

มุมมองของสังคมออนไลน์: ทำให้รักและทำต่อไป
Social Aspect Online Community (Social Network) :
Be love and to be Continue

สมปอง มิสสิตะ

หอสมุดพระราชวังสนามจันทร์สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศิลปากร e-mail: missitaa@su.ac.th

บทคัดย่อ

หอสมุดพระราชวังสนามจันทร์ สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศิลปากร นำเฟซบุ๊กมาใช้เมื่อวันที่ 15 กันยายน พ.ศ.2552 ผู้ศึกษานำแนวคิดทฤษฎีจากข้อมูล (grounded in theory) มาประยุกต์เพื่อศึกษาจำนวนการตั้งสถานะ ปฏิสัมพันธ์ในเฟซบุ๊ก รวมทั้งเนื้อหา และเพื่อนำผลจากการศึกษาไปหาสื่อสังคมออนไลน์อื่นมาพัฒนางาน โดยรวบรวมข้อมูลในเฟซบุ๊กของหอสมุดพระราชวังสนามจันทร์ ระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2555-31 มิถุนายน พ.ศ.2556 ผลการศึกษาพบว่า จากจำนวน 365 วัน มีการตั้งสถานะ 263 ครั้ง เดือนที่มากที่สุดคือ มกราคม จำนวน 52 ครั้ง เดือนที่น้อยที่สุดคือ ธันวาคม การตั้งสถานะที่นิยมใช้มากที่สุดคือ มีข้อความและรูปภาพ จำนวน 1,849 รูป 198 ข้อความ การตอบรับพบว่า เดือนมกราคม มีการตอบรับมากที่สุดในทุกรูปแบบ (ชอบ ความเห็น และแบ่งปัน) เนื้อหาการตั้งสถานะที่นิยมใช้มากที่สุดคือ กิจกรรมห้องสมุด สื่อสังคมออนไลน์อื่นที่นำมาพัฒนาคือ การสร้างเว็บบล็อกเพื่อเล่าเรื่องหนังสือ และการสร้าง Pinterest เพื่อนำเสนอรูปภาพ

คำสำคัญ:เฟซบุ๊ก, การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ABSTRACT

Sanamchandra Palace Library, Silpakorn University launched the most popular online application, Facebook, to use on 15 September 2009. Grounded theory was applied to study the amount of timeline status and interactive message on the Facebook and in order to develop the result via other online networks by collecting Facebook messages of Sanamchandra Palace Library, Silpakorn University during 1 July 2012 to 31 June 2013. The result shows that there are 263 status added during 365 days and the highest timeline status was 52 times in January and the

lowest was in December. The most popular timeline status was 1,849 photos and 198 messages. The most feedback was in January in any categories, such as, likes, suggestions and shares. The most popular timeline status was the library activities. Other developed online network was story telling web block and Pinterest creator to present pictures.

Keywords : Facebook, library promotion

ริเริ่ม

เมื่อวันที่ 15 กันยายน พ.ศ.2552 หอสมุดพระราชวังสนามจันทร์ ได้ตั้งสถานะ (status) แรกในเฟซบุ๊กของหอสมุดฯ ว่า “ทดลองเปิดบริการทางเลือกใหม่” ต่อมาผู้รับผิดชอบการทำงานดังกล่าวได้เล่าเรื่องผ่านเว็บบล็อกของหอสมุดฯ (<http://www.snc.lib.su.ac.th/snclibblog/?p=8730>) ไว้ว่า ถือเป็นการเปิดตัวเครื่องมือสื่อสารอย่างเป็นทางการหลังจากทำไว้เงียบๆ แบบซิมตลามาเกือบหนึ่งปีเต็มหนึ่งปีที่ต้องทำงาน และเรียนรู้กับเสียงหลายๆ แบบ ทั้งในและนอกห้องสมุดมหาวิทยาลัยรวมถึงต่างประเทศเพื่อหยังเสียงว่ารูปแบบไหนจึงจะถูกจริตของผู้ใช้บริการซึ่งสรุปแบบคร่าวๆ ว่าไม่มีรูปแบบไหนที่สมบูรณ์แบบไปทั้งหมดเพราะโลกประกอบด้วยอนุภาคมากมายดังนั้นหน้าที่ของห้องสมุดคือต้องทำทุกอย่างที่เห็นว่าเป็นช่องทางที่จะเข้าถึงตัวผู้ใช้บริการได้และคำว่าผู้ใช้บริการไม่ได้ตีวงจำกัดว่าเป็นประชาชนที่ยังอยู่ในศิลปากรเท่านั้นหากยังนับเนื่องไปถึงศิษย์เก่าที่ยังอยากฟังเรื่องราวของถิ่นที่เคยพำนักผู้ปกครองที่อยากรู้ว่าในมหาวิทยาลัยมีอะไรรวมไปถึงประชาชนที่ใครหลายคนบอกว่าอยากจะทำให้สังคมไทยเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ที่เพาะบ่มไปจากสังคมแห่งการอ่าน เพียงแค่พวกเขาไม่ใช่คนที่สวมหมวกของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งพวกเขาจะสูญเสียโอกาสไปเช่นนั้นหรือ ในเฟซบุ๊กของหอสมุดฯ ได้สื่อสารเรื่องราวของปัจจุบัน อดีตและอนาคต รวมถึงเรื่องราวที่เป็นหน้าที่ของห้องสมุดโดยตรงคือการสร้างให้เกิด Information Literacy ในศิลปากรซึ่งโครงการของทุกฝ่าย/งานในห้องสมุดล้วนแล้วแต่สนับสนุนเรื่องนี้ทั้งสิ้นแต่เป็นคนละเหลี่ยมและคนละมุมเฟซบุ๊กของหอสมุดในระยะแรกๆ ออกแบบมีเรื่องราวน่ารักหลายเรื่องมีการพูดคุยกันระหว่างทั้งอาจารย์ ศิษย์ปัจจุบันรวมถึงศิษย์เก่าที่ต่อไปคือสายใยผูกพันประหนึ่งเพื่อนพ้องน้องพี่แบบที่เราไม่เคยเห็นตัวกันสายสัมพันธ์มีความจำเป็นต่อชีวิตไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง...วรรณกรรมว่าด้วยเฟซบุ๊กกับห้องสมุด ณ ปัจจุบันพบว่า มีเนื้อหาประกอบด้วย 9 หัวข้อคือ ความเป็นมาและลักษณะ วัตถุประสงค์ในการใช้ การใช้และไม่ใช้ สมาชิกกลยุทธ์การส่งเสริมการใช้เฟซบุ๊ก ประโยชน์ ประเภทของบริการและกิจกรรมห้องสมุดที่ใช้เฟซบุ๊ก บทบาทของบรรณารักษ์ ตลอดจนปัจจัยความสำเร็จและปัญหา/ผลกระทบในการประยุกต์ใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุด (เทอดศักดิ์ ไม้เท้าทอง, 2554: 49, 53) เนื่องจากเฟซบุ๊กคือ ชุมชนในโลกของออนไลน์ (on line) มีหอสมุดฯ ที่อยู่ในโลกของความจริง (on earth) เป็นผู้กำหนดเนื้อหา (content) ผ่านช่องทางการสื่อสารระหว่างกันที่ระบบกำหนดขึ้น ซึ่งอาจมีบริบทที่เหมือนหรือต่างกับสถาบันอื่น เพราะแต่ละสังคมมีกลุ่มต่างๆ แยกย่อยตามที่กำหนด เช่น เพศ อายุ ภูมิฐานะ อาชีพ ฯลฯ ขณะที่สุวิดา ธรรมมณีวงศ์ (2555: 5) กล่าวว่านักวิชาการด้านการสื่อสารเทคโนโลยีเห็นว่าการใช้ทฤษฎีจากข้อมูล (grounded in theory) เข้าไปศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารของมนุษย์และเทคโนโลยี เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมและการอยู่ร่วมกันของมนุษย์จำเป็นต้องเข้าใจในกระบวนการที่บุคคลได้สร้างความหมายให้กับสิ่งต่างๆ ตามโลกทัศน์ของตนเอง ซึ่งรวมทั้งการสร้างความหมายให้กับสื่อหรือเหตุการณ์ต่างๆ ซึ่งเป็น

องค์ประกอบของการสื่อสาร และจัดเป็นปรากฏการณ์ทางสังคม ดังนั้นการศึกษากระบวนการสื่อสาร(ไฟโรจน์ วิไล
นุช, 2556: 2)ไม่ว่าจะเป็นแบบแยกส่วนหรือองค์รวมย่อมต้องเกี่ยวข้องกับผู้รับสารและผู้ส่งสารซึ่งเป็นบุคคลที่
กำหนดพฤติกรรมสื่อสารของตนทั้งสิ้น อีกทั้งปรากฏการณ์ของ web 2.0 (Bakardjjeva, M. and Gaden, G.
2011: 411) ทำให้เกิดเทคโนโลยีการสร้างตัวตนให้สมดุระหว่างการเมืองอิสระในการแสดงออกกับการอยู่ในวงจำกัด
โดยเจ้าของเป็นผู้กำหนดเนื้อหา ควบคุมตัวเองและเปิดพื้นที่ให้ผู้อื่นเข้ามามีส่วนร่วม เพราะพื้นฐานทางจิตใจของ
มนุษย์คือความต้องการการยอมรับ จึงทำให้สังคมออนไลน์กลายเป็นสังคมที่น่าหลงใหล ที่ใครหลายๆคนใช้เป็น
ช่องทางแสดงความเป็นตัวเองแต่เชื่อว่าบุคคลแต่ละบุคคลเท่านั้น หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ก็ต้องการการยอมรับ
จากสังคมด้วยการสร้าง "ตัวตน" ในโลกออนไลน์เช่นกัน

การเรียนรู้และทำความเข้าใจสังคมที่เราเป็นผู้กำหนดเนื้อหา จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการ
พิจารณาบทบาทในฐานะที่เป็นผู้ให้/สร้างการไหลเวียนของข้อมูลรวมถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น จะทำให้เราเข้าใจเพื่อน
ที่อยู่สังคมในแบบหอสุมุดพระราชวังสนามจันทร์มากขึ้น ผู้ศึกษาจึงสนใจนำแนวคิดของทฤษฎีจากข้อมูล
(grounded in theory) มาประยุกต์เพื่อประโยชน์ดังกล่าวแล้วนำไปพัฒนาการทำงานในโอกาสต่อไปด้วย

เรียนรู้

การศึกษาค้นคว้ามุ่งหวังเพื่อศึกษาจำนวนของการตั้งสถานะและปฏิสัมพันธ์ในเฟซบุ๊ก เนื้อหา และเพื่อนำ
ผลจากการศึกษาไปแสวงหาสื่อสังคมออนไลน์อื่นมาพัฒนางานโดยผู้ศึกษารวบรวมจำนวนสถานะ (status) และการ
มีปฏิสัมพันธ์ในเฟซบุ๊กของหอสุมุดพระราชวังสนามจันทร์ ระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม 2555 –31 มิถุนายน 2556
ได้แก่ 1) วันที่ของการตั้งสถานะ (status) 2) สถานะในรูปแบบต่างๆ แบ่งเป็น 4 ประเภท คือ ข้อความ ข้อความ
และรูปภาพ วิดีทัศน์ และการเชื่อมโยง (link) 3) ผลการตอบรับ คือ ชอบ (like) ความเห็น (comment) และ
แบ่งปัน (share)

การตั้งสถานะและปฏิสัมพันธ์ในเฟซบุ๊ก

ว/ด/ป	จำนวน วัน	จำนวน สถานะ	สถานะ				ผลการตอบรับ		
			ข้อความ	ภาพและ ข้อความ	วิดีโอ/ สไลด์	การ เชื่อมโยง	ชอบ	ความเห็น	แบ่งปัน
ก.ค.55	31	23	1	301/20	-	2	253	26	35
ส.ค.55	31	13	2	23/10	-	1	107	15	7
ก.ย.55	30	21	1	14/16	-	4	144	12	18
ต.ค.55	31	21	-	201/14	-	7	103	4	29
พ.ย.55	30	18	7	67/7	-	4	72	18	26
ธ.ค.55	31	11	1	14/7	-	3	37	33	33
ม.ค.56	31	52	7	89/44	-	1	575	63	89
ก.พ.56	28	26	2	15/22	-	2	296	35	65
มี.ค.56	31	14	1	45/8	-	5	128	8	17
เม.ย.56	30	19	2	708/15	-	2	188	3	28
พ.ค.56	31	18	-	250/14	1	3	136	7	31
มิ.ย.56	30	27	1	122/21	1	4	234	21	28
รวม	365	263	25	1,849/198	2	41	2,273	245	406

ตารางที่ 1 สถานะและจำนวนการตอบรับ

จากตารางที่ 1 สถานะและจำนวนการตอบรับพบว่า ช่วงเวลาตั้งแต่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2555-31 มิถุนายน พ.ศ.2556 จำนวน 365 วัน ตั้งสถานะจำนวน 263 ครั้ง เฉลี่ยวันละ 1.3 ครั้ง เดือนที่มากที่สุดคือมกราคม จำนวน 52 ครั้ง เฉลี่ยวันละ 1.7 ครั้ง เดือนที่น้อยที่สุดคือธันวาคม จำนวน 11 ครั้ง เฉลี่ยวันละ .35 ครั้ง **สิ่งที่พบคือ**สังคมออนไลน์ไม่มีวันหยุดราชการ แต่การทำงานกับสังคมออนไลน์จำเป็นต้องมีวันหยุดราชการหรือไม่

การตั้งสถานะที่นิยมใช้มากที่สุดคือ มีข้อความและรูปภาพ จำนวน 1,849 รูป 198 ข้อความ รองลงมาคือ การเชื่อมโยง (link) จำนวน 41 ครั้ง โดยเดือนเมษายนตั้งสถานะโดยใช้ข้อความและรูปภาพมากที่สุดคือ 708 ภาพ และมีข้อความ 15 ครั้งเท่านั้น**สิ่งที่พบคือ** มีรูปภาพจำนวนมากแต่ไม่มีคำอธิบายเพื่อสื่อสารระหว่างกันอาจเป็นข้อจำกัด จึงเป็นเรื่องที่ทบทวนว่ารูปภาพแบบไหน เรื่องใด จำนวนเท่าไรจึงจะพอเหมาะกับการรับรู้ของคนในสังคม การนำเสนอรูปภาพอาจต้องมีการเรียนรู้ว่าแบบไหนที่ตรงประเด็นกับเรื่องที่เราต้องการสื่อสาร

ผลการตอบรับพบว่า เดือนมกราคม มีการตอบรับมากที่สุดในทุกรูปแบบคือชอบ (like) จำนวน 575 ครั้ง ให้ความเห็น (comment) 63 ครั้ง และแบ่งปัน (share) 89 ครั้ง **สิ่งที่พบคือ** จำนวนรูปภาพที่มากไม่มีผลต่อปฏิสัมพันธ์ ความถี่ของการตั้งสถานะแต่อาจมีผลต่อการตอบรับ

เนื้อหา

ว/ด/ป	จำนวนวัน	จำนวนสถานะ	เนื้อหา				ผลการตอบรับ		
			ยิ้ม-คีน	การรู้สารสนเทศ	แนะนำทรัพยากร	กิจกรรมห้องสมุด	ชอบ	ความเห็น	แบ่งปัน
ก.ค.55	31	23	5	2	4	12	253	26	35
ส.ค.55	31	13	2	3	6	2	107	15	7
ก.ย.55	30	21	3	4	12	2	144	12	18
ต.ค.55	31	21	2	4	7	8	103	4	29
พ.ย.55	30	18	1	12	3	2	72	18	26
ธ.ค.55	31	11	-	2	-	9	37	33	33
ม.ค.56	31	52	1	1	2	48	575	63	89
ก.พ.56	28	26	4	4	2	16	296	35	65
มี.ค.56	31	14	-	5	3	6	128	8	17
เม.ย.56	30	19	-	2	7	10	188	3	28
พ.ค.56	31	18	2	5	4	7	136	7	31
มิ.ย.56	30	27	3	3	5	16	234	21	28
รวม	365	263	23	47	55	138	2,273	245	406

ตารางที่ 2 เนื้อหาของการตั้งสถานะ

จากตารางที่ 2 เนื้อหาการตั้งสถานะที่นิยมใช้มากที่สุดคือ กิจกรรมห้องสมุด ซึ่งในเดือนมกราคมเป็นช่วงที่มีการจัด “ทักแก้วบุ๊กแฟร์” รองลงมาคือ กิจกรรมแนะนำทรัพยากรสารสนเทศในห้องสมุดกิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมหลักของฝ่ายบริการ มีการแนะนำหนังสือใหม่อย่างสม่ำเสมอ **สิ่งที่พบคือ** เมื่อศึกษารายละเอียดแล้วพบว่า การแนะนำหนังสือในลักษณะของการเล่าเรื่องบอกเนื้อหา แนวคิด ความประทับใจ มีการปฏิสัมพันธ์ในเครือข่ายมากกว่าการนำเสนอด้วยปก ที่มีจำนวนมาก อาจเป็นเพราะมากเกินไปที่จะรับรู้ได้ในเวลาสั้นๆ ผู้ปฏิบัติ

จำเป็นต้องหากวิธีใหม่ๆ นำเสนอ เช่น ลดจำนวนปกแต่เพิ่มความถี่ จัดหนังสือให้เป็นกลุ่มเรื่องเดียวกันหน้าปกก็เหมือนกัน นักเขียนคนเดียวกัน สำนักพิมพ์เดียวกัน หรือมีฉากในพื้นที่เดียวกัน รวมทั้งเขียนข้อความในสถานะให้กระทบใจผู้อ่านในสังคมออนไลน์ที่เรากำหนด หรือทำเป็นคลิปแนะนำหนังสือ เป็นต้น เช่นเดียวกับการนำเสนอกิจกรรมของหอสมุดฯ ด้วยรูปภาพ อาจต้องปรับลด และทำความเข้าใจกับศักยภาพของคำว่า “รูปเดียวแทนคำล้านคำ” ขณะเดียวกันจำเป็นต้องจัดสมดุลในเนื้อหาของสถานะที่ตั้งขึ้นให้ครอบคลุมทุกงาน รวมทั้งการแบ่งปันข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม และทำหน้าที่ในฐานะผู้ให้บริการสารสนเทศที่ดี ด้วยการตรวจสอบข้อมูลที่จะเชื่อมโยง (link) ทุกครั้งก่อนแบ่งปัน (share)

การเรียนรู้และรู้จักสังคมออนไลน์ของเราจากอดีต ถือเป็นบทเรียนให้ปัจจุบัน ในโลกของออนไลน์อาจง่ายที่จะเรียนรู้เพื่อดูปฏิสัมพันธ์เป็นการสร้างประสบการณ์ของการนำข้อมูลกลับมาใช้ต่อเช่น ใครคือผู้ที่แบ่งปันข้อมูลของเราแบ่งปันไปว่าอย่างไร ภาพไหนที่ควรต้องติดป้าย (tag) ให้กับเพื่อนคนใดเพื่อช่วยกระจายข่าวสาร ข้อมูล และเนื้อหาสาระแบบไหนที่เหมาะสมกับสังคมออนไลน์ที่เราเป็นผู้กำหนด ทั้งต้องทำความเข้าใจว่าการทำงานในสังคมออนไลน์ของหน่วยงานที่มีเพื่อนหลากหลาย จำเป็นต้องอาศัยทีมงานที่มีความถนัดและมีแนวคิดที่ต่างกันมาช่วยกันเติมเต็มเพื่อสร้างการสื่อสารให้ครอบคลุมความหลากหลายนั้นด้วย

ร้อยเรียง

จากการเรียนรู้พบว่า นอกจากการทำงานบนสังคมบนดินแล้ว ยังมีความจำเป็นที่ต้องหาสังคมออนไลน์อื่นๆ นอกเหนือจากเฟซบุ๊กมาเป็นเครื่องมือสื่อสารควบคู่กับการสร้างนวัตกรรมงานบริการ เพื่อให้ขับเคลื่อนสังคมต่อไปได้ โดยเฉพาะสังคมแห่งการเรียนรู้ ทั้งนี้หอสมุดฯ ได้ดำเนินการดังนี้คือ 1) สร้างเว็บบล็อกเพื่อเล่าเรื่องหนังสือ โดยเฉพาะซึ่งสามารถนำไปแบ่งปัน (share) รวมทั้งหาพันธมิตรอื่นๆ เข้ามาช่วยผลักดัน 2) สร้าง Pinterest เพื่อนำเสนอรูปภาพในจำนวนมาก 3) จัดตารางกิจกรรมในรอบปีเพื่อนำเสนอข้อมูลในจังหวะที่พอดี ไม่มีการแสดงสถานะที่มากเกินไป เกินกว่าที่ รับรู้ได้

การเฝ้ามองสังคมประหนึ่งสุนัขเฝ้าบ้าน (watch dog) เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมความคิดและความก้าวหน้าของโลกเป็นภารกิจหนึ่งของบรรณารักษ์ ที่ต้องทำความรู้จักกับเพื่อนในสังคม รู้จักพาสารสนเทศไปร้อยเรียงแล้วนำเสนอผ่านเครื่องมือแบบสังคมออนไลน์เพื่อสนับสนุนโลกแห่งการเรียนรู้ที่เอื้อเพื่อและแบ่งปัน และต้องรู้จักกระทั่งสังคมออนไลน์แบบความลับคับอกแบบ WHISPER...Share Secrets, Express Yourself, Meet New People

รายการอ้างอิง

เทอดศักดิ์ ไม้เท้าทอง. (2554, กรกฎาคม-ธันวาคม). การประยุกต์ใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ในห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา. *อินฟอร์เมชัน*, 18 (2): 42-54

ไพโรจน์ วิไลสุข. *การสร้างทฤษฎีฐานราก:อีกหนึ่งวิธีวิทยาเพื่อการพัฒนาองค์ความรู้ในเทคโนโลยีสารสนเทศศาสตร์*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://utcc2.utcc.ac.th/localuser/amsar/about/document14.html>. (วันที่ค้นข้อมูล : 18 กรกฎาคม 2556).

สุวิตา ธรรมณีนวงศ์, จักรนาท นาคทอง. (2555).*รายงานการวิจัยเรื่องเว็บล็อกในฐานะสื่อการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ของชุมชนคนรุ่นใหม่*. นครปฐม:สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Bakardjieva, M. , Gaden, G. (2011). “Web 2.0 Technology of the self”. *Philos. Technol.*, 25,

Pong Missita. (2009). “*Twitter and Facebook*”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.snc.lib.su.ac.th/snclibblog/?p=8730>. (วันที่ค้นข้อมูล : 30 สิงหาคม 2556)