

## รายงานผลการสังเคราะห์องค์ความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์งานบริการห้องสมุด มสธ.

### บทนำและความสำคัญ

การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด มสธ.ผ่านสื่อรูปแบบต่าง ๆ มุ่งให้บุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กร ได้ทราบข่าวสาร ความรู้ บริการและกิจกรรมของห้องสมุด รวมถึงสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของห้องสมุด เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และสร้างทัศนคติที่ดีต่อห้องสมุด และช่วยให้การดำเนินงานของห้องสมุดบรรลุตามเป้าหมาย ปัจจุบันมีเทคโนโลยีต่างๆ ที่ช่วยเกื้อหนุนการติดต่อสื่อสารให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของห้องสมุด รวมทั้งการติดต่อกับหน่วยงานอื่น ๆ จนนำไปสู่เป้าหมายของห้องสมุดที่ตั้งไว้ การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดจึงดำเนินการควบคู่ไปพร้อมกับเทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อส่งสารผ่านทางช่องทางต่างๆ เช่น โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ อีเมล ไลน์ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ ยูทูบ เอสเอ็มเอส เป็นต้น ทำให้ผู้ส่งสารสามารถติดต่อผู้รับสารได้อย่างสะดวก รวดเร็ว สิ่งที่สำคัญที่สุดของการสื่อสารคือ ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของห้องสมุดเป็นอย่างดี ต้องรู้และเข้าใจในบริบทขององค์กร ความรู้พื้นฐานด้านการประชาสัมพันธ์ การใช้คำ การใช้ภาษา และช่องทางหรือสื่อที่เหมาะสมต่อการสื่อสาร แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะขาดไม่ได้ คือ การกำหนดนโยบาย หรือแผนการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด เพื่อให้เกิดเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น และทำให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างสอดคล้องกับเป้าหมายและพันธกิจของห้องสมุด

### องค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับการประชาสัมพันธ์งานห้องสมุด มสธ.

1. ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของห้องสมุด มสธ. เป็นห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่มีพันธกิจและเป้าหมายเพื่อให้บริการห้องสมุดและสารสนเทศเพื่อการศึกษา ค้นคว้า และวิจัย อันเป็นการส่งเสริมและสนับสนุน ภารกิจของมหาวิทยาลัยทั้งในด้านการเรียนการสอน การวิจัย การบริการทางวิชาการ และการทำงานบำรุง ศิลปวัฒนธรรม

2. ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร การสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีพลวัตหรือการเคลื่อนไหว (dynamic) คือ มีความสัมพันธ์ที่มีผลกระทบ (effect) ต่อกันและกันระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ของการสื่อสาร การสื่อสารจึงมีความต่อเนื่อง (continuous) มีการเปลี่ยนแปลง (changing) และต้องอาศัยการปรับตัวตลอดเวลา (adaptive)

3. ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบของการสื่อสาร ประกอบด้วย 4 ส่วนที่สำคัญ ได้แก่ 1) ผู้ส่งสาร (sender) หมายถึง บุคคล หรือหน่วยงานที่เป็นผู้สร้างสาร หรือแหล่งกำเนิดสาร แล้วส่งสารไปยังบุคคลอื่น หรือไปยังหน่วยงานอื่นด้วยวิธีใดวิธีการหนึ่ง หรืออาจหลายวิธี เช่น การพูด การเขียน การแสดงท่าทาง เป็นต้น ผู้ส่งสารอาจเป็นบุคคลคนเดียว กลุ่มบุคคล หน่วยงานหรือสถาบันองค์กรก็ได้ 2) สาร (message) หมายถึง เรื่องราวหรือสิ่งต่างๆ ที่อาจอยู่ในรูปของข้อมูล ความรู้ ความคิด ความรู้สึก ฯลฯ ที่ผู้ส่งสารต้องการส่งไปให้ผู้อื่นได้รับ และเกิดการตอบสนอง 3) สื่อและช่องทาง (medium and channel) หมายถึง สิ่งที่เป็นตัวกลางทำให้สารเคลื่อนตัวออกไปจากผู้ส่งสาร 4) ผู้รับสาร (receiver) หมายถึง จุดหมายปลายทางที่สารจะส่งไปถึง ผู้รับสารอาจเป็นบุคคลเดียว หรือเป็นกลุ่มก็ได้

## รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด มธธ.

1. **การประชาสัมพันธ์ภายในห้องสมุด** เป็นการสื่อสารภายในองค์กร เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ปฏิบัติงานภายในหน่วยงาน ได้แก่ กลุ่มบุคลากร เจ้าหน้าที่ พนักงาน ลูกจ้าง นักการภารโรง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร รวบรวมข้อมูล จูงใจ ชักชวน แนะนำให้คำปรึกษา เพื่อพัฒนาบุคลากรและสร้างทีมงาน เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ ให้เกิดมีความรักใคร่ผูกพัน กลมเกลียวสามัคคีกัน รวมทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญกำลังใจ มีรูปแบบและวิธีการต่างๆ ดังนี้

**การพูด** เป็นวิธีการสื่อสารด้วยวาจาที่ประหยัด และได้ผลในการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ การพบปะบุคลากร/การสำรวจทัศนคติและความคิดเห็นของบุคลากร เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง การพูดจึงมีความสำคัญเพราะไม่เพียงแต่จะสามารถชี้แจงข้อมูลที่ต้องการนำเสนอแล้ว ยังสามารถรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของบุคลากร และผู้พูดต้องเป็นผู้ฟังที่ดีอีกด้วย

**การจัดทำเอกสารภายใน** เช่น หนังสือเวียน จดหมายข่าว แผ่นพับ จุลสาร หรือเอกสารประชาสัมพันธ์ภายใน เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารแก่บุคลากรในองค์กรให้รับทราบและถือปฏิบัติบนพื้นฐานความเข้าใจที่ตรงกัน

**การจัดทำโปสเตอร์ ป้ายประกาศ สัญลักษณ์** เป็นการนำเสนอเรื่องราวและเหตุการณ์ใหม่ๆ ที่กำลังอยู่ในความสนใจ หรือข้อมูลที่หน่วยงานต้องการประชาสัมพันธ์ให้แก่บุคลากรภายในองค์กร ได้รับทราบแบบกระตุ้นความสนใจ

**การจัดกิจกรรมสันทนาการและกิจกรรมสังคม** เป็นการเปลี่ยนบรรยากาศในการทำงาน ทำให้เกิดความผ่อนคลาย และสร้างความสามัคคีภายในองค์กร

**การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์** เป็นวิธีการช่วยลดค่าใช้จ่าย สามารถทำการสื่อสารได้อย่างสะดวกทุกที่ทุกเวลา โดยมีเนื้อหาทั้งการให้ข้อมูลข่าวสาร ให้ข้อเท็จจริงในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ภารกิจ ผลงาน และกิจกรรมต่าง ๆ

2. **การประชาสัมพันธ์ภายนอกห้องสมุด** เป็นการประชาสัมพันธ์ที่เน้นกลุ่มภายนอกนอกองค์กร เช่น ผู้ใช้บริการห้องสมุด ผู้มีส่วนได้เสีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการสื่อสาร เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร บริการต่างๆภายในห้องสมุด ให้ผู้ใช้ได้รับทราบข้อมูลอย่างถูกต้องครบถ้วน มีรูปแบบและวิธีการต่างๆ ดังนี้

**สื่อบุคคล** บุคลากรของห้องสมุดทุกคนต้องมีบทบาทในการประชาสัมพันธ์ เพราะบุคลากรสามารถสะท้อนถึงภาพลักษณ์ของห้องสมุดได้ อีกทั้งบุคลากรยังเป็นผู้ที่รอบรู้เกี่ยวกับข้อมูลภายในห้องสมุดเป็นอย่างดี เมื่อผู้ใช้เกิดความประทับใจกับห้องสมุดใดก็มักจะกลับมาใช้บริการของห้องสมุดนั้นอีก การใช้สื่อบุคคลในที่ชุมชนก็มีส่วนสำคัญที่จะทำให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของห้องสมุดได้

**อาคารสถานที่หรือกายภาพของห้องสมุด** สภาพแวดล้อม ภูมิทัศน์ ลักษณะทางกายภาพ สภาพแวดล้อม เป็นส่วนแรกที่จะดึงผู้ใช้ให้เข้ามาใช้บริการห้องสมุด หากลักษณะทางกายภาพของห้องสมุดทรุดโทรม ผู้ใช้มักเกิดทัศนคติในแง่ลบ อาจมองว่าห้องสมุดเป็นเพียงแหล่งที่จัดเก็บหนังสือ หากภูมิทัศน์และกายภาพของห้องสมุดให้มีความน่าสนใจ ก็จะสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ใช้ให้เข้ามาใช้บริการในห้องสมุดได้

**การจัดทำโปสเตอร์ แผ่นพับ จดหมายข่าว บอร์ดข่าว นิทรรศการ** เป็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่นิยมใช้กันโดยทั่วไป เพราะสามารถนำข้อมูลที่ห้องสมุดต้องการนำเสนอแก่ผู้ใช้ เช่น บริการห้องสมุด ข่าวสาร ผลงาน/นวัตกรรม หรือกิจกรรมที่ห้องสมุดจัดขึ้น

**รายงานประจำปี** เป็นการรายงานสรุปผลการดำเนินงานห้องสมุดในรอบปีที่ผ่านมา นำเสนอรายงานข้อมูลพื้นฐานของห้องสมุด สถิติการดำเนินงาน ผลงานในด้านต่างๆตามพันธกิจของห้องสมุด

**การจัดทำของที่ระลึกหรือสัญลักษณ์ของห้องสมุด** สัญลักษณ์คือสิ่งที่สามารถทำให้ผู้ใช้จดจำแบรนด์ห้องสมุดได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์ ตลอดจนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกหน่วยงานภายใต้แบรนด์ เพื่อเป็นของแจกในกิจกรรมของห้องสมุด สร้างการรับรู้และความรู้สึกผูกพันแก่ผู้ใช้บริการ

**การสำรวจความพึงพอใจในการใช้บริการห้องสมุด** เป็นการสำรวจความคิดเห็น ข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะต่างๆช่วยให้ห้องสมุดทราบถึงความต้องการของผู้ใช้ สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาห้องสมุดได้

**การจัดโครงการ/กิจกรรมพิเศษ** เป็นการเปิดโอกาสในการที่จะนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่ๆ ให้แก่ห้องสมุด ได้ทั้งความสนุกสนานและความรู้ เช่น การจัดกิจกรรมพบมิตรห้องสมุด การจัดกิจกรรมทางสังคมร่วมกับหน่วยงานต่างๆ เป็นต้น

**เว็บไซต์ห้องสมุด** เป็นการจำลองห้องสมุดที่มีข้อมูลของห้องสมุดทุกๆด้านในที่เดียวกัน เพื่อให้ผู้ใช้ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับห้องสมุดได้อย่างครบถ้วน สะดวกรวดเร็วมากขึ้น

**สื่อสังคมออนไลน์** เป็นการใช้สื่อในเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการบอกต่อในสังคมหมู่มาก ช่วยเพิ่มกลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้ห้องสมุดให้ครอบคลุมผู้ใช้ทุกเพศทุกวัย เช่น Facebook Twitter และYouTube เป็นต้น

**เนื้อหาในการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด มสธ.**

1. **การแนะนำการใช้ห้องสมุด** การสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุด การสืบค้นฐานข้อมูลออนไลน์ของห้องสมุด ข้อมูลเกี่ยวกับบริการใหม่ๆ ของห้องสมุด ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของห้องสมุดในวาระต่างๆ เวลา เปิด-ปิด ห้องสมุด โครงการใหม่ ๆ ของห้องสมุด

2. **การแนะนำทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุด** ฐานข้อมูลที่ห้องสมุดบอกรับ ฐานข้อมูลใหม่ ๆ ที่ห้องสมุดทดลองใช้ รายชื่อหนังสือใหม่ วารสารใหม่ที่น่าสนใจ สื่อโสตทัศนศึกษา และสารบัญวารสารฉบับใหม่

3. **การเผยแพร่ข้อมูล/ความรู้ สาระที่คัดสรร** บทความ/สาระความรู้ที่คัดสรร สื่อโสตทัศนศึกษาที่คัดสรร เว็บไซต์ที่น่าสนใจ

4. **การแจ้งผลการดำเนินงานของห้องสมุด** สถิติการให้บริการ ผลการจัดหาทรัพยากรสารสนเทศ สรุปข้อมูลรายงานเกี่ยวกับการประชุม อบรม/สัมมนาที่ห้องสมุดจัด

## ตัวอย่างการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด มสธ.

สื่อประชาสัมพันธ์	รูปแบบ	กลุ่มเป้าหมาย
สื่อบุคคล/กิจกรรม	การนำชมห้องสมุด, การสอนการใช้ห้องสมุด, การปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่, กิจกรรมพบมิตรห้องสมุด, โครงการเกษียณเปี่ยมสุข, โครงการ Find4U, Book Fair, สัมนาประสิทธิภาพงานบรรณสารสนเทศประจำปี, กิจกรรมบริการวิชาการแก่สังคม	สมาชิกห้องสมุด/นักศึกษา/บุคลากรห้องสมุด/ประชาชน
สื่อสิ่งพิมพ์/ของที่ระลึก/สัญลักษณ์	คู่มือการศึกษาค้นคว้าสารสนเทศของห้องสมุด มสธ., แผ่นพับการใช้ฐานข้อมูล, ที่คั่นหนังสือ, สมุดบันทึก, กระเป๋าผ้า	นักศึกษาบัณฑิตศึกษา/สมาชิกห้องสมุด
สื่ออิเล็กทรอนิกส์	เว็บไซต์ห้องสมุด, เฟซบุ๊กห้องสมุด, คู่มือการศึกษาค้นคว้าสารสนเทศของห้องสมุด มสธ., สังเขปแหล่งสารสนเทศ 12 สาขาวิชา, การนำชมห้องสมุดแบบ virtual library, รายงานผลการดำเนินงานของสำนักบรรณสารสนเทศประจำปี, ผลงาน/นวัตกรรม, จดหมายเหตุมหาวิทยาลัย	นักศึกษาบัณฑิตศึกษา/สมาชิกห้องสมุด/ผู้สนใจทั่วไป

## หน่วยงานภายในที่รับผิดชอบด้านเนื้อหาประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด มสธ.

หน่วยงาน	เนื้อหา
สำนักงานเลขานุการสำนัก	บันทึกเวียนแจ้ง, หนังสือราชการ, การชี้แจง, การสำรวจความคิดเห็น
ฝ่ายเทคนิค	การจัดหาสื่อการศึกษา, การจำแนกสื่อการศึกษา
ฝ่ายบริการสื่อการศึกษา	การนำชมห้องสมุด, การแนะนำการใช้ห้องสมุด, การสอนการใช้ห้องสมุดหลักสูตรต่างๆ, การเผยแพร่ข้อมูล/ความรู้ สารระที่คัดสรร, การแจ้งวันเปิด-ปิด ห้องสมุด, สถิติการให้บริการของห้องสมุด
ฝ่ายบริการสนเทศ	สารสนเทศอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย
ศูนย์เทคโนโลยีบรรณสารสนเทศ	คลังสารสนเทศดิจิทัล, ผลงาน/นวัตกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

### ปัญหา/อุปสรรคการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด มสธ.

1. ด้านความรวดเร็วของข่าวสารประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์บางช่วงเวลาปิดข่าวไม่ทันกับช่วงกิจกรรม/บริการห้องสมุด เนื่องจากมีปริมาณข่าวจำนวนมากที่จะต้องประชาสัมพันธ์ในเวลาไล่เลี่ยกัน แต่ขาดบุคลากรที่จะมาปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ หรือต้องใช้เวลารอเนื้อหา/ความชัดเจนของเนื้อหาจากส่วนงานอื่น/เจ้าของข่าว
2. ด้านความครอบคลุมเนื้อหาตามภารกิจ ความถูกต้องชัดเจนของข้อมูลข่าวสาร การนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรม/บริการห้องสมุดบางอย่างยังไม่ครอบคลุมงานห้องสมุดทั้งหมด เนื่องจากไม่มีส่วนงานกลางที่จะทำหน้าที่ประสานข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์ของแต่ละหน่วยงานภายใน บางครั้งบุคคลที่ทำหน้าที่นี้มาจากต่างส่วนงาน อาจขาดความรู้ทางด้านเนื้อหาข่าวที่จะนำเสนอ หรือไม่ได้เป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงต่อเนื้อหาที่เฉพาะด้านของส่วนงานอื่น/เจ้าของข่าว
3. ด้านความน่าสนใจของข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์มีรูปแบบอิงความเป็นวิชาการ/ทางการมากเกินไป โดยเน้นออกแบบตามฟังก์ชันของหน่วยงาน ยังไม่มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนน่าสนใจเหมือนภาคธุรกิจ เนื่องจากบุคลากรไม่ได้จบมาทางด้านการประชาสัมพันธ์และขาดเครื่องมือในการทำงานที่ช่วยให้การออกแบบน่าสนใจและทันสมัย
4. ด้านความทันสมัยของข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์บางช่วงเวลาการเสนอข่าว-ปิดข่าวตามโซเชียลมีเดีย ยังมีการคงค้างข่าวเดิมหลังจากหมดกิจกรรมที่จัด เนื่องจากบุคลากรมีภาระงานหลักและไม่มีเวลาติดตามการเปิด-ปิดข่าวให้เป็นปัจจุบัน
5. ด้านความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ยังมีการใช้สื่อ/ช่องทางไม่หลากหลาย เนื่องจากข้อจำกัดด้านงบประมาณ ทำให้ต้องใช้สื่อประชาสัมพันธ์ตามที่หน่วยงานมี-นำมาใช้ใหม่/จัดหาใหม่ในราคาตามวงเงินที่กำหนด อาจทำให้การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึงหรือไม่เพียงพอต่อจุดประชาสัมพันธ์/กลุ่มเป้าหมาย

### ประเด็นที่ได้รับจากการศึกษาค้นคว้ากรณีตัวอย่างด้านการประชาสัมพันธ์จากสถาบันอื่นๆและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคณะทำงานฯ

1. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดยุคปัจจุบัน ควรพิจารณาจากสิ่งต่างๆ ดังนี้ 1) มีการใช้สื่อออนไลน์กันมากขึ้น แต่อย่าหลงลืมสื่อเดิม เช่น โปสเตอร์ ใบปลิว แผ่นพับ เพราะยังคงเป็นสื่อที่ใช้ได้ผลสื่อบางสื่อที่ดูธรรมดาแต่กลับได้ผลกว่าสื่อที่ซับซ้อน 2) ผู้บริโภครับสื่อทั้งออนไลน์และออฟไลน์จำนวนมากในแต่ละวัน เราจะต้องหาให้พบว่าเขาอยากได้อะไร อยากรู้อะไร 3) สร้างความสม่ำเสมอในการนำเสนอ 4) เปิดโอกาสให้เป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วม 5) สร้างคุณค่าของ “แบรนด์ห้องสมุด” ต่อผู้ใช้ในระยะยาว 6) พยายามสร้างเนื้อหาของตัวเอง อย่าใช้การแชร์ข้อมูลของคนอื่นมากเกินไป

## 2. ข้อควรพิจารณา

2.1 การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดในเชิงรุก จะต้องใช้ช่องทางอื่นที่เข้าถึงเป้าหมายได้มากขึ้น เช่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพราะปัจจุบันมีการใช้สมาร์ตโฟนกันมากขึ้น มีการแจ้งเตือนหนังสือหมดอายุ หรือแจ้งกิจกรรมทางไลน์ถึงผู้ใช้ เป็นต้น ทั้งนี้การใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือเว็บไซต์นั้นจะต้องมีผู้ดูแลควบคุมและแก้ไขข้อมูลได้ในกรณีที่มีข้อผิดพลาด หรือมีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เพราะสื่อประเภทนี้จะแพร่ออกไปได้รวดเร็วมาก

2.2 สื่อสังคมออนไลน์ หรือ New Media หรือ สื่อใหม่ คือ สื่อที่ใช้ช่องทางเทคโนโลยีการสื่อสารหรืออินเทอร์เน็ต / ไม่จำกัดกัพื้นที่และเวลาในการสื่อสาร / ไร้ตัวตน ไม่มีเจ้าของ / สื่อสารได้มากกว่า 2 ทาง / ไม่สามารถปิดกั้นได้ / ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในการสร้างข่าว แต่สื่อใหม่นี้ก็มีข้อเสีย คือ อาจไม่มีความน่าเชื่อถือ เพราะทุกคนสามารถสร้างข้อมูลได้ ทำให้เกิดความเข้าใจผิดหรือความคลาดเคลื่อนของข้อมูล เมื่อมีการแชร์ข้อมูลต่อกันไป ห้องสมุดจะต้องควบคุม จัดการไม่ให้มีการเข้าใจผิดกับสิ่งที่ไม่ใช่เรื่องประชาสัมพันธ์ รวมถึงพิจารณาสื่อใหม่มีว่าอะไรบ้าง จากนั้นเลือกใช้ตามความเหมาะสม ไม่จำเป็นต้องใช้ทุกช่องทาง เพราะจะเป็นภาระในการอัปเดตข่าวสารข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน เทคโนโลยีสารสนเทศควรเข้ามาช่วยให้การทำงานสะดวกและส่วนเร็วขึ้น ไม่ใช่เป็นการเพิ่มภาระงานของบุคลากร

2.3 สื่อที่เป็นทางการ เช่น เว็บไซต์ห้องสมุด จะต้องจัดทำเนื้อหาให้สมบูรณ์ จากนั้นจึงใช้สื่อไม่เป็นทางการมาเป็นตัวกระตุ้นการเข้าถึงสื่อทางการ โดยนำข้อความสั้นๆ เกี่ยวกับเนื้อหา/หัวข้อบนเว็บไซต์หรือสื่อทางการมาแนะนำเสนอเพื่อให้เป้าหมายเชื่อมโยงมา ห้ามใช้สื่อที่ไม่เป็นทางการมาเป็นสื่อหลักเด็ดขาด เพราะสื่อไม่เป็นทางการมักจะมีอายุไม่ยาวนาน หากมีการปิดตัวลง ข้อมูลทั้งหมดก็จะหายไป ดังนั้นต้องให้ความสำคัญกับสื่อทางการหรือสื่อหลัก และกระตุ้นหรือเปิดช่องทางไปสู่สื่อหลักโดยใช้สื่อที่ไม่เป็นทางการ

2.4 การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสังคมออนไลน์นั้น ควรจะใช้ข้อความที่กระชับ ชัดเจน หากมีรายละเอียดใดใดให้ใช้การแนบไฟล์แทน ทั้งนี้ไฟล์ที่ใช้แนบควรจะกินพื้นที่น้อยและสามารถเปิดได้กับทุกเครื่องมือ/อุปกรณ์ นอกจากนี้ “การใช้คำ” คงที่และถูกต้อง นับเป็นสิ่งสำคัญต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือขององค์กรด้วย ในการนำเสนอเนื้อหาใดใด จะต้องเลือกใช้คำให้ถูกต้องเหมาะสม และคงที่ เช่น คำว่า ebook, Ebook, e-book, E-Book เราก็ควรที่จะเลือกใช้คำใดคำหนึ่งให้คงที่ รวมไปถึงการเลือกใช้ข้อความที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ต้องทราบว่าเมื่อใดจะใช้คำ/ข้อความที่เป็นทางการ หรือเมื่อใดจะใช้ภาษาพูด

## ข้อสรุป

การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ภายในที่ต้องมีการดำเนินงานที่ดี สามารถส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ภายนอกประสบความสำเร็จตามไปด้วย การประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมีการวางแผนการดำเนินงานที่ถูกต้อง มีการใช้สื่อที่หลากหลาย และเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของห้องสมุด เพื่อให้การประชาสัมพันธ์สามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้อย่างทั่วถึง อันจะนำมาซึ่งประโยชน์ต่อห้องสมุดในหลายๆด้าน ทั้งในส่วนของงานดำเนินงานของห้องสมุด เพื่อแจ้งให้ผู้ใช้บริการได้ทราบว่าห้องสมุดกำลังทำอะไร มีบริการอะไรบ้างและบริการเหล่านี้

จะให้ประโยชน์แก่ผู้ใช้บริการอย่างเต็มที่ อย่างไร โดยมีการวางแผนเพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง เกิดความเลื่อมใสเป็นที่ยอมรับ เกิดศรัทธา และได้รับความร่วมมือในการใช้ทรัพยากรสารสนเทศให้เกิดประโยชน์สูงสุด และหากสามารถประชาสัมพันธ์ให้เกิดความเข้าใจอันดีกับทุกฝ่ายที่มีส่วนได้เสีย ก็จะช่วยให้การดำเนินงานห้องสมุดได้ผลดีอันจะนำไปสู่การสนับสนุน และประสบความสำเร็จในการพัฒนาห้องสมุดให้ก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น และเป็นที่ยอมรับของสังคม