

## บทวิจารณ์หนังสือ

### Book Review

#### Social Media for Creative Libraries.

Bradley, P. (2015). London: Facet Publishing.

XV, 169 p. ISBN 978-1-85604-713-5. £54.95.

---

กันยารัตน์ เควียเซน<sup>1</sup>

*Kanyarat Kwiecien*

---



หนังสือเรื่อง Social Media for Creative Libraries เป็นฉบับพิมพ์ครั้งที่ 2 โดยปรับปรุงเนื้อหาจากหนังสือเรื่อง How to Use Web 2.0 in Your Library ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมาก ผู้เขียนหนังสือเล่มนี้คือ Phil Bradley ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านสารสนเทศ ที่ปรึกษาทางด้านอินเทอร์เน็ต และวิทยาการในการประชุมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการค้นคืนสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคม จากประสบการณ์อันยาวนานในการทำงานของผู้เขียนกับบริษัททางด้าน search engine รวมถึงองค์กรต่างๆ ทั้ง

องค์กรธุรกิจ องค์กรการกุศล มหาวิทยาลัย หรือองค์กรของรัฐ นำมาสู่ผลงานเขียนหนังสือเรื่องนี้ สำหรับหนังสือเล่มนี้ ผู้เขียนได้ปรับปรุงเนื้อหาหลักของโดยเพิ่มรายละเอียดเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้สื่อสังคมในงานห้องสมุด เนื่องจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วของสื่อสังคมในปัจจุบัน ดังนั้น ผู้เขียนจึงมุ่งเน้นให้บรรณารักษ์หรือนักวิชาชีพสารสนเทศได้ประยุกต์ใช้สื่อสังคมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่นักวิชาชีพสารสนเทศต้องจัดการในแต่ละวัน

---

<sup>1</sup> สาขาวิชาสารสนเทศและการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น; Information and Communication Department, Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University

สำหรับเนื้อหาในหนังสือเล่มนี้ จะเป็นการอธิบายวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ในแง่มุมที่แตกต่างไปจากการใช้งานแบบเดิม โดยมุ่งเน้นให้ห้องสมุดสามารถใช้สื่อสังคมในการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสอนการใช้ห้องสมุดให้กับผู้ใช้บริการห้องสมุดที่มีความสามารถที่ต่างกันได้ ตลอดจนประชาสัมพันธ์บริการต่างๆ ของห้องสมุดได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ สื่อสังคมยังเป็นสื่อที่มีราคาถูกลงสำหรับการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดด้วย

สำหรับเนื้อหาของหนังสือเรื่องนี้ ผู้เขียนได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 10 บท ดังนี้

บทที่หนึ่ง An Introduction of Social Media เป็นการแนะนำผู้อ่านให้รู้จักกับสื่อสังคม ที่มีการใช้งานอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน ว่าสื่อสังคมหมายถึงอะไร มีความยืดหยุ่นหรือง่ายต่อการใช้งานอย่างไร การทำงานบนเรื่องคอมพิวเตอร์หรือการทำงานแบบออนไลน์โดยใช้เทคโนโลยีก่อนเมฆ เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อทำความเข้าใจที่ตรงกันกับผู้อ่าน เพื่อให้ผู้อ่านได้รู้จักสื่อสังคมต่าง ๆ โดยผู้เขียนจะให้ความสำคัญกับลักษณะการใช้งานในกิจกรรมต่างๆ ของสื่อสังคม มากกว่าการเน้นที่เครื่องมือต่างๆ ของสื่อสังคม

บทที่สอง Authority checking เป็นการกล่าวถึงอุปสรรคในการตรวจสอบถึงผู้ที่ใช้อำนาจในการใช้งานสื่อสังคมต่างๆ เนื่องจากสื่อสังคมเป็นเครื่องมือที่ใครๆ ก็สามารถสร้างเนื้อหาต่างๆ ได้ จึงเป็นเรื่องยากที่จะคัดกรองเนื้อหาที่ถูกต้อง เหมาะสม ที่เผยแพร่ผ่านสื่อสังคม ซึ่งผู้เขียนได้เขียนถึงทั้งข้อดีและข้อเสียของเครื่องมือต่างๆ ในสื่อสังคม

บทที่สาม Guiding tools สำหรับบทนี้ ผู้เขียนได้แนะนำให้ผู้อ่านในการเลือกใช้เครื่องมือต่างๆ ที่เป็นสื่อสังคม เพื่อสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้ห้องสมุด ตลอดจนส่งเสริมผู้ใช้ห้องสมุดตามทักษะและความสามารถที่มีในแต่ละคน เริ่มตั้งแต่การสร้างหรือเริ่มต้นใช้งานเครื่องมือ เช่น Symbaloo หรือ Diigo จนสามารถใช้งานได้ เป็นต้น ซึ่งผู้เขียนได้มุ่งเน้นถึงการเข้าถึงเนื้อหาที่ดี และการเลือกใช้เครื่องมือที่เหมาะสม

บทที่สี่ Current Awareness and Selective Dissemination of Information Resources เป็นการกล่าวถึงบริการสารสนเทศทันสมัยและบริการสารสนเทศเลือกสรรเฉพาะบุคคล ที่ผู้ใช้งานสามารถสร้างสรรค์เนื้อหาสารสนเทศ ได้ตามสนใจและตามความถนัดของแต่ละคน ซึ่งผู้สร้างสรรค์เนื้อหาไม่จำเป็นต้องใช้เวลาไปกับการสร้างเนื้อหาที่ยิ่งใหญ่ แต่ควรที่จะแสวงหาเครื่องมือ และสร้างเครื่องมือสำหรับแนะนำการใช้งาน ซึ่งมีหลากหลายวิธีที่สามารถกระทำได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

บทที่ห้า Presentation Tools เป็นการแนะนำถึงเครื่องมือสำหรับการนำเสนอเนื้อหาและบริการต่างๆ ของห้องสมุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นเกี่ยวกับการนำเสนอผ่านทางโปรแกรม Powerpoint ที่ไม่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน ซึ่งผู้เขียนได้แนะนำเครื่องมือใหม่ๆ สำหรับการผลิตสื่อเพื่อการนำเสนอเนื้อหาต่างๆ ให้น่าสนใจยิ่งขึ้น เช่น Presentain หรือ Prezi เป็นต้น

บทที่หก Teaching and Training สำหรับเนื้อหาในบทนี้ ผู้เขียนได้มุ่งเน้นไปที่การสอนและการฝึกอบรม ซึ่งเป็นบทบาทที่สำคัญอีกบทบาทหนึ่งของนักวิชาชีพสารสนเทศ ซึ่งผู้เขียนได้แนะนำเทคนิคและเครื่องมือใหม่ๆ ที่จะทำให้การสอนและการฝึกอบรมไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป

บทที่เจ็ด Communication ในปัจจุบัน เครื่องมือที่ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสารผ่านสื่อสังคมมีจำนวนมาก ผู้เขียนได้แนะนำเครื่องมือการติดต่อสื่อสารต่างๆ เพื่อให้ห้องสมุดสามารถติดต่อกับผู้ใช้บริการทั้งในการติดต่อสื่อสารเฉพาะบุคคล หรือการสื่อสารในวงกว้าง

บทที่แปด Marketing and Promotion – the groundwork สำหรับบทนี้ ผู้เขียนได้อธิบายถึงแนวคิดที่แฝงอยู่เบื้องหลังของการตลาดและบริการของห้องสมุด ซึ่งไม่เพียงแต่การที่ห้องสมุดต้องรู้ว่าต้องการทำอะไร และสิ่งที่ห้องสมุดคาดหวังจากการทำการตลาดนั้นๆ แต่ห้องสมุดจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อต่างๆ เพื่อการทำการตลาดของห้องสมุดจะได้ประสบความสำเร็จมากขึ้น

บทที่เก้า Marketing and Promotion – practicalities สำหรับเนื้อหาในบทนี้จะต่อจากเนื้อหาในบทที่ 8 โดยผู้เขียนจะเน้นให้เห็นถึงการวางแผนที่จะใช้เครื่องมือที่หลากหลายเพื่ออำนวยความสะดวกในการวางแผนการตลาด ซึ่งมีทั้งเครื่องมือที่เป็นแบบเสียค่าใช้จ่ายและแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย และมีข้อดีข้อเสียแตกต่างกัน ซึ่งห้องสมุดต้องเลือกให้เหมาะสมกับงบประมาณของตนเอง

บทที่สิบ Creating a social media policy สำหรับบทสุดท้ายนี้เป็นบทส่งท้ายที่ผู้เขียนได้แสดงให้เห็นว่าหากห้องสมุดตัดสินใจที่จะเลือกใช้สื่อสังคมเป็นเครื่องมือในการให้บริการของห้องสมุด ควรจะกำหนดนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคม

จากเนื้อหา ทั้งสิบบทข้างต้น รวมถึงภาคผนวก จะพบว่าผู้เขียนได้กล่าวถึงช่องว่างระหว่างเครื่องมือต่าง ๆ ที่เป็นสื่อสังคม ดังนั้น ผู้เขียนจึงมุ่งเน้นไปที่กิจกรรม

หรือลักษณะการใช้งานสื่อสังคมมากกว่าการเน้นที่เครื่องมือ ซึ่งความคุ้มค่าของหนังสือเล่มนี้ คือ การที่ผู้เขียนมุ่งเน้นให้เห็นว่าสื่อสังคมเป็นสื่อที่สามารถเชื่อมต่อห้องสมุดกับผู้ใช้ห้องสมุด ซึ่งผู้เขียนได้เขียนให้ผู้อ่านสามารถสร้างสรรค์และใช้งานสื่อสังคมในการดำเนินงานต่างๆ ของห้องสมุดได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ (Hart, 2015)

ลักษณะที่โดดเด่นและน่าสนใจของหนังสือเล่มนี้คือวิธีการนำเสนอที่จะเริ่มจากเรื่องราวพื้นฐานไปสู่การประยุกต์ใช้งานสื่อสังคมได้อย่างสร้างสรรค์ โดยการยกตัวอย่างการใช้งานต่างๆ ที่ประสบความสำเร็จ เชื่อมโยงสอดแทรกกับแนวคิดต่างๆ ทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่าย และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการให้บริการของห้องสมุด หรือแม้แต่หน่วยงานบริการอื่นๆ ก็สามารถนำแนวคิดดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในการให้บริการได้เช่นกัน ข้อดีอีกอย่างก็คือ ในตอนท้ายของแต่ละบทจะมีบทสรุปรวมทั้งรายการแนะนำเอกสารเพื่อการค้นคว้าต่อไปได้ด้วย หนังสือเล่มนี้จึงเป็นตำราพื้นฐานสำหรับยุคปัจจุบัน ที่เป็นยุคของเทคโนโลยี 3.0 ที่สื่อสังคมได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันและการทำงานต่างๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

## บรรณานุกรม

- Bradley, P. (2015). **Social Media for Creative Libraries**. London: Facet Publishing.
- Hart, R.J.V. (2015). **A Review of Social Media for Creative Libraries**. Retrieved December 12, 2016, from [http://escholarship.umassmed.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1188&context=lib\\_articles](http://escholarship.umassmed.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1188&context=lib_articles)