

บทความวิจัย

วันที่รับบทความ:

6 ธันวาคม 2566

วันแก้ไขบทความ:

13 กุมภาพันธ์ 2567

วันตอบรับบทความ:

20 กุมภาพันธ์ 2567

รติ ธนารักษ์^{1*} และ สิริวดี พรหมน้อย²

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ 53000

²คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ 53000

*ผู้เขียนหลัก อีเมล: radeetfms@uru.ac.th

บทคัดย่อ



คำสำคัญ:

จังหวัดอุดรดิตถ์

โก๋เขียวพาลี

พระยาพิชัยดาบหัก

สื่อรหัสสีกราฟิก

การเล่าเรื่องข้ามสื่อ

โก๋เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักเป็นสัตว์อัตลักษณ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์เป็นไก่อูบารมีของพระยาพิชัยดาบหักและเป็นไก่อูบารมีหรือไก่อูบงามที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ แต่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่อูบและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังไม่รับรู้ลักษณะประจำพันธุ์ของโก๋เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักที่ถูกต้อง จึงส่งผลต่อการพัฒนาและปรับปรุงสายพันธุ์ การส่งเสริมการอนุรักษ์ การสร้างรายได้ และการสร้างอัตลักษณ์ของโก๋เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก งานวิจัยนี้จึงพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารผ่านการเล่าเรื่องข้ามสื่อเพื่อสร้างการรับรู้และการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์โก๋เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก โดยใช้กลไกความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายการพัฒนาโก๋เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่อูบองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ทรงคุณวุฒิด้านไก่อูบพื้นเมืองไทย ศิลปินและปราชญ์ชาวบ้าน หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง นักเรียน นักศึกษาและประชาชน ด้วยกระบวนการ ดังนี้ 1) การกำหนดอัตลักษณ์โก๋เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักเพื่อการสื่อสาร ดังนี้ มิติเชิงกายภาพ และมิติเชิงสัญลักษณ์ 2) การพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารรหัสสีกราฟิกแบบมีส่วนร่วม 3) การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้อัตลักษณ์โก๋เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักด้วยชุดกิจกรรม ดังนี้ การประกวดการหาไก่อูบเขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก การทำภาพพิมพ์โก๋เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก และการออกแบบโก๋เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และ 4) การสื่อสารสู่สาธารณะผ่านชุดกิจกรรมและนำเสนอผ่านสื่อส่งผลให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่อูบรับรู้อัตลักษณ์โก๋เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักผ่านสื่อรหัสสีกราฟิก และใช้วางแผนการพัฒนาและปรับปรุงสายพันธุ์โก๋เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักที่ตรงตามลักษณะประจำพันธุ์ได้ถึงร้อยละ 73.24 สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดใช้สื่อรหัสสีกราฟิกเป็นเกณฑ์ตัดสินการประกวดโก๋เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ในปี พ.ศ. 2563 - พ.ศ. 2566 ศูนย์การเรียนรู้องค์การบริหารส่วนตำบลคอรุมใช้สื่อรหัสสีกราฟิกพัฒนากิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน สรุปได้ว่านวัตกรรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นเครื่องมือสำคัญในการผลักดันโก๋เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักให้เป็นที่รู้จัก และทำให้ชุมชนตระหนักถึงคุณค่าและสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

Research Article

Received:

6 December 2023

Received in revised form:

13 February 2024

Accepted:

20 February 2024

Radee Thanarak^{1,*} and Siriwadee Phromnoi²

¹Faculty of Management Science, Uttaradit Rajabhat University, Muang District, Uttaradit Province, 53000 Thailand

²Faculty of Science and Technology, Uttaradit Rajabhat University, Muang District, Uttaradit Province, 53000 Thailand

*Corresponding author's E-mail: radeetfms@uru.ac.th



Abstract

Phraya Phichai Dap Hak's Khiew–Phalee chickens stand as an iconic symbol of Uttaradit province, Thailand, representing the majestic lineage of Phraya Phichai Dap Hak. These conservation chickens not only showcase beauty but also have the potential to generate economic value for chicken farmers and related agencies. However, a lack of accurate information on the breed's characteristics has hindered opportunities for breeding development, promotion of conservation, income generation, and the creation of a symbol for Phraya Phichai Dap Hak's Khiew–Phalee chickens. This research addresses this gap by focusing on innovative communication strategies to shape perceptions and promote the identity of Phraya Phichai Dap Hak's Khiew–Phalee chickens. Collaborating with a network of partners, including chicken farmers, local government organizations, experts in Thai native chicken, relevant government agencies, artists, local wisdom, students, and citizens, using transmedia storytelling. This involves: 1) determining the identity of Phraya Phichai Dap Hak's Khiew–Phalee chickens in two dimensions of communication, considering both physical and semiotic dimensions; 2) developing innovative participatory graphic color-coded media; 3) Using various activities to promote the identity of Phraya Phichai Dap Hak's Khiew–Phalee chickens, including a painting contest, creating prints, and designing them using a computer graphics program; and 4) disseminating information to the public through a series of activities and media presentations, raising perception among chicken farmers regarding the identity of Phraya Phichai Dap Hak's Khiew–Phalee chickens. The use of graphic color-coded media has enabled farmers to plan for the development and improvement of the breed, bringing it closer to the standard characteristics by 73.24 %. The Provincial Livestock Office included innovative graphic color-coded media in the judging criteria for the annual Phraya Phichai Dap Hak's Khiew–Phalee chickens contest from 2020 to 2023. Additionally, the Learning Center of Korum Subdistrict Administrative Organization utilized color-coded media for developing community tourism activities. Therefore, participatory communication innovation is an essential tool in promoting Phraya Phichai Dap Hak's Khiew–Phalee chickens, increasing community perception of their value, and creating opportunities for a sustainable economy.

Keywords:

Uttaradit province
Khiew–Phalee chickens
Phraya Phichai Dap Hak
Graphic color-coded media
Transmedia storytelling

บทนำ

ไก่พื้นเมืองไทย เป็นทรัพย์สินทางภูมิปัญญาของชุมชน และเป็นสัตว์ที่สร้างอาชีพให้กับเกษตรกรในท้องถิ่นมาอย่างยาวนาน (Chaiyachet et al., 2016) แต่เนื่องจากสายพันธุ์ไก่พื้นเมืองไทยมีความหลากหลายทางชีวภาพ และมีการผสมข้ามสายพันธุ์ ทำให้ลักษณะสายพันธุ์ไก่พื้นเมืองไทยเกิดการสูญหาย รวมถึงไม่มีการกำหนดและการสร้างการรับรู้ลักษณะเฉพาะเจาะจงของไก่แต่ละสายพันธุ์ ดังนั้นจึงต้องทำการศึกษากำหนดลักษณะประจำพันธุ์ภายนอกและอุดมทัศน์ (Standard of perfection) ซึ่งเป็นมาตรฐานประจำพันธุ์ภายนอก (Phenotype) ของไก่ชนไทยที่สวยงามสมบูรณ์แบบ 5 ประการ คือ หน้างาม สิ่งงาม รูปงาม แข้งงาม และกิริยาขึ้นเชิงงาม โดย Tungtrakonpoung (2015a) กำหนดลักษณะประจำพันธุ์ภายนอกของไก่เหลืองหางขาวตามอุดมทัศน์ คือ หน้าหงอนบางกลางหงอนสูง สร้อยระย้าหน้านกงู มีพระเจ้าห้าพระองค์เป็นหย่อมขนสีขาวห้าแห่งที่บริเวณหัวหลังหงอน หัวปีกทั้งสองข้าง และบริเวณข้อขาทั้งสองข้าง ซึ่งแตกต่างจากไก่เหลืองหางขาวที่พบโดยทั่วไป เพื่อใช้เป็นแนวทางในการอนุรักษ์และพัฒนาสายพันธุ์ไก่พื้นเมืองไทยให้ปรากฏลักษณะตามอุดมทัศน์

ไก่เขียวพาลี คือ ไก่เขียวหางดำซึ่งเป็นไก่พื้นเมืองของประเทศไทยตั้งแต่ในอดีต ซึ่งไก่เขียวหางดำแตกต่างจากไก่เขียวพาลีในบริเวณสีขอบตา สีตา สีหน้า สีขน โดยไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักจะมีสีปาก เล็บ แข้ง เดือย เขียวอมดำรับกัน สีหงอน สีหน้าแดงสด สีขอบตาดำ รับกับตาสีเขียวอมดำ (Phromnoi et al., 2022) ดังภาพที่ 1 (Figure 1) ปี พ.ศ. 2556 ไก่เขียวพาลีได้รับการ

ประกาศเป็นทุนทางวัฒนธรรมภูมิปัญญาทางปศุสัตว์ของจังหวัดอุดรดิตถ์ และเป็นสัตว์อัตลักษณ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์ เนื่องจากไก่เขียวพาลีเป็นไก่ประจำพระองค์ของพระยาพิชัยดาบหักที่ได้รับการรับรองสายพันธุ์จากกรมปศุสัตว์ให้เป็นสัตว์เลี้ยงประจำถิ่น (Biodiversity Research and Development Section, 2023) และได้รับการประกาศให้ขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ ประจำปี พ.ศ. 2557 (Department of Cultural Promotion, 2014) และเป็นหนึ่งใน 10 สายพันธุ์ไก่ชนที่ได้รับการรับรองจากสมาคมการอนุรักษ์และพัฒนาไก่พื้นเมืองไทย (Suchaya, 2014)

สถานการณ์ที่เป็นอยู่เดิม

ปี พ.ศ. 2563 – พ.ศ. 2565 จังหวัดอุดรดิตถ์มีเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ จำนวน 9 ราย ในพื้นที่อำเภอเมือง อำเภอพิชัย อำเภอลับแล และอำเภอตรอน โดยเลี้ยงไก่เขียวพาลีประมาณ 100–120 ตัว (Phromnoi et al., 2022) จากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ในงานประกวดไก่พื้นเมืองจังหวัดอุดรดิตถ์เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ด้านการรับรู้ลักษณะเฉพาะเจาะจงของไก่เขียวพาลี พบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงไกร้อยละ 52 นึกถึงพระยาพิชัยดาบหัก ร้อยละ 20 นึกถึงจังหวัดอุดรดิตถ์ และพบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไม่ทราบถึงลักษณะประจำพันธุ์ของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ทำให้มีการเพาะพันธุ์ไก่เขียวพาลีในลักษณะเดียวกับไก่เขียวหางดำ ส่งผลให้ไก่ที่เลี้ยงส่วนใหญ่เป็นไก่เขียวหางดำ มีการเพาะพันธุ์และขายเป็นไก่เขียวหางดำเพื่อการบริโภคในราคากิโลกรัมละ 100–150 บาท ซึ่งหากเป็นไก่เขียวพาลีที่มีลักษณะตรงตามอุดมทัศน์ จะมี

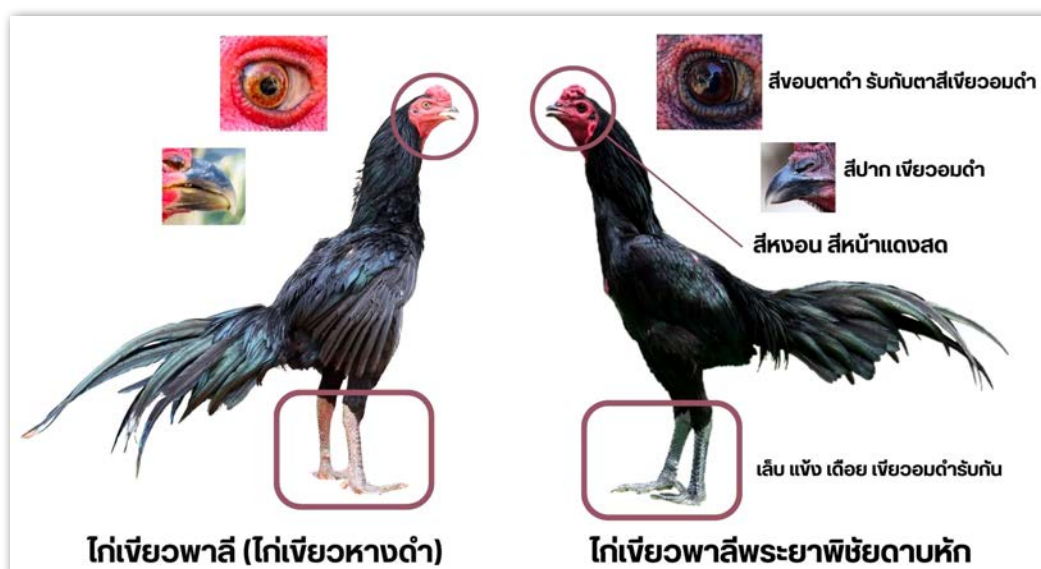


Figure 1 Differences between Khiew–Phalee chicken (black–tailed green chicken) and Phraya Phichai Dap Hak's Khiew–Phalee Chicken

ราคาเฉลี่ยตัวละ 1,500–5,000 บาท และหากเป็นไก่เขียวพาลี ขณะการประกวด จะมีราคาเฉลี่ยตัวละ 30,000–50,000 บาท จากการสัมภาษณ์เครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เขียวหางดำ 3 ฟาร์ม ในปี พ.ศ. 2563 พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไม่ทราบข้อมูลลักษณะ สีของอวัยวะแต่ละส่วนของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก จากการสำรวจไก่เขียวหางดำของทั้ง 3 ฟาร์ม จำนวน 72 ตัว มีไก่ที่ตรงตามลักษณะประจำพันธุ์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักเพียง 17 ตัวเท่านั้น

ลักษณะภายนอกที่สำคัญตามลักษณะอุดมทัศน์ของไก่เขียวพาลี (Phromnoi et al., 2022) ประกอบด้วย 1) หงอน (Comb) เป็นหงอนหิน สีแดงสด รับกับหน้า 2) ปากและฝาปิดจมูก (Beak and nostrils) สีเขียวอมดำ สีรับกับกับสีเกล็ด เล็บ แข้ง และเดือย 3) เหนียง (Wattle) เล็ก รัดติดคาง สีแดงรับกับหน้าและหงอน 4) ขนพื้นตัว (Body feathers) สีเขียวอมดำ (ปีกแมลงภู) แกนขนสีดำ 5) เกล็ด เล็บ แข้ง เดือย (Scales claws shanks spurs) สีขาวอมดำ สีรับกับปาก 6) ตา (Eyes) ขอบตาเป็นรูปวงรี คิ้วเรียบตามเข็มนา ขนคิ้วหนา ดวงตาสีเขียวอมดำ 7) หู (Rea earlobes) ตุ่มหูไม่หย่อนยาน สีแดงรับกับหน้าและหงอนมีขนปิดรูหูสีเขียวอมดำเหมือนขนสร้อย 8) ขนสร้อย สร้อยคอ สร้อยปีก สร้อยหลัง (Plumage) สีเขียวอมดำ (ปีกแมลงภู) แกนขนสีดำ 9) หาง (Long cure tail) ทางพัด และหางกะลวยสีเขียวอมดำ (ปีกแมลงภู) แกนขนสีดำ 10) ปั้นขา (Hock joints) หนังปั้นขาออกสีชมพู ขนปั้นขาสีเขียวอมดำ (ปีกแมลงภู) แกนขนสีดำคือ หงอนหินและตุ่มหูสีแดง สีเขียวอมดำที่

เป็นสีเฉพาะของไก่เขียวพาลีปรากฏชัดเจนบริเวณ ตา ปาก สร้อยคอ สร้อยหลัง สร้อยปีก ขนปีก หางกะลวย และหางพัด ตามลำดับดังภาพที่ 2 (Figure 2) ซึ่งเป็นลักษณะภายนอกและสัณฐานวิทยาสำหรับกำหนดลักษณะประจำพันธุ์ไก่เขียวพาลี เพื่อขอจดรับรองพันธุ์จากกรมปศุสัตว์ เพื่อให้ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักเป็นสัตว์อัตลักษณ์ประจำจังหวัดอุดรธานี

แม้จะมีกำหนดลักษณะเฉพาะเจาะจงของไก่เขียวพาลี โดย Phromnoi et al. (2022) แต่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ยังไม่รับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะประจำพันธุ์ โดยนำไก่ที่มีลักษณะไม่ตรงตามสายพันธุ์ไก่เขียวพาลีมาประกวดไก่พื้นเมืองประเภทไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ในวันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ. 2563 และงานประกวดไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ในวันที่ 7 เมษายน พ.ศ. 2564 อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐ เช่น ปศุสัตว์จังหวัดที่มีหน้าที่ส่งเสริมการพัฒนาปรับปรุงสายพันธุ์ ไม่มีการประกาศลักษณะประจำพันธุ์ที่ชัดเจน จึงทำให้ไม่สามารถส่งเสริมและสร้างการรับรู้ให้เกษตรกรได้ รวมถึงประชาชนทั่วไปทราบเพียงว่าไก่เขียวพาลีเป็นไก่ชนของพระยาพิชัยดาบหักเท่านั้น น้อยคนที่จะทราบและสามารถอธิบายคุณลักษณะเฉพาะทางกายภาพของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักได้ เป็นผลให้การรับรู้ลดน้อยลง ซึ่งแตกต่างจากการรับรู้ไก่เหลืองหางขาวของจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งเป็นไก่ที่มีประวัติศาสตร์ร่วมกับพระนเรศวรที่คนทั่วไปรับรู้ถึงลักษณะทางกายภาพ เนื่องจากมีการศึกษาผ่านตำราไก่ชนพระนเรศวรมหาราช (Tungtrakunpong, 2015a) และมีการศึกษาเกี่ยวกับความหลากหลายของไก่เหลือง

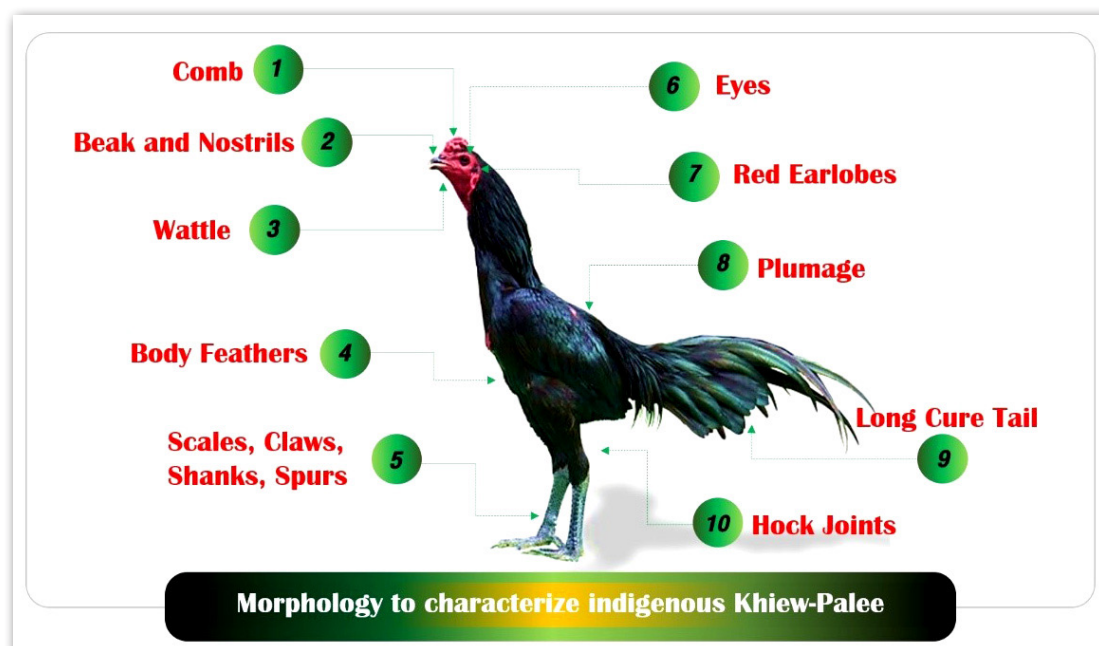


Figure 2 The standard of perfection for Phraya Phichai Dap Hak's Khiew–Phalee chickens announced by the Department of Livestock Development and utilized to establish the color identity of Khiew–Phalee chickens in communication for creating perception

ทางชาวในจังหวัดพิษณุโลกตามลักษณะอุดมทัศน์ (Soipeth et al., 2017) และมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านกิจกรรมการประกวดไก่พื้นเมือง รวมทั้งการทำธุรกิจบนสื่อออนไลน์

นอกจากนี้ กลุ่มเครือข่ายการพัฒนาไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักสะท้อนว่า ประชาชนทั่วไปไม่รู้จักและให้ความสนใจในไก่เขียวพาลี รวมถึงยังไม่มีมีการเผยแพร่ข้อมูลองค์ความรู้ทางวิชาการที่ถูกต้องเกี่ยวกับไก่เขียวพาลีอย่างเป็นรูปธรรม และจากการสำรวจการรับรู้ในเบื้องต้นผ่านสื่อและแหล่งข้อมูลสารสนเทศจากการสืบค้นข้อมูลในกูเกิล ในวันที่ 26 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ด้วยคำว่า “ไก่เขียวพาลี” พบแหล่งข้อมูลจำนวน 33,700 รายการ แบ่งเป็น 1) กลุ่มข้อมูลประเภทภาพ และ 2) กลุ่มข้อมูลประเภทวิดีโอ พบว่า การสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพที่อธิบายลักษณะเฉพาะของไก่เขียวพาลี คือ สร้อยคอ สร้อยหลัง และสร้อยปีก จะมีสีเขียวอมดำเป็นมัน เมื่อถูกแสงแดดจะสะท้อนแสงเลื่อมเขียวเหมือนปีกแมลงภู่หรือแมลงทับ สีของปาก แข็ง เล็บ และเดือย ต้องมีสีเขียวอมดำ สอดรับกับสีของตา (Tungtrakarnphong, 2015b) และข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์และความเชื่อมีการสร้างการรับรู้ที่หลากหลาย เน้นเป็นภาพตัวแทนของพระยาพิชัยดาบหักและจังหวัดอุตรดิตถ์

นอกจากนี้ยังพบการสื่อสารข้อมูลไก่เขียวพาลีเชิงพาณิชย์จำนวนมากผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ข้อมูลการซื้อขายและรูปลักษณะของไก่และแหล่งจำหน่าย เป็นต้น สอดคล้องกับข้อมูลที่สืบค้นจาก หนังสือ เอกสาร ภาพถ่าย พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับไก่เขียวพาลี แบ่งเป็น 2 มิติ คือ มิติเชิงสัญลักษณ์ที่ดีความไก่เขียวพาลีในเชิงคุณค่า ความหมาย และสัญลักษณ์ในเชิงประวัติศาสตร์ จะนึกถึงความเป็นนักรบ นักสู้ เป็นสัตว์ข้างกายของกษัตริย์หรือนักรบในอดีต และมิติเชิงกายภาพซึ่งประกอบด้วยลักษณะสีขน แข็ง จอเย ปาก เล็บ นั้นยังไม่ถูกต้อง ทั้งในการอธิบายเพื่อให้ความรู้ทางวิชาการ และการนำมาเป็นสัญลักษณ์ต่าง ๆ เช่น การเรียกรูปร่างไก่แก่นที่เป็นไก่พม่าพาลีเหลืองเป็นไก่เขียวพาลี การสื่อสารองค์ความรู้เกี่ยวกับไก่เขียวพาลีที่มีภาพประกอบเป็นไก่สายพันธุ์อื่น หรือกิจกรรมที่ใช้สัญลักษณ์ไก่เขียวพาลีไม่ถูกต้อง ดังภาพที่ 3 (Figure 3) เช่น รูปปั้นไก่สายพันธุ์อื่นแก่นหรือสักการะที่อนุสาวรีย์พระยาพิชัยดาบหัก สัญลักษณ์ในการทำกิจกรรมที่มีไก่เขียวพาลีที่มีสีขนและสีปากไม่ถูกต้อง เช่น ตราสัญลักษณ์ ทีมอุตรดิตถ์ FC ซึ่งเป็นทีมฟุตบอลประจำจังหวัด ในปี พ.ศ. 2552 ตัวนำโชค (Mascot) ที่มีสีหน้าและสีปากไม่ถูกต้อง ในการแข่งขันกีฬาที่จังหวัดอุตรดิตถ์เป็นเจ้าภาพ ในปี พ.ศ. 2555 และสัญลักษณ์

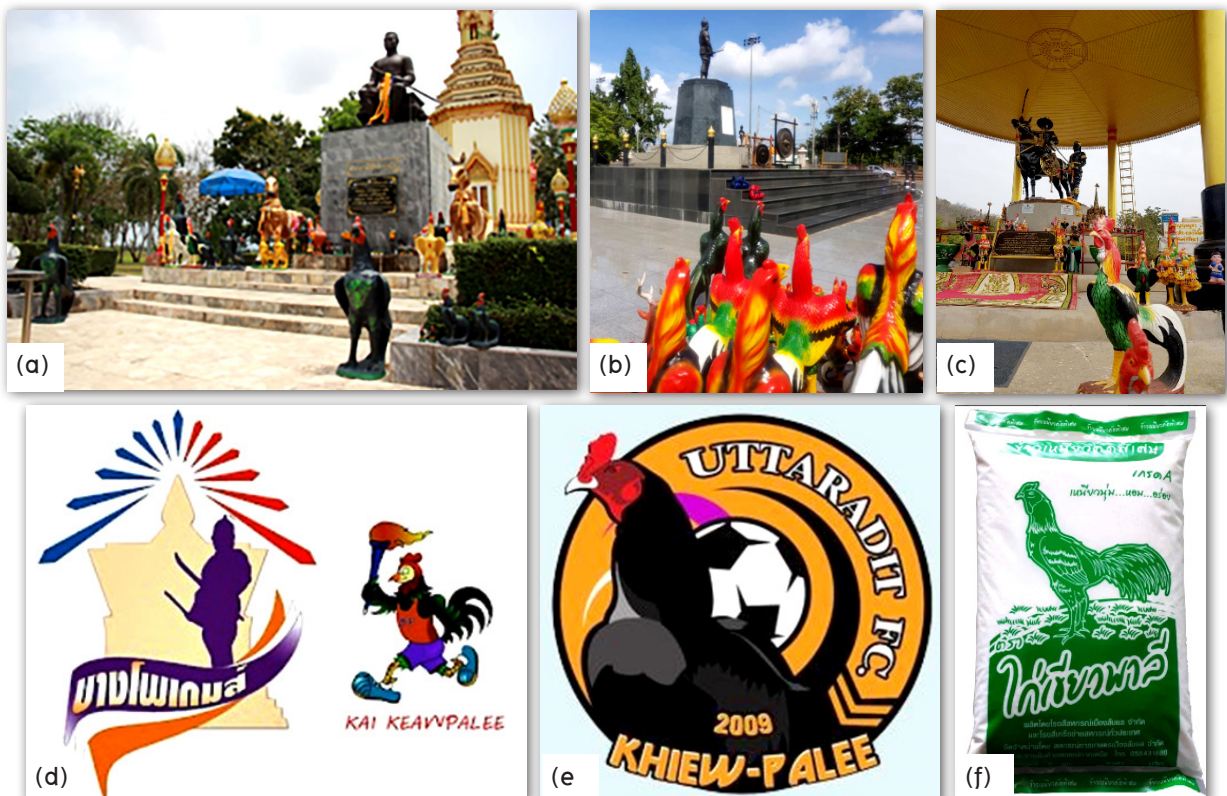


Figure 3 The statues of Khiew–Phalee chickens and votive offering Khiew–Phalee chickens; (a) At the relics stupa of Phraya Pichai in the museum, Pichai district, (b) At the Phraya Pichai Dap Hak monument in Muang district, and (c) Shrine of the merits of King Taksin and Phraya Pichai Dap Hak, (d) The Khiew–Phalee chicken served as the logo of Bang Pho Games, (e) The logo for a sports team, and (f) The logo for a product package

สินค้าบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ของจังหวัดซึ่งมีสีไก่เขียวพาลีทั้งตัวไม่ถูกต้อง

กระบวนการที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงและการยอมรับของชุมชนเป้าหมาย

การพัฒนาวัฒนธรรมการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักเกิดจากการมีส่วนร่วมของเครือข่ายการพัฒนาไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ที่มาจากกลุ่มที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาไก่เขียวพาลีภายใต้ภารกิจและเป้าหมายเดียวกัน ประกอบด้วย เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เขียวพาลีจังหวัดอุดรธานี ผู้ทรงคุณวุฒิด้านไก่พื้นเมืองไทย ศิลปินและปราชญ์ชาวบ้าน หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องในจังหวัดอุดรธานี ได้แก่ สำนักงานจังหวัด สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด รวมถึงนักเรียน นักศึกษา และประชาชน เพื่อให้เกิดกลไกการขับเคลื่อนในระดับนโยบาย โดยมีกรอบแนวคิดการดำเนินงานเพื่อพัฒนานวัตกรรมสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักตามอุดมทัศน์ที่เฉพาะเจาะจงของจังหวัดอุดรธานี และอัตลักษณ์ทางคุณค่าประวัติศาสตร์ ดังภาพที่ 4 (Figure 4)

แนวทางในการกำหนดอัตลักษณ์และการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักสู่สาธารณะด้วยแนวคิดการเล่าเรื่องข้ามสื่อโดยการมีส่วนร่วมของเครือข่าย

การพัฒนาไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก คือการสร้างโลกเนื้อหา (World building) ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ภายใต้เรื่องราวอัตลักษณ์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ผ่านการปฏิสัมพันธ์ของเครือข่ายการพัฒนาไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักหลายช่องทาง รวมทั้งการสื่อสารสาธารณะรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้สามารถสร้างประสบการณ์และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธีสร้างจุดเปิดเรื่องราวด้วยเนื้อหาการรับรู้อัตลักษณ์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก 2 มิติ คือ มิติเชิงกายภาพ ได้แก่ นวัตกรรมสื่อรหัสสีกราฟิกตามอุดมทัศน์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก และ มิติเชิงสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายเชิงคุณค่า เพื่อสร้างประสบการณ์การรับรู้และการลงมือปฏิบัติการให้กับกลุ่มเป้าหมายดังภาพที่ 5 (Figure 5)

1. การกำหนดอัตลักษณ์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักเพื่อการสื่อสาร

เครือข่ายการพัฒนาไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักที่เข้าร่วมกระบวนการ จำนวน 17 คน ร่วมแลกเปลี่ยนความเห็นเกี่ยวกับลักษณะภายนอกของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก เพื่อกำหนดการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมเวทีข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อยกระดับเศรษฐกิจของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก การบรรยายให้ความรู้โดยผู้เชี่ยวชาญด้านไก่พื้นเมืองและทีมวิชาการ การแลกเปลี่ยนระดมความเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก จังหวัดอุดรธานี เช่น สายพันธุ์ การ



Figure 4 The operational conceptual framework

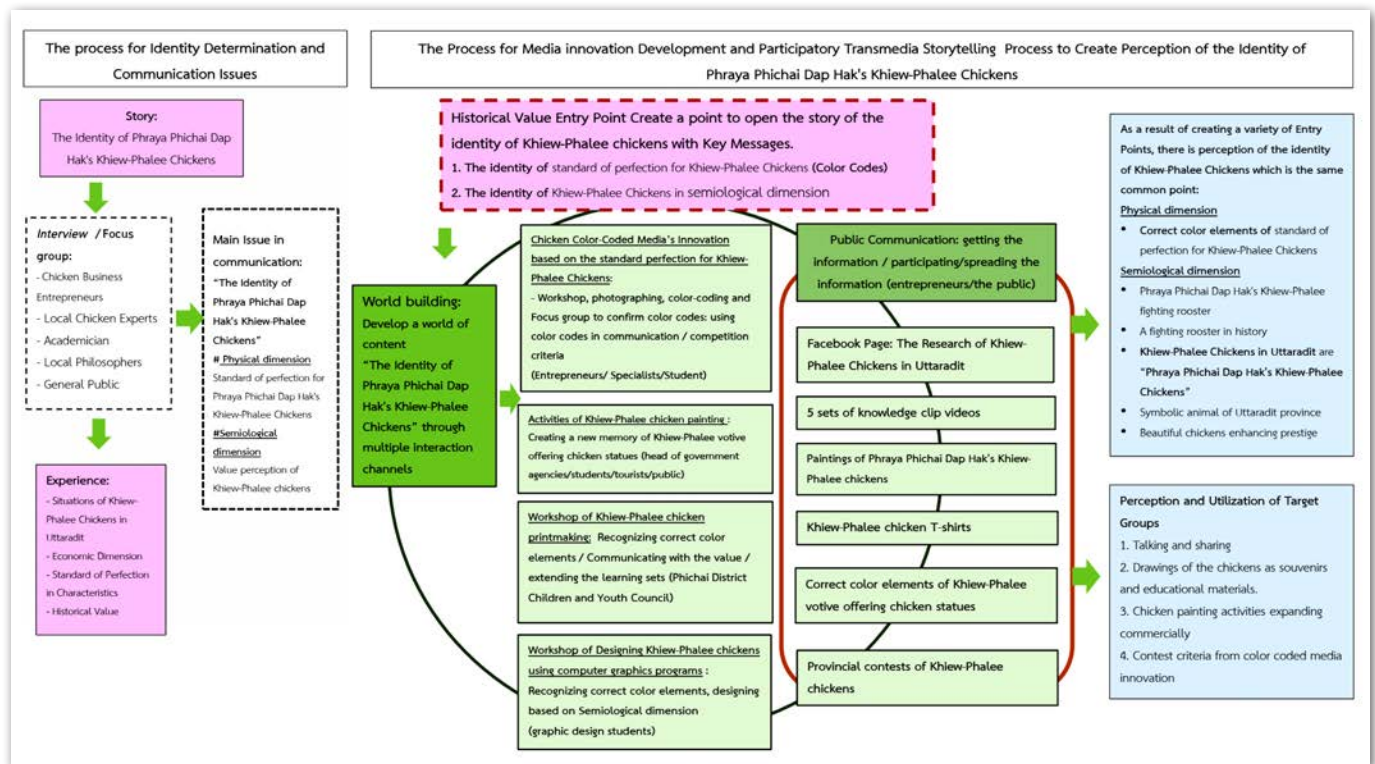


Figure 5 The transmedia storytelling process for creating the perception of identity in Phraya Phichai Dap Hak's Khiew-Phalee chickens

ประกอบกิจการ มาตรฐานฟาร์มเลี้ยงไก่ การรับรู้อัตลักษณ์ไก่เขียว พาลีพระยาพิชัยดาบหัก ทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับรู้ข้อมูล เกี่ยวกับลักษณะของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ด้านสายพันธุ์ มิติทางเศรษฐกิจ การเลี้ยง คุณค่าทางประวัติศาสตร์ และการ เชื่อมโยงไปสู่การท่องเที่ยว การพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ทำให้มี ประสบการณ์ร่วมเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของไก่เขียวพาลีพระยา พิชัยดาบหัก และขยายวงกว้างมากขึ้น กลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้ ได้ในระดับการตั้งรับจากการฟังบรรยาย และในระดับที่มีปฏิสัมพันธ์ ต่อเนื้อหาและร่วมสร้างเนื้อหา โดยมีข้อเสนอแนะต่อการสร้าง การรับรู้ในลักษณะพันธุ์ที่ถูกต้อง สร้างการรับรู้ผ่านคุณค่า ประวัติศาสตร์ของพระยาพิชัยดาบหักผูกโยงกับการท่องเที่ยว

ประเด็นในการสื่อสารการรับรู้อัตลักษณ์ไก่เขียวพาลี พระยาพิชัยดาบหัก ใน 2 มิติ มีดังนี้ มิติเชิงกายภาพตามลักษณะ อุดมทัศน์ ซึ่งเน้นไปตามลักษณะภายนอกที่สำคัญตามลักษณะ อุดมทัศน์ของไก่เขียวพาลี (Phromnoi et al., 2022) และมิติเชิง สันติวิทยาทางคุณค่าและประวัติศาสตร์ จากการสังเคราะห์ข้อมูล และการระดมความเห็นเบื้องต้น 7 ด้าน ดังนี้ 1) เป็นไก่คู่มารมีของ พระยาพิชัยดาบหัก 2) เป็นไก่นักรบ นักสู้ ในประวัติศาสตร์ 3) เป็น ไก่แห่งชัยชนะ 4) เป็นไก่ชนในหัวใจของนักรบ 5) เป็นไก่คู่เมืองพิชัย 6) เป็นไก่สัญลักษณ์จังหวัดอุดรดิตถ์ และ 7) เป็นไก่คู่มารมีของ กษัตริย์ และมีการทวนสอบประเมินมิติเชิงสันติวิทยาโดยเครือข่าย

การพัฒนาไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักในเวทีกำหนดอุดมทัศน์นี้ ไก่เขียวพาลีจังหวัดอุดรดิตถ์ โดยเน้นการเชื่อมโยงเรื่องราวกับ ประวัติศาสตร์ของพระยาพิชัยดาบหักและจุดขายเชิงพาณิชย์ ทำให้ มิติเชิงสันติวิทยาที่ใช้ในการสื่อสารอัตลักษณ์ไก่เขียวพาลีพระยา พิชัยดาบหักมี 5 ด้าน คือ 1) เป็นไก่ชนคู่มารมีพระยาพิชัยดาบหัก 2) เป็นไก่นักรบ นักสู้ ในประวัติศาสตร์ 3) เป็นไก่สวยงาม เสริม บารมี มีไว้แล้วจะโชคดี 4) เป็นสัตว์สัญลักษณ์ประจำจังหวัด อุดรดิตถ์ และ 5) ไก่เขียวพาลีของอุดรดิตถ์ใช้ชื่อว่า “ไก่เขียวพาลี พระยาพิชัยดาบหัก”

2. การพัฒนานวัตกรรมสื่อรหัสสีกราฟิกแบบมีส่วนร่วม

การจัดทำสื่อรหัสสีกราฟิกตามลักษณะอุดมทัศน์นี้ โดย เจาะจงเลือกเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ที่เข้า ร่วมโครงการ 3 ฟาร์ม เพื่อร่วมวางแผนการพัฒนาสื่อรหัสสีกราฟิก ตั้งแต่ขั้นตอนการคัดเลือกไก่เขียวพาลีที่มีสีตรงตามอุดมทัศน์ จาก ทั้ง 3 ฟาร์ม เพื่อเป็นแบบในการถ่ายภาพ โดยมีอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการถ่ายภาพและนักศึกษาวิชาการถ่ายภาพร่วมแลกเปลี่ยน ความรู้เทคนิคการถ่ายภาพไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก เพื่อ นำมาพัฒนามาตรฐานสื่อรหัสสีกราฟิกตามลักษณะอุดมทัศน์นี้ ดังภาพที่ 6 (Figure 6)

การถ่ายภาพนิ่งโดยใช้กล้องถ่ายภาพ DSLR ยี่ห้อ Canon 5D mark 2 โดยใช้ Lens 24–70 ถ่ายภาพใกล้แบบเต็มตัวและใช้ Lens 70–200 ใช้ถ่ายเจาะไปยังส่วนต่าง ๆ ของไก่ กำหนดค่าการถ่ายภาพด้วยตัวเอง (Manual) เพื่อควบคุมค่าสีของทุกภาพ ดังนี้ ค่าแสงสมดุลสีขาว (WB): ใช้การตั้งค่าที่อุณหภูมิแสงกลางวัน 5000 เคลวิน ค่าการเปิดรับแสง (Exposure time): 1/250–1500 ค่าความไวแสง (ISO): 100–400 และตั้งค่ารูรับแสง (Aperture) ให้สัมพันธ์กับการเปิดรับแสง บันทึกไฟล์ภาพ JPEG ความละเอียด: 3072x2304 พิกเซล นำภาพถ่ายไปกำหนดรหัสสีกราฟิกตามอุดมทัศน์โดยใช้โปรแกรม Photoshop เทียบสีในระบบ CMYK ซึ่งเป็นระบบแม่สีทางการพิมพ์ สี CMYK Cyan (ฟ้าอมเขียว) Magenta (แดงอมม่วง) Yellow (เหลือง) Black (ดำ) โดยมีผลการแยกสีส่วนประกอบเบื้องต้นของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ดังภาพที่ 7 (Figure 7) เพื่อนำมาเข้าสู่กระบวนการทำรหัสสีกราฟิกโดยใช้โปรแกรม Photoshop

การยีนย่นรหัสสีกราฟิกตามลักษณะอุดมทัศน์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักเพื่อนำไปใช้สื่อสาร โดยเครือข่ายการพัฒนาไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักที่ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านไก่พื้นเมือง/อุดมทัศน์ไก่พื้นเมือง ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนา และส่งเสริมการเลี้ยงไก่พื้นเมือง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีโครงการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมือง ผู้แทนส่วนราชการของจังหวัดอุดรดิตถ์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสัตว์ประจำถิ่น ผู้ประกอบการธุรกิจสัตว์ปีกภายนอกจังหวัด เกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่เขียวพาลีจังหวัดอุดรดิตถ์ ปราชญ์ ศิลปินพื้นบ้าน และนักวิชาการของมหาวิทยาลัย จำนวน 21 คน โดยมีประเด็นการสื่อสาร คือ การกำหนดรหัสสีกราฟิกตามลักษณะ

อุดมทัศน์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักเพื่อใช้ในการสื่อสาร นำเสนอการกำหนดค่าสีตามองค์ประกอบของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ให้ผู้เข้าร่วมประชุมดูผ่านจอโทรทัศน์ประกอบใบพัดสี ซึ่งมีค่าสีใกล้เคียงกับภาพจริงมากที่สุด ใช้จุดเปิดเข้าสู่เรื่องราวด้วยการบรรยายประกอบเอกสาร ระดมความเห็น เลือกและยีนย่นรหัสสีกราฟิกตามหมายเลขที่กำหนดไว้ 6 องค์ประกอบ ตามภาพที่ 7 (Figure 7) พบว่า 1) ค่าสีหน้าและหงอน ตรงกับค่าสีที่ 1 มากที่สุด ร้อยละ 57.14 รองลงมาเป็นค่าสีที่ 2 ร้อยละ 42.85 2) ค่าสีสร้อยคอ ตรงกับค่าสีที่ 2 มากที่สุด ร้อยละ 57.14 รองลงมาเป็นค่าสีที่ 3 ร้อยละ 33.33 3) ค่าสีปาก ตรงกับค่าสีที่ 3 มากที่สุด ร้อยละ 61.90 รองลงมาเป็นค่าสีที่ 4 ร้อยละ 28.57 4) ค่าสีหางกะลวย ตรงกับค่าสีที่ 2 และ 3 เท่ากัน ร้อยละ 47.61 5) ค่าสีขนปิดหู ตรงกับค่าสีที่ 3 มากที่สุด ร้อยละ 57.14 รองลงมาเป็นค่าสีที่ 4 ร้อยละ 42.85 และ 6) ค่าสีตา ตรงกับค่าสีที่ 3 มากที่สุด ร้อยละ 52.39 รองลงมาเป็นค่าสีที่ 4 ร้อยละ 33.33

จากนั้นนำรหัสสีกราฟิกที่ใกล้เคียงกับสีของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักที่ได้รับการยีนย่นมากที่สุด 2 อันดับแรก จัดทำใบพัดสี โดยเน้นกลุ่มสี 6 องค์ประกอบ คือ 1) ค่าสีหน้าและหงอน สีแดงสดรับกับหน้า 2) ค่าสีสร้อยคอ สีเขียวอมดำแวววับดูจับแมลง 3) ค่าสีปาก 4) ค่าสีหางกะลวย 5) ค่าสีขนปิดหู 6) ค่าสีตา เพื่อใช้ในการสื่อสารทางด้านกราฟิก ดังภาพที่ 8 (Figure 8) เพื่อใช้ประกอบการคัดเลือกสายพันธุ์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักที่ถูกต้องในฟาร์ม และเป็นเกณฑ์ในการประกวดไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักและใช้สื่อสารสร้างการรับรู้ผ่านสื่อและกิจกรรมต่าง ๆ



Figure 6 The process of photographing Khiew–Phalee chickens and color-coding the photos according to the standard of perfection



Figure 7 (a) The color codes for the face and comb are bright red, (b) The color codes for the hackles main sickles are greenish black, (c) The beak are greenish black, (d) The color of a bumblebee's wings are greenish black, (e) The ear lobe is coded in a dark greenish-black shade, and (f) The color codes for the eyes are greenish black

3. การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักด้วยชุดกิจกรรม

การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักด้วยชุดกิจกรรม 3 รูปแบบ คือ 1) การประกวดการทำไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ณ งานบ้านเกิดท่านพ่อพระยาพิชัยดาบหักโดยความร่วมมือกับจังหวัดอุดรธานีและอำเภอพิชัย ใช้วิธีการเจาะจงเลือกกลุ่มเป้าหมายที่มีส่วนร่วมในกิจกรรม จำนวน 100 คน ประกอบด้วย หัวหน้าส่วนราชการ ประชาชน นักท่องเที่ยว 2) การทำภาพพิมพ์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักโดยความร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนตำบลคอรุมและสภาเด็กและเยาวชนอำเภอพิชัย กลุ่มเป้าหมายคือ ตัวแทนนักเรียนมัธยมที่เป็นสมาชิกสภาเด็กและเยาวชน จำนวน 31 คน ซึ่งเป็นกลุ่มเยาวชนจากศูนย์การเรียนรู้เพื่อขับเคลื่อนสร้างการ

รับรู้อัตลักษณ์ของอำเภอพิชัย และ 3) การออกแบบไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักด้วยโปรแกรม illustrator โดยความร่วมมือกับหลักสูตรนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี กลุ่มเป้าหมายคือ นักศึกษาวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิกเพื่อการออกแบบ จำนวน 25 คน เนื่องจากมีพื้นฐานการออกแบบและผลิตสื่อเพื่อพัฒนาด้านงานกราฟิกไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักสำหรับการเผยแพร่ ดังภาพที่ 9 (Figure 9)

4. การสื่อสารสู่สาธารณะผ่านชุดกิจกรรมและนำเสนอผ่านสื่อ

การสื่อสารสู่สาธารณะทั้งในรูปแบบสื่อดิจิทัล สื่ออนาล็อก และสื่อที่นำเสนอผ่านช่องทางออนไลน์ประกอบด้วยเฟซบุ๊กเพจไก่เขียวพาลีอุดรธานี สื่อคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์กิจกรรม 3 ชุด

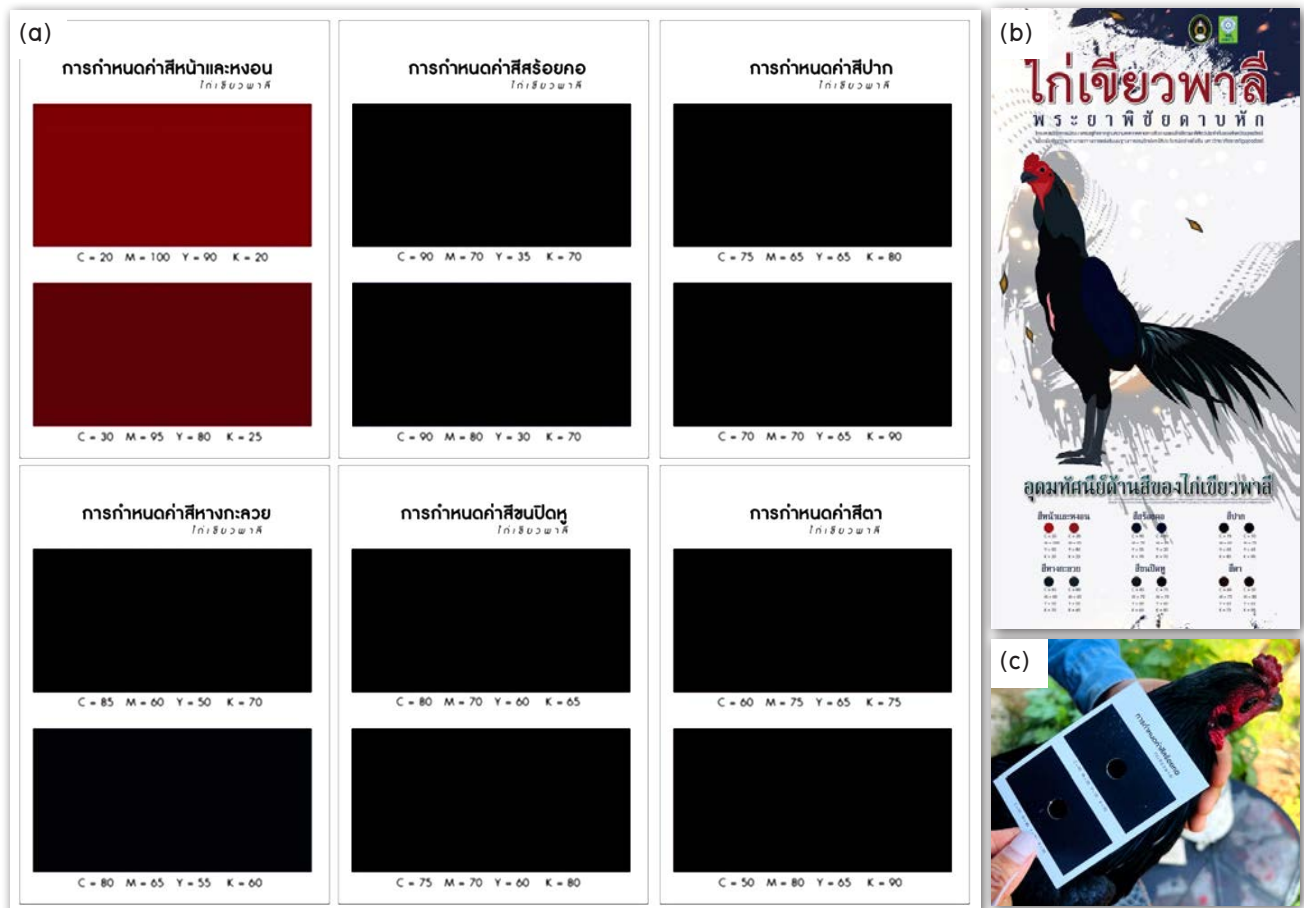


Figure 8 (a) The color codes based on the standard of perfection for Phraya Phichai Dap Hak's Khiew-Phalee chickens, (b) Public relations media creates awareness about color codes, and (c) Farmers use color codes pantone to select the Phraya Phichai Dap Hak's Khiew-Phalee chicken breed

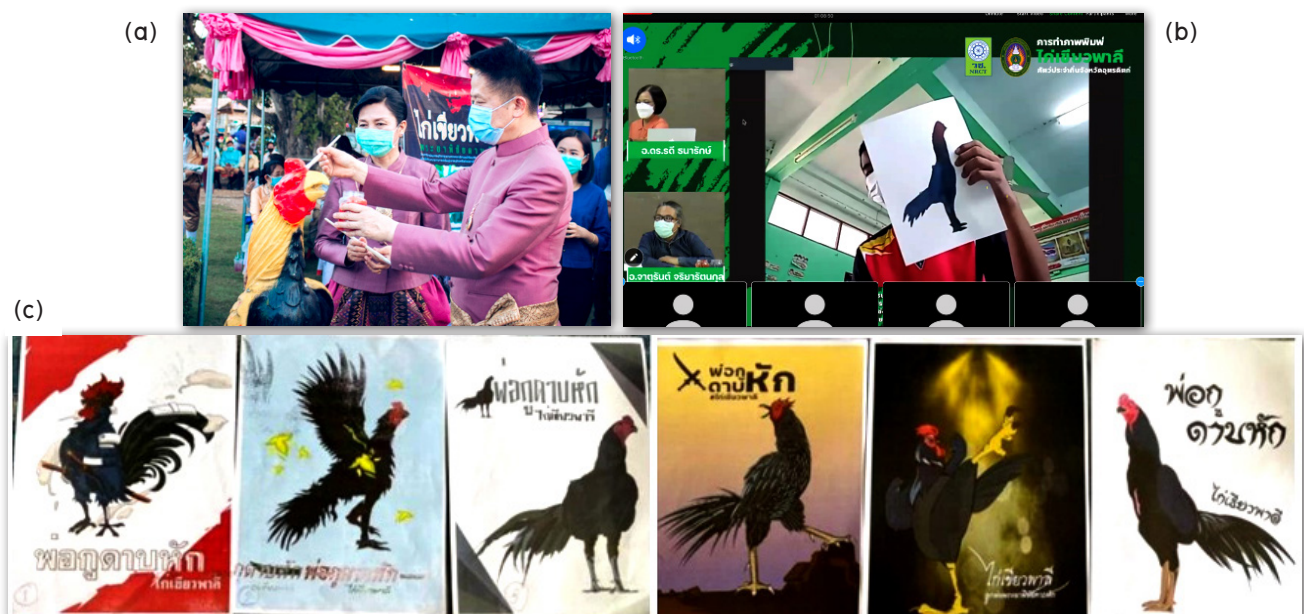


Figure 9 Three activities for creating the perception of identity in Khiew-Phalee chickens in Uttaradit province, including; (a) The painting contest of Khiew-Phalee chickens, with Mr. Phon Damtham, the governor of Uttaradit province, (b) Printmaking training, and (c) Designing Khiew-Phalee chickens using computer graphics programs

คลิปปิดีโอความรู้ 5 ตอน ชุดภาพวาดไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักโดยความร่วมมือกับอาจารย์หลักสูตรศิลปกรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ เลือดยึดภาพลายเส้นไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักโดยความร่วมมือกับศิลปินท้องถิ่น อำเภอพิชัย และเลื่อยึดโครงการวิจัย โดยความร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนตำบลคอรุม ดังภาพที่ 10 (Figure 10) กิจกรรมการประกวดไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักอุตรดิตถ์โดยความร่วมมือกับจังหวัดอุตรดิตถ์และอำเภอพิชัย สื่อรูปปั้นไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักแก่นที่มีสีตามอุดมทัศน์นี้จัดแสดง ณ อนุสาวรีย์พระยาพิชัยดาบหัก โดยความร่วมมือกับสำนักงานจังหวัดอุตรดิตถ์ โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ นักศึกษาหลักสูตรศิลปกรรม กลุ่มอาสาสมัครรวมถึงผู้ประกอบการขายของที่ระลึกเครื่องสักการะ

จากรูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้แสดงให้เห็นว่ากระบวนการเล่าเรื่องข้ามสื่อ โดยการสร้างโลกเนื้อหาอัตลักษณ์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ผ่านกิจกรรมและสื่อต่าง ๆ ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ มีส่วนร่วมผ่านกิจกรรมและสื่อ กลุ่มเป้าหมายบางกลุ่มเกิดกิจกรรมเพิ่มเติม เช่น การคุยและการแชร์ต่อสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลคอรุมนำภาพวาดไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักเป็นของที่ระลึกและเป็นสื่อให้ความรู้ในพิพิธภัณฑ์ การจัดฐานการเรียนรู้ กิจกรรมทาสีไก่แก่นต่อยอดเชิงพาณิชย์ ปศุสัตว์จังหวัดใช้เกณฑ์การประกวดจากนวัตกรรมสื่อรหัสสีกราฟิก สะท้อนให้เห็นว่ากระบวนการเล่าเรื่องข้ามสื่อที่สื่อสารและสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักทำให้เกิดการรับรู้ทั้งในระดับผู้รับสารแบบตั้งรับและผู้แสวงหาข่าวสาร

ความรู้หรือความเชี่ยวชาญที่ใช้

การสื่อสารอัตลักษณ์

อัตลักษณ์เป็นลักษณะเฉพาะที่แสดงถึงความเป็นตัวตนและสร้างขึ้นโดยสังคมผ่านกระบวนการสร้างและการหยิบยืมจากวัฒนธรรมอื่น สามารถเชื่อมโยงกับการสร้างสัญลักษณ์เพื่อเพิ่มความหมายและมูลค่าให้กับสินค้าทั้งในภาคบริการและสินค้าวัฒนธรรม (Sanrasomphisut, 2003) นอกจากนี้การสร้างอัตลักษณ์ยังถูกนำมาเชื่อมโยงกับการสร้างสัญลักษณ์เพื่อให้เกิดการประกอบสร้างความหมายใหม่เชิงคุณค่าเพื่อใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าทั้งในภาคบริการและสินค้าวัฒนธรรมทั้งอัตลักษณ์ระดับปัจเจก ระดับท้องถิ่น หรือระดับชาติ ก็สามารถกลายเป็นสินค้า (Chanthaphrom, 2017) การวัดอัตลักษณ์ทำได้โดย การบอกกับตัวเองว่า “เราเป็นใคร” และบอกให้คนอื่นรับรู้ “เราเป็นใคร” “เรามีลักษณะอย่างไร” “เราเป็นชุมชนแบบไหน” (Kaewthep, 2006) โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องมีส่วนร่วมในการกำหนดและสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจและมีเอกภาพในการสื่อสารอัตลักษณ์นั้นได้อย่างเด่นชัด

การศึกษาและรวบรวมข้อมูลเพื่อกำหนดอัตลักษณ์ที่เด่นชัดสำหรับไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ซึ่งเกิดจากการรับรู้จากสื่อต่าง ๆ รวมถึงกลุ่มเป้าหมาย และนำมาใช้ในการออกแบบนวัตกรรมสื่อเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักสอดคล้องกับ Ratanasimakul et al. (2019) ที่กล่าวว่า กระบวนการหนึ่งที่สำคัญของการศึกษาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย มาจากข้อมูล



Figure 10 (a) Paintings of Khiew–Phalee chickens, (b) Khiew–Phalee chicken line art T-shirt designed by a local artist in Phichai district, (c) Research project t-shirt in collaboration with Corum Subdistrict Administrative Organization, and (d) Statue of Khiew–Phalee Phraya Phichai Dab chickens for vow

ของกลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกระดับ และสอดคล้องกับ Reamsri & Khieokaew (2019) ที่ศึกษาผลกระทบการสื่อสารอัตลักษณ์ผ้าไหมครามสกนกร พบว่า ยุทธศาสตร์การสื่อสารต้องมีการเชื่อมโยงพื้นที่ที่เป็นแหล่งผลิต ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา ความภาคภูมิใจของผู้ผลิต เพื่อนำไปสู่การเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมซึ่งจะสามารถสร้างมูลค่าจากอัตลักษณ์ผ้าไหมครามสกนกร การกำหนดอัตลักษณ์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก 2 มิติ ได้แก่ มิติเชิงกายภาพ สามารถนำมาใช้ในการสร้างรหัสสีกราฟิกเพื่อสื่อสารและเข้าใจอย่างถูกต้อง ในขณะที่มิติเชิงสัญลักษณ์ สามารถนำเรื่องราวของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักที่เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์มาสู่การรับรู้คุณค่าในปัจจุบัน การสื่อสารอัตลักษณ์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก จึงต้องสร้างการรับรู้ที่ครอบคลุมทั้งในมิติเชิงกายภาพและมิติเชิงสัญลักษณ์เพื่อให้เกิดคุณค่าทางจิตใจ

การถ่ายภาพเพื่อให้ได้สีตามธรรมชาติ

การถ่ายภาพเพื่อให้ได้สีที่เหมือนสิ่งจริงที่สุด สามารถใช้หลักการถ่ายภาพ 5 วิธี คือ 1) การตั้งกล้องเป็นโหมดถ่ายภาพแบบกำหนดค่าการถ่ายภาพด้วยตนเองเป็นโหมดที่ผู้ใช้สามารถปรับค่าต่าง ๆ ทำให้ได้ภาพถ่ายที่ตรงตามความต้องการ 2) การตั้งค่าการเปิดรับแสงหรือความเร็วชัตเตอร์ให้สัมพันธ์กับการเคลื่อนไหวของวัตถุ ถ้าวัตถุมีการเคลื่อนไหวเร็ว ความเร็วชัตเตอร์ก็ต้องสูงเพื่อจับภาพที่เคลื่อนไหวให้นิ่งแต่ก็มีผลทำให้แสงจะเข้ากล้องน้อยลงภาพจะมีมืด ควรถ่ายในสถานที่ที่อยู่กลางแจ้งมีแสงมาก 3) การตั้งค่ารับแสง เป็นตัวควบคุมปริมาณของแสงผ่านเลนส์เข้าไปในกล้อง ถ้าขนาดรูรับแสงกว้าง (ค่าตัวเลขน้อย) แสงจะเข้าไปได้มากทำให้ภาพที่ถ่ายมีความชัดตื้น แต่ถ้าขนาดรูรับแสงแคบ (ค่าตัวเลขมาก) แสงจะเข้าไปได้น้อยทำให้ภาพที่ถ่ายมีความชัดลึก ซึ่งเหมาะกับการถ่ายภาพที่ต้องการความชัดทั้งภาพ 4) การตั้งค่าความไวแสง (ISO) ควบคุมปริมาณแสงที่กล้องมีผลกระทบต่อความมืดหรือแสงในภาพถ่าย การตั้งค่า ISO 100 เป็นตัวเลือกที่ดีที่สุดสำหรับการถ่ายภาพกลางแจ้งในวันที่มีแดดจ้าซึ่งเป็นสถานการณ์ที่สว่างที่สุดในการถ่ายภาพ (Canon, 2021) 5) สมดุลแสงสีขาว (White balance) ทำให้สิ่งที่เป็นสีขาวดูออกมาเป็นสีขาวในภาพถ่ายโดยการชดเชยอิทธิพลของสีของแสงในสภาวะแวดล้อมการถ่ายภาพนั้น กล้องอัตโนมัติเหมาะกับสภาพแสงที่ไม่ซับซ้อน การปรับให้เหมาะกับฉากต่าง ๆ เช่น ถ้าถ่ายภาพกลางแจ้งในช่วงเวลาที่มีแสงแดดให้ปรับค่าไปที่รูปพระอาทิตย์ หรือเลือกการตั้งค่าแบบกำหนดเองได้ในกรณีที่ต้องการสีของภาพตรงกับที่ตามองเห็น โดยไปที่โหมดปรับสมดุลแสงสีขาวโดยการกำหนดค่าตัวเอง แล้วเลือกปรับค่าแบบละเอียด (Samarom, 2017)

นอกจากนี้ Changnawa & Chansomsak (2017) ศึกษาการพัฒนากระบวนการเทียบสีองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม ได้อธิบายกระบวนการเทียบสี ตั้งแต่แนวทางการบันทึกภาพถ่าย ที่

ต้องใช้การควบคุมตัวแปรทางสภาพแวดล้อมในระหว่างการเก็บข้อมูลให้อยู่ภายใต้ฤดูกาลและสภาพอากาศเดียวกันเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูลที่เป็นผลมาจากความแตกต่างของสภาพแสงและถ่ายภาพในวันที่ความเข้มของแสงปกติโดยเฉลี่ยหรือวันที่แสงมีความสว่างสูงสุดตามดัชนีความถูกต้องของสี (Color rendering index) คือ ช่วงเที่ยงวัน การใช้กล้องดิจิทัลในการบันทึกภาพโดยตั้งค่าด้วยตัวเอง เพื่อควบคุมสีของทุกภาพให้ตรงกัน และมีการบันทึกไฟล์ภาพของกล้องดิจิทัลในรูปแบบที่มีการบีบอัดสูญเสียความละเอียดที่สามารถยอมรับได้ ไฟล์ภาพ JPEG ความละเอียด 3027 x 2304 พิกเซล

ระบบสีพื้นฐานเพื่อนำมาใช้ในการกำหนดรหัส/ค่าสี

ระบบสีอาร์จีบี (RGB) คือ ระบบสีทางดิจิทัลที่มีพื้นฐานมาจากแนวคิดการรับรู้สีของมนุษย์ โดยใช้การผสมกันแบบบวกของสีหลักคือ แสงสีแดง แสงสีเขียว และแสงสีน้ำเงิน (Malacara, 2011) ที่สัมพันธ์กับระบบฐานตัวเลขต่ำสุดคือ 0 สูงสุดคือ 255 แสดงความสัมพันธ์ได้ดังนี้ $RGB = Red \times Green \times Blue$ ($RGB = 255 \times 255 \times 255$) การทำงานของระบบสี RGB อยู่ในระบบพิกัดประสานในแบบ 3 มิติ (Changnawa & Chansomsak, 2017) เมื่อนำมาสีของแสงทั้ง 3 มาผสมกัน ในปริมาณแสงสว่างเท่า ๆ กันก็จะได้เป็นแสงสีขาว แต่ถ้าผสมกันระหว่างแสงระดับความสว่างต่างกัน เป็นสีอื่นได้ปริมาณของสีในระบบราว 16.7 ล้านสี ระบบสี RGB เหมาะสำหรับงานออกแบบเว็บไซต์ ทำสื่อพรินต์เช่น ออกแบบแอนิเมชัน เป็นต้น ซึ่งหากนำไปใช้ในงานออกแบบควรตั้งประเภทของหมวดสีให้ถูกต้อง ส่วนในงานสิ่งพิมพ์จะนิยมใช้ระบบสี CMYK ย่อมาจาก Cyan (ฟ้าอมเขียว) Magenta (แดงอมม่วง) Yellow (เหลือง) Black (ดำ) ซึ่งเป็นชื่อแม่สีที่นำมาใช้ในการผสมสีในการพิมพ์ แม่สีทั้ง 4 สีนี้ในทางทฤษฎีสามารถสร้างสีได้มากกว่า 4 พันล้านสี CMYK เหมาะสำหรับงานสิ่งพิมพ์ทุกชนิด เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ ป้ายไวนิล เป็นต้น (Thammasat Printing house, 2020)

กระบวนการพัฒนารหัสสีกราฟิกไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก มีการนำไฟล์ภาพถ่ายเข้าสู่คอมพิวเตอร์โดยการแสดงผลสีบนจอคอมพิวเตอร์มีรูปแบบการแสดงผลเป็น RGB หลังจากนั้นนำภาพถ่ายไปกำหนดรหัสสีองค์ประกอบตามอุดมทัศน์ในโปรแกรม Photoshop โดยใช้รหัสสีในระบบสี CMYK โดยนำสีในแต่ละองค์ประกอบของไก่มาสร้างมาตรฐานการเทียบสี Pantone Matching System (PMS) ที่ช่วยให้บันทึกออกแบบสามารถจับคู่สีและเจาะจงการใช้สีได้อย่างถูกต้องเข้าใจตรงกันตั้งแต่กระบวนการออกแบบไปจนถึงขั้นตอนการผลิต (Creative Thailand, 2019)

นวัตกรรมสื่อ

นวัตกรรมสื่อ (Media innovation) หมายถึง การสร้างความคิด การปฏิบัติ หรือสิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน หรือการพัฒนา

และปรับปรุงจากสิ่งเดิมให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Potts, 2011) แบ่งนวัตกรรมสื่อเป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่ 1) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์สื่อ (Product innovation) คือ การพัฒนาเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี บริการ และเนื้อหาของสื่อ 2) นวัตกรรมกระบวนการ (Process innovation) คือ การเปลี่ยนแปลงในกระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย และโครงสร้างการทำงาน ขององค์กรสื่อ 3) นวัตกรรมจุดยืนของสื่อ (Position innovation) เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงบริบทหรือลักษณะของสื่อและบริการ เช่น เปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์แบรนด์ กลยุทธ์ หรือกลุ่มเป้าหมาย 4) นวัตกรรมกระบวนทัศน์ของสื่อ (Paradigmatic innovation) คือ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความคิดขององค์กร คุณค่าอาชีพ และรูปแบบการหารายได้ของสื่อ นักวิจัย Srisarakham (2018) ได้วิเคราะห์ว่า ลักษณะของนวัตกรรมสื่อที่พิจารณาในเรื่องของเนื้อหา (Content) หรือตัวผลิตภัณฑ์สื่อที่เกิดขึ้นนั้น จำเป็นต้องมีความใหม่ มีความเสี่ยงในการพัฒนา แต่เมื่อสำเร็จแล้วจะมีผลสร้างสรรคที่เป็นประโยชน์ทั้งในด้านธุรกิจและสังคม ในงานนี้มีการพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์สื่อ ได้แก่ การพัฒนารหัสสีกราฟิกของ ไก่เขียวพาสีพระยาพิชัยดาบหัก ที่ตรงตามลักษณะอุดมทัศน์ โดยกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่นำไปใช้ประกอบในการเทียบสีเพื่อคัดเลือก ไก่ในฟาร์มประกอบการพัฒนาสายพันธุ์ให้ตรงตามลักษณะที่ถูกต้องมากขึ้น อีกทั้งยังใช้สื่อสารงานกราฟิกเพื่อให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ ทางด้านสีของไก่เขียวพาสีพระยาพิชัยดาบหักได้ถูกต้อง นอกจากนี้ ยังใช้สื่อกิจกรรมเป็นหลักในการถ่ายทอดความรู้อัตลักษณ์ของ ไก่เขียวพาสีให้กลุ่มเป้าหมายเกิดประสบการณ์การเรียนรู้ผ่านการมีส่วนร่วมทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการจดจำได้และประทับใจ

การเล่าเรื่องข้ามสื่อ

การเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia storytelling) เป็นเครื่องมือในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการสร้างปฏิสัมพันธ์ และทำให้คนมีส่วนร่วมกับประเด็นสังคม ด้วยลักษณะของการสร้างเนื้อหาแบบหลายเรื่องราว นำเสนอผ่านหลายช่องทาง ด้วยการเล่าเรื่องหลายรูปแบบเป็น “โลกของเนื้อหา” (Suphakitcharoen, 2021) โดย Jenkins (2009) นิยามว่า “การเล่าเรื่องข้ามสื่อ” คือ การเล่าเรื่องบนหลายแพลตฟอร์มเพื่อสร้างประสบการณ์ที่รวมเป็นหนึ่งเดียวสู่หัวใจของเรื่อง อาศัยการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร ปฏิสัมพันธ์แบบร่วมคิดร่วมทำ สอดคล้องกับ แนวคิดของ Thompson (2010) ที่อธิบายว่า การเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia) คือ การสร้างโลกของการเล่าเรื่อง “Many stories, Many forms, Many channels” ขยายเรื่องโดยมีการดัดแปลงเนื้อหาให้เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม ทำให้รับสารได้หลากหลายมากขึ้น เข้าถึงกลุ่มคนที่แตกต่างกัน โดยมีแก่นเรื่องหรือเส้นเรื่องหลักร่วมกัน ซึ่งเป็นการสร้างประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นอย่างหลากหลายให้แก่ผู้รับสาร ดังนั้น การเล่าเรื่องข้ามสื่อ ถือเป็นนวัตกรรมด้านเนื้อหา

ของสื่อมวลชนที่ถูกพัฒนาขึ้น เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้รับสารที่ต่างกัน รวมถึงเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงลึกกับผู้รับสารที่จะทำให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างผู้รับกับผู้ส่งสารและความรู้สึกผูกพันกับสารหรือเนื้อหาได้มากขึ้น

Srisarakham (2022) อธิบายกระบวนการสร้างการเล่าเรื่องข้ามสื่อ ว่าประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) เรื่องราว (Story) คือ ประเด็นที่ต้องการสื่อสาร รูปแบบในการสื่อสาร ผู้สร้างพัฒนาเรื่องราวที่ต่อยอดออกจากเรื่องหลัก 2) ประสบการณ์ (Experience) การออกแบบประสบการณ์ให้คนมีส่วนร่วมกับเรื่องราวท้าทายให้มีการแสดงออกปฏิสัมพันธ์ร่วมสร้างเนื้อหา 3) ผู้รับสาร (Audience) การวิเคราะห์ผู้รับสารและออกแบบเนื้อหาสำหรับผู้รับสารแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกันและมีกระบวนการมีส่วนร่วม 4) ช่องทางการสื่อสาร (Platforms) การเลือกใช้แพลตฟอร์มในการสื่อสารให้สามารถสร้างประสบการณ์และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน 5) รูปแบบธุรกิจการหารายได้ (Business model) ใช้รูปแบบอะไรในการหาทุน และหารายได้ และ 6) การดำเนินการ (Execution) ในการสร้างเนื้อหาว่างกลยุทธ์ในการเผยแพร่และเผยแพร่เนื้อหาให้ถึงกลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วม เชื่อมโยงเนื้อหาจากทุกส่วนเข้าหาแก่นของเรื่องร่วมกัน ซึ่งในงานวิจัยนี้ ใช้หลักการเล่าเรื่องข้ามสื่อโดยการสร้างโลกแห่งประสบการณ์แห่งความหมาย เกี่ยวกับอัตลักษณ์ไก่เขียวพาสีพระยาพิชัยดาบหักในมิติเชิงกายภาพและมิติเชิงสัญลักษณ์ แล้วขยายการนำเสนอไปในหลายช่องทาง เช่น การระดมความเห็น การอบรมเชิงปฏิบัติการ กิจกรรมพิเศษ และสื่อสารสาธารณะรูปแบบต่าง ๆ ผ่านช่องทางสื่อสารมวลชน ผ่านช่องทางออนไลน์ และสื่อที่นำเสนอผ่านพื้นที่สาธารณะทั้งในรูปแบบสื่อดิจิทัล สื่ออนาล็อก และสื่อสิ่งพิมพ์ สู่กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายกลุ่ม อันจะนำมาซึ่งการสร้างคุณค่าให้กับไก่เขียวพาสีพระยาพิชัยดาบหัก จังหวัดอุดรธานีให้เป็นที่รู้จักและเกิดการอนุรักษ์ต่อไป

สัญลักษณ์

สัญลักษณ์ (Semiology) หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่ก่อให้เกิดความหมายและมีความหมายมากกว่าตัวของมันเอง ซึ่งคนในสังคมยอมรับหรือเข้าใจ สัญลักษณ์จึงไม่จำเป็นต้องอยู่ในรูปของภาษาอย่างเดียว O'Sullivan et al. (1993) ได้ให้คำจำกัดความว่า สัญลักษณ์เป็นการศึกษาเรื่องของสัญลักษณ์ (Sign) รหัส (Code) และวัฒนธรรม (Kaewthep, 2012) ผู้นำแนวคิดของโซซูร์มาพัฒนาต่อ ได้แบ่งประเภทความหมายของสัญลักษณ์ออกเป็น 2 ระดับ คือ ประเภทความหมายตรง และความหมายโดยนัย

ความหมายตรงหรือความหมายโดยอรรถ (Denotative meaning) เป็นความหมายเชิงพรรณนา เป็นความหมายที่เข้าใจกันตามตัวอักษร เป็นความหมายที่เข้าใจตรงกันโดยส่วนใหญ่ และมักเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป (O'Shaughnessy & Stadler, 2005) ซึ่งการรับรู้เชิงสัญลักษณ์ไก่เขียวพาสีพระยาพิชัยดาบหัก

โดยความหมายตรงนั้น คือ ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักเป็นสัตว์ประจำจังหวัดอุดรดิตถ์ ไก่เขียวหางดำ ไก่ชน ซึ่งเป็นความหมายที่ถูกกำหนดโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ความหมายโดยนัย (Connotative meaning) เป็นความหมายทางสังคมซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงไปตามวัฒนธรรมในแต่ละบริบททางสังคม ความหมายทางสังคมจะเกิดขึ้นได้จากการกำหนดรูปแบบของความหมาย ซึ่งสามารถแปรไปตามสถานะทางเศรษฐกิจ สังคม และตามยุคสมัย ทางประวัติศาสตร์ รวมถึงการให้ความหมายของผู้รับสารที่อาจแตกต่างกันได้ตามประสบการณ์ส่วนบุคคลและการเรียนรู้ทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน (O'Sullivan et al., 1993) ซึ่งการรับรู้เชิงสัญลักษณ์ของอัตลักษณ์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักส่วนใหญ่จะถูกตีความหมายโดยนัยที่เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ คุณค่า ความเชื่อ เช่น ไก่หัวเงินกรบ ไก่ชนคู่บารมีพระยาพิชัยดาบหัก นักสู้ในประวัติศาสตร์ สัตว์นำโชคสัญลักษณ์เมืองนกรบ เป็นต้น

การมีส่วนร่วม

ทฤษฎีการมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อที่มีส่วนร่วมของผู้รับชมหรือผู้ใช้บริการในกระบวนการสร้างสื่อ ทฤษฎีนี้เน้นการกระทำของผู้รับชมหรือผู้ใช้บริการในการสร้างสื่อที่เข้าไปมีส่วนร่วมในขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการผลิต อย่างเช่น การร่วมกันสร้างเนื้อหา เลือกเรื่องราว การออกแบบและพัฒนาสื่อ โดยส่วนใหญ่ได้รับการพัฒนาจากแนวคิด “Participatory design” ซึ่งเกิดขึ้นในวงการออกแบบซอฟต์แวร์ และได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการผลิตสื่อและสื่อสารในองค์กรหรือสังคมอื่น ๆ ซึ่งหลักการหลักของทฤษฎีนี้คือการให้ผู้รับชมหรือผู้ใช้บริการมีบทบาทและอำนาจในกระบวนการตัดสินใจที่สำคัญ เพื่อให้ผู้ใช้มีความพึงพอใจและความสุขในการใช้งานสื่อ (Muller, 2003; Schuler & Namioka, 1993) งานวิจัยนี้เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่การกำหนดประเด็นในการสื่อสาร กระบวนการสร้างนวัตกรรมสื่อรหัส และกระบวนการสร้างการรับรู้ด้วยกิจกรรมและสื่อต่าง ๆ

สถานการณ์ใหม่ ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

อัตลักษณ์ไก่เขียวพาลีในมิติเชิงสัญลักษณ์ ตามการรับรู้คุณค่า ความเชื่อและประวัติศาสตร์ ประกอบด้วย 1) เป็นไก่นักสู้ บารมีพระยาพิชัยดาบหัก 2) เป็นไก่นกรบ นักสู้ ในประวัติศาสตร์ 3) เป็นไก่สวยงาม เสริมบารมี มีไว้แล้วจะโชคดี 4) เป็นสัตว์สัญลักษณ์ประจำจังหวัดอุดรดิตถ์ และ 5) ไก่เขียวพาลีของอุดรดิตถ์ใช้ชื่อว่า “ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก”

การนำใช้นวัตกรรมสื่อรหัสสื่อกราฟิกเป็นเครื่องมือในการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับลักษณะอุดมทัศน์ของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก โดยกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่นำไปใช้ประกอบในการเทียบสีเพื่อคัดเลือกไก่ในฟาร์มประกอบกับการพัฒนาสายพันธุ์ให้ตรงตามลักษณะที่ถูกต้องมากขึ้น สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดอุดรดิตถ์ นำข้อมูลและเกณฑ์ลักษณะภายนอกของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักด้านสีไปใช้เป็นเกณฑ์การตัดสินใจการประกวดไก่พื้นเมือง ประเภทไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ที่จัดขึ้นในปี พ.ศ. 2564-2566 ในปี พ.ศ. 2564 คณะกรรมการตัดสินได้ใช้เกณฑ์การตัดสินไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักเป็นครั้งแรก มีผู้ประกอบการส่งไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักเข้าประกวดจำนวน 3 ราย เป็นไก่เพศผู้ 5 ตัว ไก่เพศเมีย 10 ตัว แต่ยังไม่ไก่ที่ตรงตามลักษณะประจำพันธุ์ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศ ต่อมาในปี พ.ศ. 2565 มีผู้ประกอบการส่งไก่เข้าประกวด จำนวน 6 ราย เป็นไก่เพศผู้ 10 ตัว ไก่เพศเมีย 13 ตัว สามารถคัดเลือกไก่ที่มีลักษณะตรงตามลักษณะประจำพันธุ์ตามเกณฑ์ที่กำหนดได้รับรางวัลชนะเลิศ และปี พ.ศ. 2566 มีผู้ประกอบการจำนวน 10 ราย ส่งไก่เข้าประกวด เป็นไก่เพศผู้ 15 ตัว ไก่เพศเมีย 15 ตัว ในทั้ง 3 ปี มีไก่ที่มีลักษณะตรงตามลักษณะประจำพันธุ์เพิ่มมากขึ้น (Phichai District Livestock Office, 2023) แสดงว่า เมื่อมีการสร้างการรับรู้ด้วยนวัตกรรมสื่อต่าง ๆ ส่งผลต่อการรับรู้และนำไปใช้ของกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้สำนักงานจังหวัดอุดรดิตถ์ มีการนำสื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องไปใช้เผยแพร่ให้กับประชาชน ณ จุดวางรูปปั้นไก่แก่นบน ลานอนุสาวรีย์พระยาพิชัยดาบหัก ศาลากลางจังหวัดอุดรดิตถ์ มีการจัดกิจกรรมทาสีรูปปั้นไก่ ณ บริเวณอนุสาวรีย์พระยาพิชัยดาบหัก พิพิธภัณฑ์บ้านเกิดพระยาพิชัยอำเภอฟิชัย ได้รับเกียรติจากนายอำเภอฟิชัย จังหวัดอุดรดิตถ์ มาร่วมทาสีไก่และให้ข้อเสนอแนะในขยายผลสร้างการรับรู้ โดยความร่วมมือระหว่างสำนักงานปศุสัตว์อำเภอฟิชัยและอาสาสมัครจิตอาสาในพื้นที่

การรับรู้ของกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ถึงข้อมูลลักษณะประจำพันธุ์ของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักจากนวัตกรรมสื่อที่ทั้ง 3 รายมีส่วนร่วมในกระบวนการศึกษาและพัฒนาขึ้น ทำให้เกษตรกรเห็นโอกาสในการพัฒนาและปรับปรุงสายพันธุ์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ให้มีลักษณะเฉพาะตรงตามลักษณะประจำพันธุ์เพิ่มมากขึ้น ดังตารางที่ 1 (Table 1) ทำให้สามารถจำหน่ายในราคาที่สูงขึ้นตัวละ 1,500-5,000 บาท หากชนะการประกวดราคาเฉลี่ยอยู่ที่ตัวละ 30,000-50,000 บาท โดยสามารถผลิตและส่งจำหน่ายให้กับลูกค้าทั้งภายในและต่างประเทศตลอดทั้งปี มีการแจกจ่ายให้กับคนในชุมชน และใช้ประกอบเป็นแหล่งเรียนรู้และส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน และจำหน่ายทางช่องทางออนไลน์ รวมถึงส่งเข้าประกวดไก่พื้นเมืองไทยในงาน

บ้านเกิดท่านพ่อพระยาพิชัยดาบหักในทุก ๆ ปี เนื่องจากเกษตรกร เล็งเห็นว่าการคัดเลือกและปรับปรุงพันธุ์ตามมาตรฐานแต่ละ สายพันธุ์ ผู้เลี้ยงควรนำไก่เข้าประกวดบ่อย ๆ เพื่อให้เห็นจุดเด่นและ จุดด้อยของตนเองแล้วนำมาปรับปรุงตามที่คณะกรรมการวิจารณ์ และเสนอแนะ

การรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย กลุ่มเกษตรกร ผู้เลี้ยงไก่ ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่ประจำหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว นักศึกษา นักเรียน และประชาชนในพื้นที่ ที่เข้าร่วม กิจกรรมสร้างการรับรู้ 3 กิจกรรม ได้แก่ การประกวดการทาสี ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก การทำภาพพิมพ์ไก่เขียวพาลี พระยาพิชัยดาบหัก และการออกแบบไก่เขียวพาลีพระยาพิชัย ดาบหักด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ผู้เข้าร่วมเกิดการรับรู้ทั้งในมิติ เชิงสัญญาวิทยาและมิติเชิงกายภาพ ดังตารางที่ 2 (Table 2)

การรับรู้ในมิติเชิงสัญญาวิทยา พบว่า มีการรับรู้อัตลักษณ์ ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ระดับมาก โดยรับรู้ในประเด็นที่ ต่างกัน ส่วนการรับรู้มิติเชิงกายภาพเกี่ยวกับรูปทรงและสี พบว่า กลุ่มนักเรียนที่อบรมการทำภาพพิมพ์ กลุ่มนักศึกษาที่อบรมการ ออกแบบ รับรู้ในระดับมาก ส่วนกลุ่มผู้มาร่วมกิจกรรมการประกวด การทาสีไก่ รับรู้ในระดับปานกลาง การรับรู้อัตลักษณ์ไก่เขียวพาลี พระยาพิชัยดาบหัก ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรม พบว่า กลุ่ม นักศึกษารับรู้อัตลักษณ์ของไก่เขียวพาลีจากกิจกรรมการออกแบบ ไก่เขียวพาลีด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ อยู่ในระดับมากที่สุด

การรับรู้และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับชุมชน ผู้นำ ชุมชนซึ่งมีความสำคัญในการรับรู้อัตลักษณ์ไก่เขียวพาลีพระยา พิชัยดาบหักก่อน จากนั้นจึงนำไปสู่การสร้างความรู้ความเข้าใจที่ ถูกต้องเกี่ยวกับไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ให้กับคนในชุมชน และส่งเสริมให้เกิดการเลี้ยงไก่ ทำให้การรับรู้ของผู้ประกอบการ

เกษตรกรและประชาชนดีขึ้น เพราะมีการประชาสัมพันธ์ในหลาย ๆ ด้าน เช่น การจัดประกวดไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก การจัด ประกวดระบายสีไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ในงานบ้านเกิด ท่านพ่อพระยาพิชัยดาบหักที่อำเภอพิชัยจัดขึ้นทุก ๆ ปี ช่วงเดือน เมษายน เพื่อรำลึกถึงท่านพ่อพระยาพิชัย รวมถึงการทำสื่อรูปภาพ จากเดิมองค์การบริหารส่วนตำบลคอรุม ไม่มีเครื่องมือในการสร้าง การรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก เมื่อมีนวัตกรรมสื่อรูปแบบต่าง ๆ องค์การบริหารส่วนตำบล สามารถนำมาประยุกต์ใช้และออกแบบกิจกรรมให้กับเด็ก เยาวชน และประชาชนในพื้นที่ได้รู้จักไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักอย่าง ต่อเนื่อง มีการออกแบบภาพกราฟิกไก่เขียวพาลีในสื่อประชาสัมพันธ์ ทองเที่ยวชุมชน ตำบลคอรุม อำเภอพิชัย ดังภาพที่ 11 (Figure 11) และจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักใน องค์การบริหารส่วนตำบล

การรับรู้และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเชิงนโยบาย ของจังหวัด โดยการจัดลานรูปปั้นไก่แก่นบที่ได้รับการทาสีตาม ลักษณะที่ถูกต้องของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก เพื่อสร้างการ รับรู้ให้กับประชาชนทั่วไป ณ ลานอนุสาวรีย์พระยาพิชัยดาบหัก หน้าศาลากลาง จังหวัดอุตรดิตถ์ เป็นการใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย ซึ่งจังหวัดอุตรดิตถ์นำผลการวิจัยนวัตกรรมสื่อรหัสสีกราฟิก โดย รองผู้ว่าราชการจังหวัด เป็นผู้ประสานงานการกำหนดนโยบาย สาธารณะด้านการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ด้านสีของ ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ผ่านการทำรูปปั้นไก่แก่นบที่ ถวายท่านพ่อพระยาพิชัยดาบหัก และจัดเป็นมุนนิทรรศการรูปปั้น และประวัติไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ณ บริเวณอนุสาวรีย์ พระยาพิชัยดาบหัก ศาลากลางจังหวัดอุตรดิตถ์ เพื่อให้ประชาชน ทั่วไปได้เยี่ยมชม ดังภาพที่ 12 (Figure 12)

Table 1 Original and changed situations in the perception of the identity of Khiew-Phalee chickens among chicken farmers

Khiew-Phalee chicken farmers participating in the project	Number of Khiew-Phalee chickens (Before perception)			Number of Khiew-Phalee chickens (After perception)		
	Owned chickens	Perfect characteristics	percentage	Owned chickens	Perfect characteristics	percentage
Farm 1: Ban Dara sub-district, Phichai district	15	3	20	32	21	65.63
Farm 2: Na Nok Kok sub-district, Laplao district	33	10	30.30	64	49	76.56
Farm 3: Korum Subdistrict Administrative Organization (The Learning Center of Korum Subdistrict Administrative Organization Learning, Phichai district)	24	4	16.67	49	38	77.55

Table 2 Perception creation of Khiew–Phalee chickens Development Network

No.	Perception creation	Khiew–Phalee Chickens Development Network	Mean	S.D.	Level
1	Physical dimension				
	6 elements of shapes and colors	Children and Youth Council Network of Phichai district	3.58	0.92	High
		Graphic training students	3.56	0.58	High
		Participants in painting contest	3.49	1.31	Average
2	Semiological dimension				
2.1	Khiew–Phalee: A warrior rooster, A fighting rooster in history	Graphic training students	3.89	0.64	High
2.2	Khiew–Phalee: Beautiful chickens enhancing prestige	Children and Youth Council Network of Phichai district	3.87	0.88	High
2.3	Phraya Phichai Dap Hak's Khiew–Phalee chickens	Participants in painting contest	3.72	0.96	High
3	Activity Participation				
3.1	Designing Khiew–Phalee chickens using computer graphics programs	Graphic training students	4.56	0.506	Highest
3.2	Printmaking training	Children and Youth Council Network of Phichai district	4.41	0.564	High
3.3	Khiew–Phalee chicken painting	Participants in painting contest	4.00	0.828	High
3.4	Khiew–Phalee chicken contest	Participants in painting contest	3.79	1.075	High

**Figure 11** Utilizing Khiew–Phalee chicken graphics for preparing community tourism public relations media in Kho Rum sub-district, Phichai district, Uttaradit province

ผลกระทบและความยั่งยืน ของการเปลี่ยนแปลง

การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ตามอุดมทัศน์และคุณค่าเชิงประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพระยาพิชัยดาบหัก ทำให้ประชาชน นักท่องเที่ยว นักเรียน นักศึกษา คนในชุมชน เกิดการรับรู้ลักษณะที่ถูกต้องของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก และขยายผลการรับรู้ต่อไปมากขึ้น มีการต่อยอดองค์ความรู้จากนวัตกรรมสื่อนำไปประยุกต์ใช้ออกแบบกิจกรรมสร้างการรับรู้ต่าง ๆ เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก เช่น การทำภาพพิมพ์ สำหรับการสอนนักเรียนในอำเภอพิชัย โดยผ่านเครือข่ายสภาเด็กและเยาวชนอำเภอพิชัย การนำองค์ความรู้คุณลักษณะตามอุดมทัศน์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักเป็นส่วนหนึ่งในฐานการเรียนรู้ของศูนย์การเรียนรู้ตำบลคอรุม มีการออกแบบและจัดกิจกรรมสำหรับผู้มาศึกษาดูงานและมาเรียนรู้ในศูนย์การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ กิจกรรมทดสอบการท่องเที่ยวยของโครงการ U2T for BCG ตำบลคอรุมโดยความร่วมมือกับคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ กิจกรรมทดสอบเส้นทางท่องเที่ยวในการต้อนรับบริษัท Local Alike โดยได้รับการสนับสนุนจาก สสส. ซึ่งได้มีการนำกิจกรรมทาสีไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก มาเป็นส่วนหนึ่งของเส้นทางท่องเที่ยว โดยสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของท่านพ่อพระยาพิชัยดาบหักผนวกกับการทาสีไก่และให้นักท่องเที่ยวทาสีไก่ที่ทาสีไปถวายที่อนุสาวรีย์พระยาพิชัยดาบหัก ณ บ้านเกิดท่านพ่อพระยาพิชัยดาบหัก ดังภาพที่ 13 (Figure 13) นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมออกบูชานคราฟลาวเรียง ณ สวนไข่มุกแห่งตำบลหาดสองแคว ได้จัดแสดงสินค้าของชุมชนและผลิตภัณฑ์แปรรูปไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก โดยมีการจัดจำหน่ายและทาสีตามอุดมทัศน์ด้านสีของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก

การประกาศการขึ้นทะเบียนไก่เขียวพาลีเป็นสัตว์ประจำถิ่นของจังหวัด โดยสำนักงานจังหวัดอุดรดิตถ์ ได้มอบหมายให้ประชาสัมพันธ์จังหวัดประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ให้คนในจังหวัดรับรู้ถึงลักษณะเฉพาะของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ในฐานะสัตว์อัตลักษณ์ประจำจังหวัดเพื่อสร้างโอกาสในการต่อยอดขยายผลการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนต่อไป

การจัดลานรูปปั้นไก่ที่ทาสีตรงตามลักษณะที่ถูกต้องของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนทั่วไป และนักท่องเที่ยวที่นำไปมาเก็บ ณ อนุสาวรีย์พระยาพิชัยดาบหัก หน้าศาลากลางจังหวัดอุดรดิตถ์ และลานอนุสาวรีย์พระยาพิชัยดาบหัก พิพิธภัณฑ์บ้านเกิดพระยาพิชัยดาบหัก อำเภอพิชัย จังหวัดอุดรดิตถ์ โดยจัดกิจกรรมทาสีพร้อมกับมีสื่อให้ความรู้

เกี่ยวกับอัตลักษณ์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก ตามอุดมทัศน์และคุณค่าเชิงประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพระยาพิชัยดาบหัก ทำให้ประชาชน นักท่องเที่ยว นักเรียน นักศึกษา คนในชุมชน เกิดการรับรู้ลักษณะที่ถูกต้องของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก และขยายผลการรับรู้ต่อไปมากขึ้น มีการต่อยอดองค์ความรู้จากนวัตกรรมสื่อนำไปประยุกต์ใช้ออกแบบกิจกรรมสร้างการรับรู้ต่าง ๆ เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก เช่น การทำภาพพิมพ์ สำหรับการสอนนักเรียนในอำเภอพิชัย โดยผ่านเครือข่ายสภาเด็กและเยาวชนอำเภอพิชัย การนำองค์ความรู้คุณลักษณะตามอุดมทัศน์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักเป็นส่วนหนึ่งในฐานการเรียนรู้ของศูนย์การเรียนรู้ตำบลคอรุม มีการออกแบบและจัดกิจกรรมสำหรับผู้มาศึกษาดูงานและมาเรียนรู้ในศูนย์การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ กิจกรรมทดสอบการท่องเที่ยวยของโครงการ U2T for BCG ตำบลคอรุมโดยความร่วมมือกับคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ กิจกรรมทดสอบเส้นทางท่องเที่ยวในการต้อนรับบริษัท Local Alike โดยได้รับการสนับสนุนจาก สสส. ซึ่งได้มีการนำกิจกรรมทาสีไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก มาเป็นส่วนหนึ่งของเส้นทางท่องเที่ยว โดยสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของท่านพ่อพระยาพิชัยดาบหักผนวกกับการทาสีไก่และให้นักท่องเที่ยวทาสีไก่ที่ทาสีไปถวายที่อนุสาวรีย์พระยาพิชัยดาบหัก ณ บ้านเกิดท่านพ่อพระยาพิชัยดาบหัก ดังภาพที่ 13 (Figure 13) นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมออกบูชานคราฟลาวเรียง ณ สวนไข่มุกแห่งตำบลหาดสองแคว ได้จัดแสดงสินค้าของชุมชนและผลิตภัณฑ์แปรรูปไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก โดยมีการจัดจำหน่ายและทาสีตามอุดมทัศน์ด้านสีของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก



Figure 12 (a) The Uttaradit Provincial Office implemented a policy to enhance the open space of Khiew–Phalee votive offering chicken statues and (b) The exhibition showcasing Khiew–Phalee statues and the history of Phraya Pichai Dap Hak’s Khiew–Phalee chickens, featuring accurate colors, aimed at promoting to the public and tourists



Figure 13 The activities for creating the perception of Khiew-Phalee chicken identity at the Kho Rum Learning Center; (a) Khiew-Phalee chicken painting activity to test the U2T tourism route, (b) Khiew-Phalee painting activity to evaluate the tourism route in welcoming the Local Alike company, and (c) Activity booth providing knowledge and selling chicken painting kits from Lao Wiang crafts. (Kho Rum Learning Center, 2023)

จากการศึกษาในแผนพับ และศูนย์การเรียนรู้พัฒนาผลิตภัณฑ์แพ็คเกจหาลูกไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก เพื่อจำหน่ายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้ที่มาศึกษาดูงาน

การสื่อสารสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหัก โดยใช้นวัตกรรมสื่อรหัสสีกราฟิกตามลักษณะอุดมทัศน์ผ่านกระบวนการสื่อสารเล่าเรื่องข้ามสื่อแบบมีส่วนร่วม นำไปสู่การกำหนดนโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับจังหวัด อำเภอ และชุมชน และมีการต่อยอดขยายผลในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง นับว่าเป็นโครงการนวัตกรรมหนึ่งที่ใช้การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมทำให้เกิดการรับรู้และเกิดการเปลี่ยนแปลงทำให้ชุมชนและประชาชนเห็นคุณค่า ความสำคัญของไก่เขียวพาลีพระยาพิชัยดาบหักในการอนุรักษ์พันธุกรรมและพัฒนาให้เป็นสินค้าอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นที่สร้างอาชีพและรายได้ให้กับผู้ประกอบการในท้องถิ่น ซึ่งในอนาคตสามารถนำรูปแบบการ

สื่อสารนี้ไปพัฒนาเป็นคู่มือสร้างอัตลักษณ์ของสัญลักษณ์ท้องถิ่นนำไปสู่การสร้างแบรนด์ให้กับสถานที่หรือแบรนด์ของเมืองได้

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ที่สนับสนุนทุนวิจัยประจำปีงบประมาณ 2563 ภายใต้โครงการพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานความหลากหลายทางชีวภาพของไก่เขียวพาลีสัตว์ประจำถิ่นของจังหวัดอุดรดิตถ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันบนฐานการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน สัญญาทุนเลขที่ วช.อว.(อ)(ภส)/151/25 และการรับรองจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ เลขที่ 037/63

References

- Biodiversity Research and Development Section. (2023). *Document: Species of native animals in the area*. Bangkok: Bureau of Animal Husbandry and Genetic Improvement, Department of livestock development. (in Thai).
- Bessant, J. R., & Tidd, J. (2011). *Innovation and entrepreneurship*. (3rd edition). West Sussex, UK: John Wiley & Sons.
- Canon. (2021). 4 ways for taking photos with more realistic colors. Retrieved November 2, 2021, from: https://snapshot.canon-asia.com/th/article/thai/4-ways-to-capture-colours-more-accurately-in-photography?fbclid=IwAR1_sNpyE2XvKkVyrPMnRb8jTzkQU_NL3WJJ63WtjbyPOhjte-dKKXo-W1A. (in Thai).
- Chaiyachet, O., Prakobsaeng, N., & Pondee, N. (2016). Phenotypic characterization and identification of Thai native chickens in Maha Sarakham province. *Prawarun Agricultural Journal*, 13(2), 155–165. (in Thai).
- Changnawa, T., & Chansomsak, S. (2017). Development of a color matching process for architectural elements based on work of the R-Grip paint system. In The 8th Built Environment Research Associates Conference 2017 (BERAC 8). 21 July 2017. (in Thai).
- Chanthaphrom, N. (2017). The creativity of activities for enhancement the community identities in Nanglae sub-district, Chaing Rai. *Journal of Social Academic*, 10(3), 127–140. (in Thai).
- Creative Thailand. (2019). Pantone The language of colors that can be spoken around the world. Retrieved November 20, 2021, from: https://www.creativethailand.org/view/article-ead?article_id=32093. (in Thai).
- Department of Cultural Promotion. (2014). *The national cultural heritage book*. Bangkok: Department of Cultural Promotion, Ministry of Culture. (in Thai).
- Dogrue, L. (2014). What is so special about media innovations? A characterization of the field. *The Journal of Media Innovations*, 1(1), 52–69.
- Jenkins, H. (2009). The revenge of the origami unicorn: Seven principles of transmedia storytelling (well, two actually. five more on friday). Retrieved February 13, 2021, from: http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html.
- Kaewthep, K. (2006). *Under the sky of education – Overview from research of personal media and communication networks*. (Research report). Bangkok: Thailand Research Fund. (in Thai).
- Kaewthep, K. (2012). *Old media – New media, symbols, identity, ideology*. Bangkok: Parbpim. (in Thai).
- Malacara, D. (2011). *Color vision and colorimetry: Theory and applications*. (2nd edition). Bellingham, Washington: SPIE.
- Muller, M. J. (2003). Participatory design: The third space in HCI. Retrieved December 20, 2021, from: https://edinburghlivinglab.github.io/ddc/course_docs/Muller2003.pdf.
- O'Shaughnessy, M., & Stadler, J. (2005). *Media and society*. UK: Oxford University Press.
- O'Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M., & Fiske, J. (1993). *Key concepts in communication and cultural studies*. (2nd edition). London: Routledge.
- Phichai District Livestock Office. (2023). *Summary report of the Phraya Phichai Dap Hak Khiew-Phalee Chicken Contest*. Uttaradit: Uttaradit Province. (in Thai).
- Phromnoi, S., Khetpiyarat, P., Mingchai, J., Yamkong, S., Jittman, S., Rodbunsong, S., & Thanarak, R. (2022). *Biodiversity – Based economy development of Khiew-Phalee native chicken in Uttaradit for increasing the competitive competence based on sustainable utilization and conservation*. (Research report). Bangkok: National Research Council of Thailand. (in Thai).
- Potts, J. (2011). *Creative industries and economic evolution*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Ratanasimakul, K., Phongta, T., & Sirikhet, K. (2019). Guidelines for developing and communicating the identity of tourist attractions in the Chiang Khong Border Special Economic Zone, Chiang Rai province. *Phranakhon Rajabhat Research Journal: Humanities and Social Sciences*, 14(1), 72–84. (in Thai).

- Reamsri, J., & Khieokaew, C. (2019). Strategy for communicating the identity of Sakon Nakhon indigo-dyed fabric. *MCU Journal of Social Science Review*, 8(4), 178 –190. (in Thai).
- Samarom, Y. (2017). Basic photography – The basics of photography that you should know. Retrieved November 2, 2021, from: https://www.photoschoolthailand.com/พื้นฐานการถ่ายภาพ/?fbclid=IwAR1sNpyE2XvKkVyrPMnRb8jTzkQU_NL3WJJj63Wtjby-POhjte-dKKXo-W1A. (in Thai).
- Sanrasornphisut, S. (2003). *The identity of the Tai Lue and their adaptation to survive under the capitalist economic system: A case study of Ban Mae Sap, Samoeng Tai sub-district, Samoeng district, Chiang Mai province*. (Master's thesis). Chiang Mai University, Faculty of Graduate Studies. (in Thai).
- Schuler, D., & Namioka, A. (1993). *Participatory design: Principles and practices*. Boca Raton: CRC Press.
- Soipeth, U., Chirarat, N., Chalermisan, N., Yeamkong, S., Rattanapradit, P., Laorodphan, N., Jaipong, P., ..., & Yoysakul, A. (2017). Diversity of Thai indigenous Leuang Hang Kao chicken follow standard of perfection in Phitsanulok province. *Khon Kaen Agriculture Journal*, 45(SUPPL.1), 684–689. (in Thai).
- Srisarakham, S. (2018). Developing content innovation with transmedia storytelling strategies for television programs. *Dhurakij Pundit Communication Arts Journal*, 12(1), 193–225. (in Thai).
- Srisarakham, S. (2022). Creating a prototype model to develop thinking skills and multi-platform media literacy of media producers through the process of transmedia storytelling and design thinking. *Panyapiwat Journal*, 14(1), 296 – 307. (in Thai).
- Storsul, T., & Krumsvik, A. H. (2013). *Media innovation: A multidisciplinary study of change*. Gothenburg: Nordicom.
- Suchaya, S. (2014). *Thai fighting cocks*. In The National Cultural Heritage Book. Bangkok: Department of Cultural Promotion, Ministry of Culture. (in Thai).
- Suphakitcharoen, A. (2021). Innovation in storytelling transmedia for creating participation to drive social issues. *Journal of Graduate Studies and Social Sciences, Uttaradit Rajabhat University*, 11(2), 142– 157. (in Thai).
- Tangtrakanphong, N. (2015a). *Naresuan cockfighting*. Phitsanulok: Trakulthai Printing House. (in Thai).
- Tangtrakanphong, N. (2015b). *Native chicken Naresuan, Phitsanulok province*. Phitsanulok: Trakoonthai Printing House Limited Partnership. (in Thai).
- Thammasat Printing house, (2020). CMYK and RGB are suitable for what types of work?. Retrieved November 2, 2021, from: <http://www.thammasatprintinghouse.com/cmyk-and-rgb/>. (in Thai).
- Thompson, B. (2010). Towards a definition of transmedia. Retrieved November, 9, 2023, from: <http://www.giantmice.com/archives/2010/04/towards-a-definitionoftransmedia>.