

# การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างห้องสมุด



## เครือข่ายความร่วมมือระหว่างห้องสมุด

ความร่วมมือระหว่างห้องสมุดไม่ใช่เรื่องใหม่ แต่ได้มีการดำเนินการมาช้านานแล้วในรูปแบบต่าง ๆ ตามหลักการที่ว่าด้วยการแบ่งปันซึ่งทรัพยากร องค์ความรู้ การให้บริการ ทั้งนี้เพื่อให้กิจกรรมของห้องสมุดดำเนินไปอย่างราบรื่นและเพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างเต็มที่

โดยทั่วไปเมื่อกล่าวถึงความร่วมมือระหว่างห้องสมุด เรามักนึกถึงเฉพาะตัวทรัพยากร อาทิ การให้บริการข้ามห้องสมุด การแบ่งปันสิ่งพิมพ์ที่มีให้บริการ ทั้งนี้เพื่อกระจายโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากร หรือเพื่อขจัดอุปสรรคเรื่องงบประมาณในการจัดซื้อ แต่แท้จริงแล้วในทุก ๆ กิจกรรมไม่ว่าเล็กหรือใหญ่ จะเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ หากเกิดขึ้นจากความร่วมมือของสองหน่วยงานก็นับว่าได้เกิดการสร้างเครือข่ายขึ้นมาแล้ว

ยกตัวอย่างเช่น การสร้างมาตรฐานการลงรายการบรรณานุกรมสิ่งพิมพ์ หรือ MARC Format ก็นับ

ได้ว่าเป็นการสร้างเครือข่ายรูปแบบหนึ่งที่เกิดจากความพยายามทำให้เกิดรูปแบบการทำงานที่ตรงกันทั่วโลก เมื่อมีการทำงานในรูปแบบเดียวกัน การเชื่อมโยงข้อมูลหรือการเข้าถึงทรัพยากรของห้องสมุดแต่ละแห่ง จึงเป็นที่เข้าใจตรงกันและเกิดการประสานความร่วมมือได้ง่ายยิ่งขึ้น

แต่ในความหมายของความร่วมมือระหว่างห้องสมุดโดยส่วนใหญกลับยังคงพุ่งเป้าไปที่ทรัพยากรและการให้บริการ ในประเทศไทยมีการสร้างเครือข่ายห้องสมุดอยู่หลายแห่ง อาทิ เครือข่ายความร่วมมือระหว่างห้องสมุดในส่วนภูมิภาค (PULINET) เครือข่ายความร่วมมือพัฒนาห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา (ThaiLIS) ฯลฯ ซึ่งเกิดจากการการจับมือเป็นพันธมิตรระหว่างห้องสมุดที่มีความคล้ายกันในด้านต่าง ๆ หรือห้องสมุดที่อยู่เขตพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งล้วนประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีเยี่ยม ตลอดระยะเวลาที่ดำเนินการได้สร้างประโยชน์มากมายให้กับวงการห้องสมุด รวมถึงผู้ใช้บริการที่ได้รับประโยชน์จากองค์ความรู้จากห้องสมุดอย่างเต็มที่เสมอมา

# สร้างเครือข่ายเพื่ออะไร

ประเด็นหลักของการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างห้องสมุดโดยส่วนใหญ่มักเป็นเรื่องของ

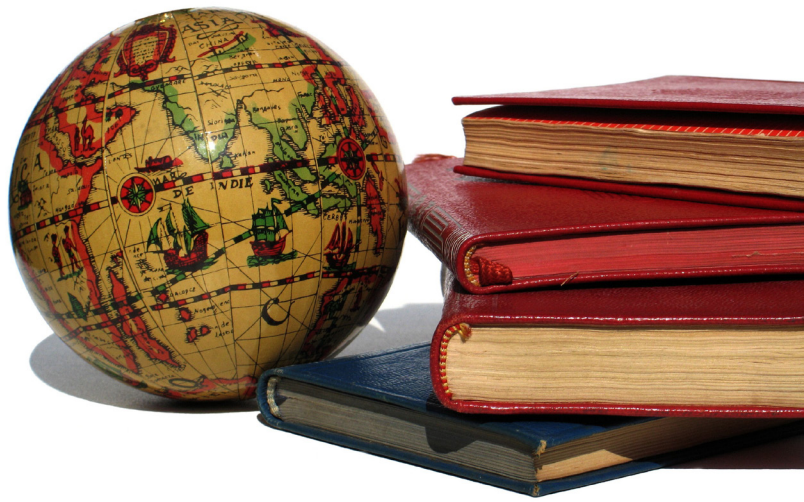
- ๑) ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างห้องสมุดเครือข่าย
- ๒) ส่งเสริมการพัฒนาการดำเนินงานของห้องสมุดในเครือข่าย
- ๓) ส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรห้องสมุดร่วมกัน
- ๔) แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและส่งเสริมให้เกิดความก้าวหน้าทางวิชาชีพ

สำหรับเครือข่ายฯ บางแห่งอาจเพิ่มประเด็นของนโยบายการทำงานและการให้บริการ ซึ่งในความเป็นจริงแล้วเป็นไปได้ยากที่ห้องสมุดแต่ละแห่งจะปรับเปลี่ยนนโยบายให้เหมือนกันหรือสอดคล้องกัน เนื่องจากห้องสมุดทุกแห่งต่างต้องดำเนินการตามนโยบายของต้นสังกัดซึ่งไม่มีทางที่จะตรงกันได้ทั้งหมด

ดังนั้นโดยส่วนใหญ่ความร่วมมือระหว่างห้องสมุดจึงมุ่งเน้นไปที่ทรัพยากรและการให้บริการที่ได้กล่าวมาแล้ว ขณะที่ส่วนอื่น ๆ สามารถดำเนินการให้ไปตามจุดประสงค์ได้ในขอบเขตที่จำกัด แต่ก็มีได้เป็นอุปสรรคต่อการทำงานของเครือข่ายฯ มากนัก อีกทั้งจุดมุ่งหมายหลักที่แม้จะไม่ได้ระบุไว้ชัดเจนแต่ห้องสมุดทุกแห่งล้วนคำนึงถึงเป็นอย่างดีนั่นคือ ผู้ใช้บริการ

แต่ในยุคปัจจุบันที่เป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร ประกอบกับการเจริญเติบโตของเทคโนโลยีทางสารสนเทศ ทำให้ห้องสมุดไม่ใช่ทางเลือกแรกสำหรับผู้ใช้บริการอีกต่อไปในการค้นหาข้อมูล ห้องสมุดจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนบทบาทของตนเองไปตามพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้ใช้ ซึ่งหากห้องสมุดยังคงดำเนินการแบบเดิม ๆ ไม่มีการเปลี่ยนแปลง ก็เท่ากับว่าห้องสมุดกำลังถูกเปลี่ยนให้กลายเป็นเพียงห้องอ่านหนังสือหรือจุดนัดพบเพียงเท่านั้น

ในทางกลับกัน การเติบโตของเทคโนโลยีทางสารสนเทศก็อาจช่วยให้เครือข่ายฯ พัฒนาไปได้ด้วยเช่นกัน สื่อสังคมออนไลน์ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันสามารถนำมาใช้ร่วมกับการทำงานของห้องสมุดได้ โดยธรรมชาติของสื่อสังคมออนไลน์ก็คือการแบ่งปันข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจของเครือข่ายฯ อยู่แล้ว ห้องสมุดจึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องเข้ามามีส่วนร่วมด้วยสังคม



ออนไลน์ด้วยเช่นกัน

## ห้องสมุดต้องมีความแตกต่าง

หากห้องสมุดทุกแห่งเหมือนกันหมด แล้วจะสร้างเครือข่ายความร่วมมือไปเพื่ออะไร

ห้องสมุดไม่ควรขาดเอกลักษณ์ของตนเอง ยิ่งเมื่อมีความร่วมมือด้วยกันแล้ว การที่ห้องสมุดแต่ละแห่งไม่มีความต่างกัน ความร่วมมือก็ไม่อาจบังเกิดขึ้น

ทรัพยากรห้องสมุดยุคใหม่ถูกเปลี่ยนมาเป็นรูปแบบดิจิทัลมากขึ้น โอกาสในการบอกรับจึงมีความคล้ายคลึงกันมากขึ้น ข้อแตกต่างมีเพียงประการเดียวคือใครจะบอกรับมากกว่าใคร บางครั้งจึงเกิดความร่วมมือในการบอกรับทรัพยากรร่วมกัน ซึ่งเป็นการตอบโจทย์ที่ดีว่าทำไมถึงต้องมีเครือข่ายฯ แต่เหนือไปกว่านี้ห้องสมุดควรสร้าง Contents ของตนเอง ถ้าเป็นไปได้

ในทางการตลาด ห้องสมุดเปรียบได้กับแบรนด์แบรนด์ที่จะอยู่รอดได้จำเป็นต้องสร้างความแตกต่างจริงอยู่ที่ห้องสมุดในสถาบันการศึกษาสามารถอยู่รอดได้โดยไม่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนอะไรมาก แต่ห้องสมุดนั้นก็กลายเป็นเพียงห้องอ่านหนังสือเหมือนที่กล่าวข้างต้น และห้องสมุดที่ไม่มีองค์ความรู้ใด ๆ ให้แสวงหา ก็อาจไม่จำเป็นต้องมีอีกต่อไป

ห้องสมุดแต่ละแห่งควรแสวงหาความโดดเด่นของตนเองให้เจอ โดยเฉพาะการสร้าง Contents ที่เป็นประโยชน์และต่างจากห้องสมุดอื่น ห้องสมุดในส่วนภูมิภาคเป็นตัวอย่งที่ดี สังเกตได้ว่าห้องสมุดในส่วนภูมิภาคส่วนใหญ่มักมีการจัด Collection หรือรวบรวมจัดเก็บข้อมูลในท้องถิ่น สิ่งนี้คือตัวอย่างที่เด่นชัดในการสร้างความโดดเด่นที่ห้องสมุดอื่นไม่มีทางมีเหมือน

โดยสรุปแล้วหากจะกล่าวว่าเป็นเครือข่ายฯ ถูกสร้างขึ้นเพื่อการแบ่งปัน ก็คงไม่ผิดนัก การแบ่งปันนี้ประกอบไปด้วย สารความรู้ (Contents) ความคิดสร้างสรรค์ (Idea) และ ประสบการณ์ (Experience) ห้องสมุดควรสร้างความโดดเด่นเพื่อเป็นจุดได้เปรียบสำหรับการดำรงอยู่ และเพื่อประสานความร่วมมือให้แข็งแกร่งและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทุกอย่างที่เป็นประโยชน์สามารถแบ่งปันถึงกันได้ โดยอาจไม่จำเป็นต้องสร้างเครือข่ายฯ ที่เป็นทางการ การสร้างเครือข่ายฯ แบบหลวมๆ โดยอาศัยสื่อสังคมออนไลน์ ก็สามารถพัฒนาการดำเนินงานของห้องสมุดได้ไม่แพ้กัน

## ความก้าวหน้าของสื่อสังคมออนไลน์

เมื่อราว ๔-๕ ปีที่ผ่านมา บรรดานักสื่อสารมวลชนหรือนักการตลาดได้วิเคราะห์ว่า สื่อใหม่ (New Media) ซึ่งก็คือ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) จะก้าวขึ้นมาทดแทน สื่อหลัก (Mass Media) อย่างเช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ แต่เอาเข้าจริงสื่อใหม่นี้กลับขยายตัวได้เร็วเกินคาด จนกลายมาเป็นสื่อหลักแทนที่ของเดิมเพียงชั่วพริบตา

เราคงไม่อาจสรุปได้ว่า “เทคโนโลยีที่พัฒนาทำให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตของมนุษย์เปลี่ยนไป” หรือว่า “พฤติกรรมการใช้ชีวิตของมนุษย์ คือตัวการ



สำคัญในการพัฒนาของเทคโนโลยี” ทั้งสองประการล้วนเชื่อมโยงถึงกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และยังเชื่อมโยงมาถึงห้องสมุดซึ่งเกี่ยวข้องกับข้อมูลโดยตรง ดังนั้นห้องสมุดในยุคปัจจุบันจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วยเช่นกัน

สื่อสังคมออนไลน์ไม่ใช่เรื่องใหม่ มันเริ่มต้นใช้งานมาตั้งแต่ทศวรรษที่ ๗๐ ด้วยซ้ำ นั่นคือ อีเมล จากนั้นจึงเริ่มพัฒนาเรื่อยๆ จนกระทั่งมีการพัฒนาแบบก้าวกระโดดในช่วงปี ๒๐๐๐ มีทั้งสื่อที่เป็นมัลติฟังก์ชันและสื่อเฉพาะทาง และพัฒนาไปจนถึงการสามารถเชื่อมโยงทุกสื่อที่มีเข้าไว้ด้วยกันได้

## จะใช้สื่อไหนถึงจะเหมาะกับห้องสมุด

สำหรับในบ้านเราสื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ Facebook แม้ว่าสื่อใหม่อย่างเช่น Line จะกำลังเป็นที่นิยมมากขึ้น แต่โดยสภาพแวดล้อมแล้ว Facebook น่าจะยังเหมาะกับงานของห้องสมุดมากกว่า

มีนักการตลาดวิเคราะห์ไว้ว่า Facebook พยายามจะผสมผสานสื่อทุกประเภทเข้าไว้ด้วยกัน โดยต้องการเป็น “Everything” ขณะที่สื่ออื่นต้องการเป็น “Something” เนื่องจากมีรูปแบบการใช้งานที่เฉพาะเจาะจงกว่า แต่สำหรับห้องสมุดแล้วต้องตอบตนเองให้ได้ก่อนว่าจะสื่ออะไรออกไป เพราะนั่นคือเหตุผลสำคัญที่จะช่วยให้เราเลือกได้ว่าใช้สื่อประเภทไหน

สื่อออนไลน์อื่นที่ได้รับความนิยมเช่น Twitter อาจไม่เหมาะกับห้องสมุด เพราะคนส่วนใหญ่เลือก Follow ทวิตเตอร์เพื่อต้องการข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหว ดังนั้นจึงติดตามทวิตเตอร์ของสำนักข่าว ของคนดัง คนที่มีชื่อเสียง ขณะที่ห้องสมุดไม่ได้มีข่าวสารมากมายที่จะสร้างความน่าสนใจให้กับคนทั่วไปได้ เว้นเสียแต่กับคนในวงการห้องสมุดด้วยกัน หรือ Line เป็นสื่อที่ใช้สำหรับพูดคุย ห้องสมุดยังไม่มีเวลาจำเป็นต้องพูดคุยตลอดเวลา กับผู้ใช้ และผู้ใช้เองก็ไม่ได้มีความจำเป็นต้องคุยกับบรรณารักษ์เช่นกัน เว้นเสียแต่ต้องการข้อมูลหรือขอความช่วยเหลือ Line จึงถูกใช้งานเพื่อสื่อสารในวงสนทนาที่รู้จักกัน หรือถ้าหากห้องสมุดจะพยายามสร้างแบรนด์ด้วยการทำ Line Marketing เหมือนแบรนด์ดังๆ เช่นการทำสติ๊กเกอร์ ก็ไม่คุ้มทุนที่จะทำเช่นกัน

ห้องสมุดจึงน่าจะเลือกใช้สื่อออนไลน์ที่มีหลากหลายฟังก์ชัน เช่น Facebook ที่น่าจะครอบคลุมการใช้

งานมากที่สุด คือสามารถส่งข้อมูลในรูปแบบข้อความ รูปภาพ ไฟล์มัลติมีเดีย สามารถพูดคุยตอบโต้กับผู้  
ใช้ได้ มีระบบการบันทึกสถิติ และมีฟังก์ชันที่อาจมีความ  
จำเป็น เช่น การทำแบบสอบถาม สำรวจความคิดเห็น  
 เป็นต้น แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ขึ้นกับห้องสมุดที่จะเลือกว่าสื่อ  
ตัวใดเหมาะกับ Contents ที่มีมากที่สุด

## ใช้สื่อออนไลน์เพื่ออะไร

ธรรมชาติของสื่อสังคมออนไลน์คือการแชร์  
พฤติกรรมของคนในยุคนี้คือการแบ่งปันข้อมูล เผยแพร่  
ข้อมูล เพื่อกระจายข้อมูลหรือเพื่อแสดงตัวตนก็ตาม  
ที่ ดังนั้นทุกคนสามารถเป็นได้ทั้งผู้รับและผู้ให้ในเวลา  
เดียวกัน

ส่วนใหญ่แล้วห้องสมุดมักใช้สื่อสังคมออนไลน์  
กับงานประชาสัมพันธ์ แต่ห้องสมุดก็สามารถใช้สื่อเหล่านี้  
ในการแชร์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ทั้งกับห้องสมุดด้วยกัน  
หรือกับผู้ใช้บริการ ขึ้นอยู่กับว่าห้องสมุดจะมี Contents  
ที่น่าสนใจเพียงใด

เราสามารถเห็น Facebook ของห้องสมุดหลาย  
แห่งใช้วิธีการ Share ข้อมูลที่น่าสนใจจากเพจต่าง ๆ ซึ่ง  
ก็ไม่ใช้เรื่องแปลก แต่หากแชร์มากเกินไปอาจทำให้  
สูญเสียภาพลักษณ์ของการเป็นห้องสมุด เพราะส่วน  
ใหญ่การแชร์มักเกิดขึ้นกับ Facebook แบบ Profile Page  
มากกว่า การแชร์มากเกินไปทำให้ห้องสมุดถูกมองว่า  
ไม่มี Contents ของตนเอง สะท้อนถึงตัวตนของห้อง  
สมุดว่าไม่ใช่ นักแสวงหาข้อมูล ซึ่งนั่นคือสิ่งที่ห้องสมุด  
ควรจะถนัดมากที่สุด

สิ่งที่พบตามมาก็คือจะหา Contents มาจาก  
ไหน คำถามนี้ไม่ควรเกิดขึ้นกับหน่วยงานอย่างห้องสมุด  
ที่มีทรัพยากรความรู้มากมายสะสมไว้ สิ่งที่ต้องทำก็คือ  
พยายามคิดสร้างสรรค์ ค้นหาความน่าสนใจและข้อมูลที่มี  
อยู่ในห้องสมุด นำออกมาเสนอสู่สาธารณะ ถ้าฟังก์ชัน  
นี้รอผู้ใช้บริการเพียงฝ่ายเดียวนั้นไม่พอเสียแล้ว การนี้  
เฉยเป็นการผลักดันให้ผู้ใช้ไปหาห้องสมุดอื่นที่พร้อมกว่า

และหากมองในมุมของการสร้างเครือข่ายฯ  
การมีข้อมูลที่พร้อมสรรพและมีความโดดเด่น จะเพิ่ม  
ความน่าสนใจได้มากกว่า Contents นั้นครอบคลุม  
ความหมายมากกว่าเพียงข้อมูล ยังหมายถึงบริการ  
ใหม่ ๆ ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ประสบการณ์การ

ทำงาน ความคิดเห็นต่อเรื่องต่างๆ ทุกสิ่งล้วนแต่  
เป็นการสร้าง Contents เพื่อใช้ในการแบ่งปันให้กับ  
เครือข่ายฯ โดยไม่ได้เป็นฝ่ายรับเพียงฝ่ายเดียว

## เครือข่ายความร่วมมือระหว่างห้องสมุด กับสื่อออนไลน์

กล่าวโดยสรุปถึงความร่วมมือระหว่างห้องสมุด  
นั้น อยู่ที่ว่าจะร่วมมือกันเพื่ออะไร ถ้าไม่มีเป้าหมายที่  
ชัดเจน ความร่วมมือระหว่างองค์กรก็ไร้ประโยชน์ และ  
เครือข่ายฯ นั้นก็ไม่จำเป็นต้องสร้างขึ้นในรูปแบบหน่วย  
งานอย่างเป็นทางการ การร่วมมือกันระหว่างห้องสมุด  
หรือการใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัวของบรรณารักษ์หรือเจ้า  
หน้าที่ ก็นับเป็นการสร้างเครือข่ายฯ ได้เหมือนกัน

ขณะที่สื่อออนไลน์เป็นเพียงเครื่องมือที่เข้ามา  
ช่วยเสริม จำเป็นต้องใช้อย่างถูกวิธีเพื่อให้เกิดผล อย่า  
ทุ่มเทไปกับสื่อออนไลน์มากเกินไป จนละเลยตัวตน  
และสาระสำคัญที่มีอยู่ของแต่ละห้องสมุด

แนวคิดในการสร้างเครือข่ายฯ ที่จำเป็น ได้แก่

- ๑) กำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนในการสร้างเครือข่ายฯ
- ๒) ความเหลื่อมล้ำทางศักยภาพของแต่ละห้องสมุดไม่ใช่  
อุปสรรค
- ๓) ความร่วมมือคือการแบ่งปัน ต้องพร้อมที่จะรับและ  
ยินดีที่จะให้
- ๔) ข้อมูล (Contents) แนวคิด (Ideas) ประสบการณ์  
(Experience) คือสิ่งที่เครือข่ายควรมีร่วมกัน
- ๕) เลือกใช้กลวิธีและเครื่องมือที่ก่อให้เกิดประโยชน์  
สูงสุด
- ๖) แต่ละห้องสมุดควรหาความเป็นเอกลักษณ์ให้กับ  
ตัวเอง เพื่อสร้างจุดต่าง
- ๖) สื่อที่มีหลากหลายเป็นเพียงเครื่องมือเท่านั้น เราต้อง  
เติมความคิดสร้างสรรค์ลงไปด้วยเสมอ
- ๗) อย่าหยุดพัฒนา “ตนเอง”

# สื่อออนไลน์ จำเป็นแค่ไหนกับห้องสมุด

เผยแพร่ใน Stanglibrary.wordpress.com เมื่อ ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๖

ผมจำได้ว่าเมื่อซัก ๒-๓ ปีก่อน บรรดาครูทั้งหลาย พินิจว่าสื่อออนไลน์จะครองโลก พอถึงสิ้นปีทีไรก็จะมีการพยากรณ์กันว่าเทรนด์ปีหน้าสื่อออนไลน์มาแน่ๆ พุดอยู่อย่างนี้ติดๆ กันมา หลายปีแล้ว ซึ่งผมว่าไม่ต้องพุดแล้วก็ได้ เพราะยุคของสื่อออนไลน์มันมาตั้งนานแล้ว และมันก็เข้ามาอยู่ในชีวิตประจำวันของทุกคนไปเรียบร้อยแล้ว และก็บังงานห้องสมุดละ มันจำเป็นแค่ไหน

ก่อนอื่นผมอยากจะลองถามย้อนกลับไปก่อนว่าเราเข้าใจสื่อออนไลน์มากแค่ไหน อะไรคือสื่อออนไลน์ เราใช้มันเพื่ออะไร กลุ่มเป้าหมายคือใคร แล้วใครเป็นผู้ควบคุมดูแล จำกันได้ไหมครับเมื่อหลายปีก่อนวงการห้องสมุดเหมือนกันกับคำว่า ห้องสมุดดิจิทัล ตกลงมันคืออะไรครับ หลายคนคิดไปว่าก็คือการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้กับงานห้องสมุดก็เป็นห้องสมุดดิจิทัลแล้ว บางคนก็ไปให้ความสำคัญกับทรัพยากรหรืออะไรที่เป็นดิจิทัล บางคนก็รีบเว็บไซต์ใหม่ให้ดูทันสมัย สรุปว่าห้องสมุดส่วนใหญ่ก็ยึดทุกสิ่งอันที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ (จำพวก E-Book, E-Journal) เข้ามาในห้องสมุดแล้วก็ประกาศว่าฉันคือห้องสมุดดิจิทัล

แต่พอเปิดเข้าไปดูก็เห็นมีแต่ลิงค์ ลิงค์ แล้วก็ลิงค์ เจออันนั้นดีอันนั้นดีก็เอามาผูกเข้ากับเว็บห้องสมุด จนกลายเป็นเว็บท่า (Portal Web) แบบนี้ผมค้นใน google เอาก็ได้ครับ

บางคนก็เถียงว่านี่ไง มีบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้วย ผมเคยเจอนะครับ เมื่อลองติดต่อไปตามความคืบหน้ากลับได้คำตอบว่าไม่ได้รับเรื่อง เพราะยังไม่ได้เปิดเซิร์ฟเวอร์ในระบอบ อ้าวคุณพี่...แล้วจะมีบริการอิเล็กทรอนิกส์ไปทำไมล่ะครับผม

พอมาถึงยุคที่อะไรก็เชื่อมถึงกัน สื่อออนไลน์ก็กลายเป็นอีกกระแสหลักที่ห้องสมุดจะพลาดไม่ได้ ซึ่งก็ย้อนไปคำถามข้างต้นนั่นแหละครับว่าตกลงเราเข้าใจมันดีแค่ไหน หรือว่าจำเป็นต้องมี ไม่งั้นไม่ทันยุค ใครๆ เขาก็เฟซบุ๊กกัน เราก็ต้องมี แบบนี้รีเปล่า

มีกูรูท่านหนึ่งพูดไว้น่าสนใจทีเดียวครับ เขาบอกว่า **“คนไทยใช้ Social Media ได้ ... แต่คนไทยใช้ไม่เป็น”**

**“ใช้ได้”** กับ **“ใช้ไม่เป็น”** นี่คนละเรื่องกันนะครับ

ผมเองก็ไม่ใช่ว่าจะเก่งกาจมาจากไหน บางท่านอาจเห็นต่าง แต่เอาเป็นว่าผมจะขอสรุปความตามประสบการณ์และมุมมองของผมเกี่ยวกับการใช้เจ้าสื่อออนไลน์ซึ่งอาจจะ



ไม่เพียงแค่นี้สำหรับงานห้องสมุดเท่านั้น แต่รวมไปถึงการใช้ในชีวิตประจำวันของเราด้วย

**จะโพสต์เรื่องอะไร คิดให้ดี เราโพสต์ในฐานะอะไร** เพราะสิ่งที่โพสต์มีผลต่อตัวเราและองค์กร จำกรณีของคุณปูคนนั้นได้ไหมครับ หรือจะคุณแอร้คนนั้น หรือจะดาราคนนั้น อย่าลืมนะที่เราโพสต์ลงไปมันไม่ได้เห็นกันแค่คนหรือสองคน มันเห็นกันทั่วโลกนะครับ คุณกำหนดเครือข่ายของคุณไว้รีเปล่าว่าจะให้ใครเห็นบ้าง ถ้าเป็นของคุณเองก็ช่างปะไร แต่ถ้าเป็นขององค์กรก็จงระวังให้หนัก ถึงอย่างนั้นต่อไปเป็นของส่วนตัวก็อันตราย อย่างคุณแอร้คนนั้นเขาก็โพสต์ลงในเพจส่วนตัว แต่เขาเป็นคนขององค์กร สิ่งที่เขาทำมีผลต่อองค์กร การกำหนดสิทธิในการใช้งานสื่อออนไลน์ขององค์กรก็สำคัญ ไม่ใช่ว่าใครจะโพสต์ก็ได้ เพราะมันหมายถึงภาพลักษณ์ด้วย

**ไม่รู้จะโพสต์อะไรก็ไม่ต้องโพสต์** เคยเห็นเฟซบุ๊กของบางที่โพสต์เรื่อยเปื่อยมาก อรุณสวัสดิ์ ราตรีสวัสดิ์ หลับฝันดีนะ ลิปวิธิลดหุ่น อากาศเย็นแล้วนะใส่เสื้อหนาๆ ด้วยเป็นห่วง ฯลฯ พวกนี้เอาไปโพสต์ในเพจของคุณครับ อย่าเอามาโพสต์ในเพจขององค์กร มันไม่เข้ากัน แล้วยังทำให้ดูเลอะเทอะ เขาจะมองได้ว่าองค์กรนี้เป็นอะไร ไร้สาระรีเปล่าข้อความแบบนี้มันเหมาะสำหรับบางแบรนด์ครับ ดูก่อนว่าแบรนด์คุณคืออะไร ถ้าไม่รู้จะโพสต์อะไรก็ไม่ต้อง

**จะใช้สื่อออนไลน์ทำอะไร** ประชาสัมพันธ์รีเปล่าให้ข้อมูลความรู้รีเปล่า ขายของรีเปล่า เอาให้แน่ อย่าให้มันเลอะเทอะ ถ้ามีมั่วๆ เขาก็เลิกติดตามเราได้เลย ไปตามเพื่อนฝูงเขาดีกว่า ถ้าจะสื่อสารในนามขององค์กรน่าจะเป็น



ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ หรือจะประชาสัมพันธ์ก็จัดไป ถ้านึกไม่ออกว่าจะใช้ทำอะไรก็ไม่ต้องมี ผมเห็นมาแล้วหลายองค์กร ตั้งเฟซบุ๊กขึ้นมาแล้วก็ปล่อยร้าง มีคนเข้ามาสอบถามก็ไม่มีการโต้ตอบ เพราะแอดมินหายไปไหนไม่รู้ บางแห่งโพสต์ล่าสุดห่างกันเป็นเดือนเป็นปี แบบนี้ภาพลักษณ์องค์กรเสียหาย แสดงว่าไม่มีความรับผิดชอบ

### **แม้จะใช้สื่อออนไลน์ในนามส่วนตัวก็ต้องระวัง**

อย่าลืมน่ามันสื่อถึงกันได้หมด เพื่อนก็ได้ เพื่อนของเพื่อนก็ได้ หรือบางครั้งถ้าลืมตั้งค่า ความเป็นส่วนตัว ก็เห็นคุณได้ ทำอะไรลงไปมันจะส่งผลถึงองค์กรที่คุณอยู่ ถ้าคุณรับผิดชอบได้ก็ช่างคุณ แต่ถ้าไม่ได้ก็ต้องระวัง การโพสต์อะไรเล่นๆ บ่อยครั้งอาจทำให้คนนอกที่เขาเห็นจะมองว่า องค์กรนี้มันไม่ทำงานกันรู้ใจ โพสต์เล่นกันทั้งวัน ถ้ามีเวลามาโพสต์เล่นก็แสดงว่ายังมีเวลาว่างพอจะทำงานเพิ่มได้นะคุณ

### **การแชร์เป็นเรื่องปกติ แต่อย่าบ่อย**

การใช้งานเฟซบุ๊กเป็นที่นิยมเพราะมีอะไรให้เราใช้งานได้มากกว่าสื่ออื่น บางองค์กรไม่มี contents ก็ไม่เป็นไร หาแชร์เอาในเฟซบุ๊กก็ได้ แต่อย่าสักแต่แชร์ ดูด้วยว่าไปกับองค์กรหรือไม่ ซึ่งความจริงแล้วถ้าองค์กรไหนบอกว่าตัวเองไม่มี contents ก็ต้องพิจารณาตัวเองแล้วละ

### **อย่าโพสต์ถึงจนเกินไป**

รู้ไหมว่ามันจะทับซ้อนกันไปเรื่อย ๆ แล้วใครจะมาไล่ดู Time Line ย้อนหลังกันนาน ๆ ดังนั้นควรทิ้งระยะสักหน่อย เคยเห็นบางที่กระหน่ำโพสต์ราวกับตายอดตายอยาก มันก็เรียงกันเป็นพืด ถ้า contents นำสนใจก็แล้วไป ถ้าไม่เอาไหนมันพาลให้รำคาญ

**ถ้าจะขายก็ขาย ไม่ต้องทำเนียน** ถ้าเนียนไม่ได้จริง เรามักได้ยินว่าถ้าคิดจะโฆษณาในสื่อออนไลน์ก็ต้องทำให้เนียน เขาจะได้ไม่คิดว่าเรามุ่งขายจนเกินไป แต่บางทีทำไม่ได้ไม่เนียน สมัยนี้แล้วจะขายก็บอกเลยว่าขายละนะ คนที่เขาเห็นถ้าสนใจเขาก็ตาม ถ้าไม่สนใจเขาก็ข้าม ถ้าทำเนียนแล้วเขามารู้ทีหลังจะเสียความรู้สึก อย่าล่อให้เขาคlickเข้ามาแล้วเสียอารมณ์ องค์กรจะดูไม่ดีไปเปล่า ๆ

นี่คือตัวอย่างเล็กๆ น้อยๆ เท่าที่ผมเจอมากับตัวเอง ผมว่ามันปรับใช้กับงานห้องสมุดได้ ห้องสมุดเกือบทุกแห่งไปปรากฏตัวบนสื่อออนไลน์หมดแล้วละครับ แต่จะแสดงตัวตนในภาพลักษณ์ไหนก็ขึ้นกับแต่ละที่ ผมคิดว่าเกือบทั้งหมดนั้นใช้เพื่อการสื่อสารกับผู้ชมมากกว่าอย่างอื่น รองลงมาคือการจัดกิจกรรมออนไลน์ ส่วนการให้บริการนั้นผมยังเห็นว่าน้อย อาจเป็นเพียงการให้ความรู้หรือตอบคำถามที่ไม่ซับซ้อนนัก การถ่ายโอนข้อมูลให้ผู้ใช้นั้นยิ่งลำบากเข้าไปใหญ่ ระวัง พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ให้ดีนะครับ

**ลองคิดกันดูนะครับว่าคนที่แฟนห้องสมุดเขาต้องการอะไรจากเรา ไม่ใช่เพื่อนเขา ไม่ใช่ญาติเขา แล้วเราจะให้อะไรเขา หรือเขาจะสนใจอะไรเรา เวลาเราได้ข้อมูลขยะจากแบรนต์ต่างๆ เรายังรำคาญเลยใช้ไหม ดังนั้นจงใช้สื่อออนไลน์ให้เกิดประโยชน์ครับ หา Contents ให้เจอก่อน แล้วค่อยโพสต์ จำไว้ครับ คิดก่อนคลิก คลิกแล้วต้องรับผิดชอบด้วยละ อย่าลืม**

# ประสบการณ์ในการใช้สื่อออนไลน์กับงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

เผยแพร่ใน Stanglibrary.wordpress.com เมื่อ ๒๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๖

เรามักจะชอบพูดกันเสมอว่าให้นำเอาสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มาประยุกต์ใช้กับงานห้องสมุด เพื่อให้ทันต่อยุคสมัย อีกทั้งมันยังมีประโยชน์อย่างเช่น สามารถกระจายข้อมูลได้ในวงกว้าง เขาถึงผู้ใช้ได้อย่างอิสระ ไม่มีค่าใช้จ่าย แล้วก็ยกเหตุผลโน่นนี่มากมายมาประกอบ แต่ลองย้อนมาถามตัวเองกันหรือยังว่าแล้วสิ่งที่ จะสื่อออกไปนั้นคืออะไร

ห้องสมุดโดยส่วนใหญ่มักจะใช้ Social Media ไปกับงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งนั่นก็ถูกครับ และอาจจะเป็นอย่างเดียวที่ห้องสมุดจะสามารถทำได้บนสื่อออนไลน์ หากแต่คำว่า “ประชาสัมพันธ์” ควรจะมีความหมายที่มากกว่าแค่การบอกว่าห้องสมุดมีกิจกรรมอะไร มีทรัพยากรอะไร สิ่งหนึ่งที่ห้องสมุดทำได้และควรทำคือการสอดแทรกเนื้อหาสาระลงไป “สาร” ที่เรา “สื่อ” ไปถึงผู้ใช้

ผมเห็นบ่อยๆ ว่าหลายองค์กรนิยมออกสื่อประเภท จุลสาร จดหมายข่าว และส่วนใหญ่เนื้อหาที่มักจะมีไม่พนักิจกรรมต่างๆ ที่องค์กรได้ทำ อย่างกิจกรรม ๕๘. ไปบริจาคผ้าห่มให้คนดอย ไปช่วยพระกวาดลานวัด ไปบริจาคสิ่งของที่ที่นั่นที่นี้ ก็คือกิจกรรม CSR ทั้งหลายแหละ หรือไม่กี่กิจกรรมที่จัดขึ้นโดยองค์กรนั้นๆ ถามว่าแบบนี้ผิดด้วยหรือ ไม่ผิดหรอกครับ เพราะมันก็คือการบอกว่าองค์กรของเราทำอะไรอยู่บ้าง เป็นการประกาศให้ทุกคนรับรู้ ว่า Who am I?

แต่ว่าทำไมไม่พลิกมุมมองในมุมมองของผู้รับบ้างล่ะครับ อย่างผมนี้เวลาอ่านจุลสารพวกนี้ผมก็จะตั้งคำถามต่อว่า แล้วไงล่ะ?

เอาละผมทราบแล้วว่าคุณทำกิจกรรมอะไร แต่สาระสำคัญอยู่ตรงไหน ถ้าแค่ประชาสัมพันธ์หน่วยงาน วิธีนี้ผมว่ามันเก่าไปแล้วครับ อ่านเสร็จเขาก็โยนทิ้ง เผลอๆ ไม่ทันเปิดอ่านด้วยซ้ำ พลิกๆ ดูสองทีก็ทิ้งได้เลย ทำไมเราไม่ทำอะไรที่มีสาระข้อมูลให้คนเขาประทับใจ อยากจะอ่านต่อโดยไม่รีบโยนทิ้งกันล่ะครับ จะทำออนไลน์ก็ได้นะครับ แต่เป็นการออนไลน์ที่คนอ่านเขาเห็นแล้วรู้สึกว่ามันน่าเข้ามาดูเข้ามาอ่าน ไม่ใช่แค่คลิกเข้ามาแล้วเจอแค่รูปกิจกรรมแล้วก็บรรยายอย่างเชยๆ ว่าใคร ไปทำอะไร วันไหน ที่ไหน

ปัญหาที่มักจะเจอบ่อยๆ สำหรับองค์กรที่เริ่มจะเอาสื่อออนไลน์มาใช้ นั่นก็คือ “ก็ไม่ว่าจะโพสต์อะไร” อ้าว แล้วแบบ

นี้คุณจะใช้สื่อออนไลน์ทำไมล่ะครับ จริงมั๊ย

ขออนุญาตยกตัวอย่างสื่อออนไลน์ยอดนิยมอย่าง Facebook ผมลองเปิดดูเล่นๆ เอาแค่ห้องสมุดก็ได้ พบว่าหลายแห่งทำได้ดีทีเดียวครับ แต่หลายแห่งก็ออกทะเล ไม่มีเนื้อหาที่จับต้องได้คือโพสต์ไปเรื่อยราวกับเป็นเพลงส่วนตัว แต่ปัญหาใหญ่ที่ผมอนุมานเอาเองก็คือปัญหาที่ผมเอ่ยไว้เมื่อกี้นั้นล่ะครับ คือแอดมินเขายังไม่ว่าจะโพสต์อะไร ผมจึงขออนุญาตสรุปง่าย ๆ ดังนี้



**หา Contents ให้เจอ** ถ้าบอกว่าไม่มี Contents ก็ต้องพิจารณาสองประเด็นครับ อย่างแรกคือตัวแอดมิน ว่าทำไมถึงหาไม่ได้ ทั้งที่มีหน้าที่รับผิดชอบ กับอย่างที่สองคือตัวองค์กร **ทุกองค์กรมีเนื้อหาสาระครับ ถ้าบอกว่าไม่มีองค์กรนั้นก็สมควรถูกพิจารณาได้แล้ว** ถ้าเป็นห้องสมุดยิ่งแล้วใหญ่ ถ้าโพสต์แค่เวลาเปิด-ปิด กับกิจกรรม ก็อย่าใช้ Social Media เลยครับ Contents มากมายใกล้ตัวคุณแท้ๆ แนะนำหนังสือวันละเล่มยังได้เลย หรือไม่กี่ค้นคว้าหาข้อมูลมานำเสนอสิครับ อย่าให้เสียชื่อว่าเป็นห้องสมุด

**แชร์ได้แต่อย่าบ่อยเกิน** การแชร์ข้อมูลบนโลกออนไลน์เป็นเรื่องปกติครับ ข้อมูลดี ๆ มีให้อ่านเพียบ แต่ถ้าคุณคิดแต่จะแชร์ทำเดียว แบบนี้ผมว่าภาพลักษณ์องค์กรดูจะไม่ค่อยดี พยายามสร้าง Contents ของตัวเองบ้าง อยู่ในห้องสมุดก็อย่าให้เสียชื่อครับ อ่านหนังสือบ้าง เอาเวลาเขามาอ่านสาระดี ๆ ในอินเทอร์เน็ตบ้าง แล้วก็ลองถลกกรองเรียบเรียงออกมา **แชร์แบบมีกินหนอย ไม่ใช่ถือปมาวางอย่างเดียว** เรามักจะรณรงค์ให้อ่านกันมากๆ แต่ไม่รณรงค์ให้เขียนหรือถ่ายทอด **คุณเล่นหรือเขียนพำเพื่อลง facebook ได้ทุกบ่อย ลองหันมาเขียนอะไรที่มีประโยชน์บ้างทำจะดีกว่า** ผมเจออยู่เพจหนึ่ง ใช้วิธีแชร์ข้อมูลจากเว็บหนึ่งมาทั้งดุ้น คือเว็บนั้นมีอะไรเขาก็แชร์มาหมด ไม่มีข้อมูลอื่นใดเลยนอกจากแชร์เว็บนี้ สงสัยจะปลื้มเว็บนี้มากแน่ๆ



หา Contents ของห้องสมุดให้เจอครับ  
คนที่เขาอุตสำหรับ add จะได้รู้ลึกว่าคัมค่าที่เข้ามาดู

แยก fanpage กับ personal page สำหรับ facebook บางแห่งยังไม่ได้เปลี่ยนเป็น fanpage แนะนำว่าเปลี่ยนเสียนะครับ หรือถ้าจะคงใช้เป็น personal page แบบเดิมก็ไม่ผิด แต่คุณจะต้องควบคุมลำบากหน่อย และจะไม่สามารถดูสถิติการเข้าชมได้ แต่เหนืออื่นใดคือการใช้งาน แยกให้ออกว่าอะไรคือเรื่องส่วนตัว อะไรคือความเห็นส่วนตัว อะไรคือข้อมูลจากองค์กร และโพสต์ให้ถูกที่

**หมั่นตรวจดูสถิติ Social Media** ทุกชนิดเขาจะมีฟังก์ชันเก็บสถิติให้เรา อย่างหน้า fanpage ของ facebook เขาจะสรุปให้ว่าสิ่งที่เราโพสต์ไปมีคนเห็นกี่คน คอมเมนต์กี่คน แชร์กี่คน เช็คว่าช่วงเวลาที่เราโพสต์ด้วยนะครับว่าเวลาใดที่คนเข้ามาดูมากที่สุด แสดงว่าช่วงเวลานั้นคือเวลาทอง หรือถ้าเป็น weblog เขาจะเก็บสถิติละเอียดเลยว่าบทความใดมีคนอ่านมากที่สุด และถ้าเราใส่ tag ในบทความด้วยก็จะดี tag พวกนี้คือคำที่ผู้คนเขาใช้ค้น ถ้า tag ใดมีสถิติมากแสดงว่าคนสนใจเรื่องนั้นมาก เราก็ต้องยิ่งกระหน่ำตามกระแสด้วย

**ความเหมาะสมกับคาแรคเตอร์องค์กร** ถ้าแอดมินห้องสมุดโพสต์ขำขันเฮฮาแบบเพจของห้องสมุดจะเกิดอะไรขึ้นครับ มันอาจจะดูน่ารักดี เป็นกันเองดี แต่เราคือห้องสมุดนะครับ ยิ่งถ้าเป็นห้องสมุดสถาบันการศึกษา ยิ่งไปกันใหญ่ ถ้านั่นคือสไตล์หรือคาแรคเตอร์ของห้องสมุดของคุณก็เอาเถอะ แต่เชื่อผมเถอะว่าอย่าถีนึก ยิ่งไงเสียห้องสมุดก็ยังต้องคงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือ บางคนใช้ Line โพสต์ ก็ใส่สติ๊กเกอร์ชะเลอะเทอะ โอย ห้องสมุดแบบไหนกันนี้ เอาแค่พอเพียงดีกว่าครับ



เวลาเห็นห้องสมุดหรือกระทั่งหน่วยงานไหน  
ที่ชอบโพสต์อะไรแบบนี้ แล้วรู้สึกยังไงครับ

สุดท้ายแล้วหน้าตา Social Media ของห้องสมุด จะออกมาเป็นเช่นไรก็ขึ้นกับนโยบายและการพิจารณาของผู้ปฏิบัติงานนั้นละครับ ผมเชื่อสุดใจว่าทุกท่านล้วนมีความจริงจังในการทำงานที่จะมุ่งทำประโยชน์ให้หน่วยงาน แต่บางครั้งก็เพลินไปหน่อยใจครับ ลืมนึกถึงรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ผมว่าลองกลับมาทบทวนกันใหม่อีกครั้งดีกว่าครับ บางแห่งพอนำ Social Media มาใช้ก็ทุ่มเวลาไปกับมัน แล้วก็ละเลยฐานที่มั่นหลัก คือ เว็บไซต์ของห้องสมุด Social Media มันก็แค่เครื่องมือในการส่งผ่าน Contents ไปสู่ผู้รับ สร้าง Contents ให้มันคงก่อนดีกว่าครับ จากนั้นเมื่อเรานำ Social Media มาใช้ มันจะง่ายขึ้น จะได้ไม่มีปัญหาว่า ไม่รู้จะโพสต์อะไร อีกต่อไป

โดย อภิชัย อารยะเจริญชัย  
ห้องสมุดสตางค์ มงคลสุข  
คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล  
e-mail Apichai.ara@mahidol.ac.th  
URL <http://stang.sc.mahidol.ac.th>  
[www.facebook.com/StangMongkolsukLibrary](http://www.facebook.com/StangMongkolsukLibrary)  
<http://stanglibrary.wordpress.com>  
<http://janghuman.wordpress.com>