



องค์การบริหารส่วนตำบลหนองกะปี่  
เลขรับที่ ๐๐๔๗  
วันที่ ๒๔ / ๓.๑. / ๖๖  
เวลา ๑๐.๓๕ น.

ที่ พบ ๐๖๑๘/ ๑๕๓๒

ที่ว่าการอำเภอบ้านลาด  
ถนนสายสุทธิ พบ ๗๖๑๕๐

๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๖

เรื่อง การสื่อสารเชิงรุกในพื้นที่เพื่อสร้างการตระหนักรู้ เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายในพื้นที่บูรณาการร่วมกันเพื่อขับเคลื่อนนโยบายสำคัญของกระทรวงมหาดไทย

เรียน หัวหน้าส่วนราชการ นายกเทศมนตรีตำบลบ้านลาด และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ทุกแห่ง

สิ่งที่ส่งมาด้วย สำเนาหนังสือกระทรวงมหาดไทย มท.๐๒๐๖.๑/ว๓๐๑๖ ลงวันที่ ๑๑ เมษายน ๒๕๖๖ จำนวน ๑ ชุด

ด้วยกระทรวงมหาดไทยแจ้งว่าได้ดำเนินการ “โครงการอำเภอบำบัดทุกข์ บำรุงสุข แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน” เพื่อสร้างความตระหนักรู้และขับเคลื่อนกลไกการทำงานร่วมกับภาคีเครือข่ายในระดับพื้นที่ “โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งหมู่บ้านยั่งยืน (Sustainable Village) เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเจ้าลูกเธอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีนารีรัตนราชกัญญา” เพื่อส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในหมู่บ้านให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ลดความเหลื่อมล้ำ และขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) “โครงการจัดทำผังภูมิสังคมเพื่อการบริหารจัดการน้ำหมู่บ้าน/ชุมชน แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน (Geo - Social Map)” เพื่อแก้ไข ปัญหาน้ำท่วม ภัยแล้ง และพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับประชาชนและโครงการนโยบายที่สำคัญอื่นๆ ของกระทรวงมหาดไทย

เพื่อเป็นการสร้างความตระหนักรู้ เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายทั้ง ๗ ภาคี ในพื้นที่บูรณาการร่วมกัน และขับเคลื่อนนโยบายสำคัญข้างต้น อำเภอบ้านลาด จึงขอให้เทศบาลตำบลบ้านลาดและองค์การบริหารส่วนตำบลทุกแห่ง จัดทำคลิปวิดีโอสั้น “เรื่องเล่าจากชุมชน” โดยเชิญชวนให้ประชาชน เป็นผู้สื่อสารในการเล่า และถ่ายทอดประสบการณ์หรือความรู้ที่อยู่ภายในของผู้เล่าถ่ายทอดออกมาให้ผู้อื่นรับรู้ถึงความเป็นมา จุดพลิกผัน และการเปลี่ยนแปลงของเรื่องเล่า ทำให้ผู้รับข้อมูลทราบและเข้าใจเรื่องราวได้ง่ายขึ้น และเกิดจุดที่จะประทับใจจากการได้รับรู้เรื่องเล่านั้น ส่งให้อำเภอบ้านลาด ภายในวันที่ ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๖

จึงเรียนมาเพื่อทราบและถือปฏิบัติ

ขอแสดงความนับถือ

(นายสิทธิพร คงหอม)  
นายอำเภอบ้านลาด



สิ่งที่ส่งมาด้วย

ที่ทำการปกครองอำเภอ

งานสำนักงานอำเภอ

โทร ๐ - ๓๒๔๙ - ๑๓๑๖ ต่อ ๑๕

คู่มือเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร  
ของกระทรวงมหาดไทย



*Hashtag*

*Hashtag*

*LOGO*

*Storytelling*



คู่มือในการใช้งานเบื้องต้น

- การใช้ Hashtag
- การใช้ LOGO
- การจัดทำคลิปสั้น

จัดทำโดย กองสารนิเทศ สป.

# สารบัญ

คู่มือเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารของกระทรวงมหาดไทย					
File	View	Play	Navigate	Favorites	Help
• คู่มือ Hashtag กลาง					<b>1</b>
สำหรับใช้ประกอบงาน					
ด้านประชาสัมพันธ์					
• คู่มือ Logo สำหรับ					<b>2</b>
ใช้ประกอบงาน					
ด้านประชาสัมพันธ์					
• คู่มือแนวทางการผลิต					<b>3</b>
คลิปวิดีโอสั้นด้วย					
การเล่าเรื่อง (Storytelling)					



# HASHTAG



## #บำบัดทุกข์บำรุงสุข

แฮชแท็ก (Hashtag) หรือ สัญลักษณ์ # ที่เราใช้ใน Facebook, Twitter, Instagram หรือใน Social Media คือ เครื่องมือที่ช่วยแยกหรือมูลประเภทเดียวกันให้อยู่ด้วยกัน

### วิธีการใช้ #Hashtag

1. ต้องใช้ Hashtag บนโพสต์แบบสาธารณะ (Public)
2. ใส่ Hashtag ในบทความ หรือ ทั่วยบทความ
3. ไม่สามารถใช้สัญลักษณ์ หรือ เครื่องหมายต่าง ๆ ได้
4. ควรใช้คำที่สั้น ๆ ง่ายต่อการจดจำ และต้องไม่เว้นวรรค
5. ไม่ควรใช้คำเฉพาะมากเกินไป เพราะจะทำให้ค้นหายาก
6. หากใช้ #Hashtag มากเกินไป จะทำให้ไม่น่าสนใจ และอาจถูกมองว่าเป็นสแปม

### ประโยชน์ของ #Hashtag

เพียงแค่พิมพ์ **#สิ่งที่ต้องการหา** ก็จะทำให้เจอโพสต์ที่เกี่ยวข้องในช่องทางหา นอกจากนี้จะใช้เชื่อมโยงข้อมูลภายในแพลตฟอร์มนั้น ๆ แล้ว # สามารถช่วยในการโฆษณาและโปรโมตการตลาดด้วย

- ช่วยทำให้เกิดการรับรู้อย่างแพร่หลาย
- ช่วยสร้างกระแสให้เกิดกำลัง
- ช่วยสร้างการมีส่วนร่วม เช่น ริทวิต หรือการแชร์
- ช่วยสื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

## แนวทางการใช้ Hashtag ของกระทรวงมหาดไทย

#### ❖ Hashtag ชื่อหน่วยงาน

Hashtag ที่ต้องใช้: #กระทรวงมหาดไทย #MOI

เช่น #กรมการปกครอง #DOPA #กรมการพัฒนาชุมชน #CDD #กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ต้ามี (ชื่อจังหวัด/อำเภอ/ตำบล)

#### ❖ Hashtag ภารกิจ โครงการ กิจกรรม หรือ เทศกาล

Hashtag ที่ต้องใช้: ตามความเหมาะสม

เช่น #อำเภอบำบัดทุกข์บำรุงสุข #หมู่บ้านยั่งยืน #THAIID #แอปเรียกช่าง #สราวนุกรมที่ดิน #รู้ทันภัยกับไป #aortomarket #คลินิกน้ำเสีย #เรื่องเล่าจากชุมชน

#### ❖ Hashtag คำนิยมขององค์กร (Brand Awareness) Hashtag ที่ต้องใช้: #บำบัดทุกข์บำรุงสุข #Changeforgood

เช่น #บำบัดทุกข์บำรุงสุข #Changeforgood #พลังงานเพื่อวิถีชีวิตเมืองมหานคร #ประปาคุณภาพเพื่อชีวิตที่ดี #คำขวัญจังหวัด

#### ❖ Hashtag เพื่อการสร้างการรับรู้ในเวทีนานาชาติ

Hashtag ที่ต้องใช้: #SDGTH

เช่น #SDGlocalization #SDGTH #SEPforSDGs #SDGsforAll #worldsoilday #76จังหวัด76คำมั่นสัญญา

### ตัวอย่าง

#กระทรวงมหาดไทย #บำบัดทุกข์บำรุงสุข #MOI

#Changeforgood #SDGTH #หมู่บ้านยั่งยืน

#เรื่องเล่าจากชุมชน #วันดินโลก #SDGlocalization

#SEPforSDGs #Worldsoilday

หมายเหตุ: สีเข้ม คือ Hashtag ที่ทุกหน่วยงานต้องใช้ทุกครั้ง

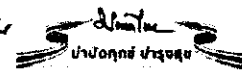


วันนี้โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) ประจำ ประเทศไทย ร่วมภารกิจลงพื้นที่สำรวจหมู่บ้านโคงงู จ.ลพบุรี #หมู่บ้านต้นแบบการพัฒนาอย่างยั่งยืน ร่วมกับ #กระทรวงมหาดไทย พร้อมด้วยคณะจาก United Nations Thailand สหประชาชาติ ประเทศไทย United Nations ESCAP UN Environment Programme เพื่อเรียนรู้ แลกเปลี่ยนแนวทาง #การบริหารชุมชนอย่างยั่งยืน ผ่าน การสร้าง #ระบบอาหารที่มั่นคงและปลอดภัย การบริหารน้ำและการคัดแยกขยะ #ลดโลกร้อน ตลอดจน การส่งเสริมอุตสาหกรรม #แฟชั่นผ้าไทย อย่างยั่งยืน

81

39

# LOGO



## โลโก้ หรือ ตราสัญลักษณ์

โลโก้ เป็นคำยืมจากภาษาอังกฤษว่า logo แปลว่า เครื่องหมาย หรือ ตราสัญลักษณ์ ซึ่งบริษัทหรือองค์กรหนึ่งทำขึ้นเพื่อใช้ทางการค้าหรือการประชาสัมพันธ์ ด้วยการพิมพ์ไว้บนสินค้าหรือเอกสารเป็นต้นของหน่วยงาน ในภาษาไทย บางคนใช้คำว่า โลโก้ ตามความหมายในภาษาอังกฤษ แต่บางคนใช้ โลโก้ แทนสัญลักษณ์ของหน่วยงานเพื่อการประชาสัมพันธ์งานหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นเท่านั้น

โลโก้ มักทำเป็นรูปสัญลักษณ์ที่แสดงลักษณะเด่นของสิ่งที่ต้องการประชาสัมพันธ์ให้ทราบ หรือใช้สัญลักษณ์แทนสิ่งที่ต้องการประชาสัมพันธ์ หากสัญลักษณ์นั้นเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายแล้ว เช่น ห่วง 5 ห่วงเกี่ยวกัน เป็นโลโก้ของการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก โดยทั่วไป โลโก้เป็นรูปที่มีความหมายชัดเจน มีสี และรูปสัญลักษณ์ที่จดจำง่าย และมีลักษณะเกี่ยวข้องกับสิ่งที่ต้องการประชาสัมพันธ์

## ประโยชน์ของ LOGO

- จดจำได้ง่ายกว่า ข้อความ
- ใช้พื้นที่น้อยกว่า ข้อความ
- เป็นเอกลักษณ์ของหน่วยงาน
- สร้างการจดจำภารกิจของหน่วยงาน
- สร้างความรู้สึก และความเชื่อมั่นต่อองค์กร
- สามารถเข้าใจได้แม้ไม่รู้ภาษา

## แนวทางการใช้ LOGO ของกระทรวงมหาดไทย

ตำแหน่งการวางโลโก้ที่เป็นที่นิยมมากที่สุด คือ มุมบนซ้ายหรือขวา เนื่องจากว่าเป็นจุดนำสายตาที่ผู้อ่านจะเห็นได้ก่อนเป็นอันดับแรก ๆ ซึ่งหากมีการจัดกิจกรรม หรืองานนิทรรศการ ขอให้มีโลโก้ หรือ ตราสัญลักษณ์ ที่เกี่ยวข้องปรากฏอยู่ในงานกิจกรรมด้วย



สามารถดาวน์โหลดได้ที่ QR code นี้ หรือที่ลิงค์

<https://drive.google.com/drive/u/3/folders/1q-NEF35aCkbq9rYRQEU5dw6M4e6liXJW>

### โลโก้ที่ขอความร่วมมือให้ใช้ทุกหน่วยงานใช้



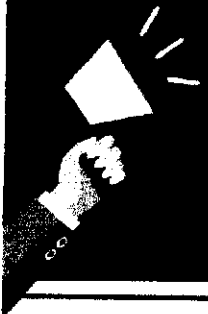
ตราพระราชสีห์



โลโก้ Change for Good

และเพิ่มโลโก้อื่น ๆ เช่น โลโก้หน่วยงาน โลโก้จังหวัด โลโก้งานกิจกรรม ตามความเหมาะสมของงานกิจกรรม





# แนวทางการจัดทำ คลิปวิดีโอเล่าเรื่องราว (Storytelling) "เรื่องเล่าจากชุมชน"

## รายละเอียดการจัดทำคลิปวิดีโอสั้น "เรื่องเล่าจากชุมชน"

- คลิปวิดีโอสั้น ความยาว 1 - 5 นาที
- ถ่ายทำโดยประชาชน/กลุ่มภาคีเครือข่ายในพื้นที่
- มีการอัปโหลดลงสื่อ Social Media ต่าง ๆ เช่น Facebook, TikTok, Youtube เป็นต้น
- กำหนดให้ติดแฮชแท็ก #เรื่องเล่าจากชุมชน และ #มหาดไทย เป็นแฮชแท็กหลัก

### หมายเหตุ:

- ผู้จัดทำคลิปสามารถพิจารณาติดแฮชแท็กอื่น ๆ ที่อยู่ในคู่มือแฮชแท็ก
- ที่จัดทำโดยกองสารนิเทศ สป. เพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม เช่น #ป่าปิดทุกปีน่ารุ่งสุข, #กระทรวงมหาดไทย, #WorldSoilDay เป็นต้น
- ผู้จัดทำคลิปสามารถพิจารณาใส่โลโก้ที่อยู่ในคู่มือโลโก้ที่จัดทำโดยกองสารนิเทศ สป. เพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม เช่น โลโก้กระทรวงมหาดไทย, โลโก้ SDGs เป็นต้น



## STORYTELLING

### คืออะไร ?

"การเล่าเรื่องด้วยวิธีที่ดึงเอาประสบการณ์ หรือ ความรู้ที่อยู่ในของผู้เล่าถ่ายทอดออกมาให้ผู้อื่นรับรู้ถึงความ เป็นมา จุดพลิกผัน และการเปลี่ยนแปลงของเรื่องเล่า ทำให้ผู้รับฟังยอมรับและเข้าใจเรื่องราวได้ดียิ่งขึ้น และเกิดจุดที่ประทับใจจากการได้รับรู้เรื่องเล่านั้น"



2 พฤษภาคม 2564



เล่าเรื่องให้

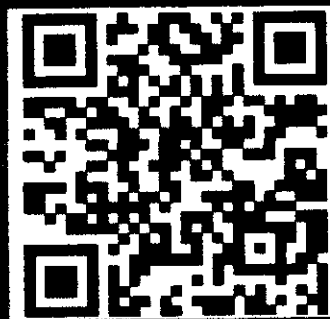
ใน 3 นาที

5 ขั้นตอน

การเล่าเรื่อง  
คืออะไร

## STORY TELLING

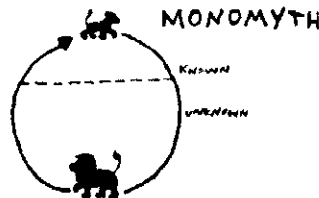
Tips (ไม่)ลับ ฉบับ Content Cre...



## ๘ เทคนิคการเล่าเรื่อง (STORYTELLING)

### ๑. Monomyth (Hero's Journey)

การเล่าถึงการเดินทางของตัวละคร ที่ออกเดินทางแล้วพบกับประสบการณ์ที่ไม่คุ้นเคย จนได้เรียนรู้ และ หวนกลับคืนมาบอกเล่า ถึงประสบการณ์ทางปัญญา



### ๒. The Mountain

การเล่าที่ค่อย ๆ สร้างอารมณ์ร่วมแล้วหักมุมแบบผิดคาดก่อนจบตอนไป ดึงดูดใจให้ผู้ฟังคอยติดตามในตอนต่อไป ก่อนจะเฉลยบทสรุปที่น่าพิงพอใจในภายหลัง



### ๓. Nested Loops

การเล่าแบบเปิดประเด็นแรกไว้ แล้วนำเสนอเรื่องอื่น ๆ จนตอนหนึ่ง จึงพบคำตอบบางอย่าง ที่ช่วยไขคำตอบต่างๆ ในประเด็นก่อนหน้า เป็นลีลาการเล่าที่มีชั้นเชิง มีอุปมาอุปไมย จบได้อย่างมีสีสัน

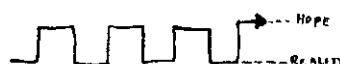
### NESTED Loops



### ๔. Sparklines

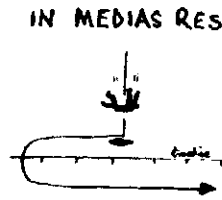
การพูดเพื่อให้ผู้ฟังเกิดความหวัง ความตื่นเต้น แล้วให้ทำตามในสิ่งที่ตนเองต้องการ เป็นวิธีการที่ผู้เล่า จำเป็นต้องมีการบ่มเพาะเรื่องด้านในจิตใจมาก่อน เพราะจะส่งผลต่อสังคมในวงกว้าง

### SPARKLINES



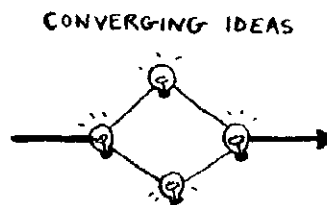
#### ๕. In Medias Res

การเล่าโดยเอาท่อนกลางของเรื่อง ที่น่าสนใจมาเล่าก่อน ดึงดูดความสนใจได้เร็ว ผู้ฟังมีส่วนร่วมในการค้นหาคำตอบ ก่อนย้อนกลับไปเล่าแบบธรรมดาใหม่ในแบบสั้น ๆ เพื่อให้ทันใจผู้ฟัง



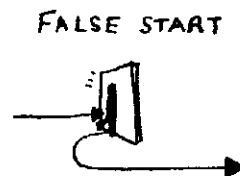
#### ๖. Converging Ideas

การเล่าเรื่องราวของพลังกลุ่ม หลากหลายที่มา อาจจะหลากหลายเป้าหมาย แต่ก็ต้องมีมุมมองที่เห็นตรงกัน ทำงานร่วมกัน เน้นให้เห็นถึงเหตุแห่งการร่วมมือร่วมใจกัน



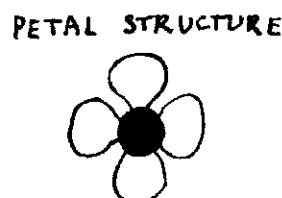
#### ๗. False Start

การเล่าเรื่องความผิดพลาดตั้งแต่ต้นเรื่อง แสดงถึงวิธีการเล่าเรื่องแบบที่ยืดหยุ่น ให้เห็นถึงปัญหา จุดหักเห ที่นำไปสู่การแก้ไขในภายหลัง



#### ๘. Petal Structure

การเล่าหลาย ๆ เรื่องต่อเนื่องกัน อาจแบ่งเป็นหลายกรณีศึกษา หรือ อาจใช้ผู้เล่าหลายคน โดยที่ทุกเรื่องมีส่วนสนับสนุน เชื่อมโยงสู่ใจความสำคัญเดียวกัน



ที่มา: Ffion, L. (2015). *The Seven Pillars of Storytelling*. Bristol UK: Sparkol Books.

(<https://www.runwisdom.com/๒๐๑๕/๐๗/story-telling/>)