ชื่อวิทยานิพนธ์ การสร้างและการสื่อสารอัตลักษณ์ประเพณีบุญเดือนสิบ จังหวัดนครศรีธรรมราช
ผู้วิจัย นางสาวพรชนก พงค์ทองมือง **รหัสนักศึกษา** 2521500068 **ปริญญา** นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันทัด ทองรินทร์
(2) รองศาสตราจารย์ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์ **ปีการศึกษา** 2555

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) อัตลักษณ์ (2) กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ (3) กระบวนการสื่อสาร ประเพณีบุญเดือนสิบ จังหวัดนครศรีธรรมราช

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย นักวิชาการด้านวัฒนธรรมและด้านการสื่อสาร ผู้แทน หน่วยงาน ผู้นำชุมชน/ปราชญ์ท้องถิ่น สื่อมวลชน และเยาวชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับประเพณีบุญเดือนสิบ จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 25 คน โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง และใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูล โดยการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า (1) อัตลักษณ์งานประเพณีบุญเดือนสิบ จังหวัดนครศรีธรรมราช คือ การรวมญาติ ความเชื่อเกี่ยวกับการได้สัมผัสญาติที่เสียชีวิตไปแล้วที่เรียกว่า “เปรต” หรือ “เปต” การแห่หมรับ และการนึกถึงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ 5 ชนิด (2) การสร้างอัตลักษณ์ประเพณีบุญเดือนสิบได้รับอิทธิพลด้านความเชื่อซึ่งมาจากทางศาสนาพราหมณ์โดยมีการผสมผสานกับความเชื่อทางพระพุทธศาสนา ประกอบด้วย ความเชื่อเรื่องกรรม นรก สวรรค์และวิญญาณ ความเชื่อเปรต – เปตพลี ซึ่งมีความสัมพันธ์กับบรรพบุรุษ หรือ ญาติที่ล่วงลับ โดยเริ่มจากรวมตัวกันของญาติพี่น้อง ปลูกฝังแนวความเชื่อแล้วถ่ายทอดไปยังลูกหลาน เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจรุ่นต่อรุ่น จนเป็นแบบแผนสืบต่อกันมาและกลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรม (3) กระบวนการสื่อสาร ประเพณีบุญเดือนสิบ จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย มีผู้ที่ส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ คือ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน สถาบันครอบครัว โดยเน้นที่ประเด็นสารในเรื่องความเชื่อ ความศรัทธา และกิจกรรมตามประเพณีและการรวมญาติ และทำการประชาสัมพันธ์ผ่านทั้งสื่อมวลชนและสื่อบุคคล อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่ามีปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารอัตลักษณ์ของประเพณีบุญเดือนสิบที่สำคัญคือ ปัจจัยเรื่องของ บุคคล สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ อัตลักษณ์ กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ กระบวนการสื่อสารในการสร้างอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น

Thesis title: Creating and Communicating Identity of NST Traditional at the End of 10 th Lunar Month Nakhon Si-Thammarat Province
Researcher: Miss Pornchanok Pongtongmuang; **ID:** 2521500068;
Degree: Master of Communication Arts ;
Thesis advisors: (1) Dr. Santat Thongrin, Assistant Professor ;
(2) Paiboon Kachentaraphan, Associate Professor ; **Academic year:** 2012

Abstract

The objectives of this research were to study (1) the identity; (2) the process of identity building; and (3) the communication process of the Tenth Month Religious Ceremony in Nakhon Si Thammarat Province.

This was a qualitative research. The sample population of 25 people, chosen through purposive sampling, consisted of academics specializing in culture and communications, representatives of agencies, community leaders, holders of local wisdom, members of the press, and youth involved with the Tenth Month Religious Ceremony in Nakhon Si Thammarat Province. Data were gathered through in-depth interviews and analyzed through descriptive analysis.

The results showed that (1) the identity of the Tenth Month Religious Ceremony in Nakhon Si Thammarat is a family reunion, with the belief that people can contact the spirits (bret or bet) of their deceased ancestors through the procession of the hmrab (set of meal) offering with five distinctive kinds of food. (2) The building of the identity of this ceremony was influenced by Brahman religious beliefs combined with Buddhist beliefs about karma, heaven and hell, spirits and the Peta Phli tradition of India, which is related to ancestors who are deceased. Families who gathered to perform this ceremony passed on the tradition to their children and built up an understanding about it from generation to generation, until it became an inherited ritual that is part of the area's cultural heritage. (3) The communication process consists of people who are involved with the ceremony (government and private sector organizations and the institution of the family) who emphasize the messages of belief, faith, ceremonial activities and the joining together of the whole family. The messages about the ceremony are communicated through the press, local media, and personal media. The research showed that communication of the identity of the ceremony was impacted by personal, social, cultural and environmental factors.

Keywords: Identity, Identity building, Communication process in identity building, Local wisdom