359>.
- Nurzhanov, B. G. (2018). Oculocentrism of Western culture and philosophy. *Journal of Philosophy, Culture and Political Science*, 37(2), 103-106.