Review article

วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร
Silpakorn University Journal
Vol. 41(1): 13-26, 2021

สื่อสังคมออนไลน์กับการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุ

บุหลัน กุลวิจิตร*
ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Corresponding author: kulavijit_b@su.ac.th

บทคัดย่อ

สำหรับบทความเรื่องนี้จะกล่าวถึงการนำสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ และเฟซบุ๊กมาใช้ในการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุ และข้อควรคำนึงในการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างไรให้เหมาะสม ในปัจจุบันเป็นยุคสังคมดิจิทัลที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (social media) เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารที่มีความสะดวกและรวดเร็ว และถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ใช้ในการสื่อสารยุคดิจิทัล ผู้ที่ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุในยุคสังคมดิจิทัลจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีเหล่านี้ บทความนี้ศึกษาในเรื่องรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ที่นำมาใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร รูปแบบการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุ การนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุ และจากการศึกษาพบข้อควรคำนึงของนักจดหมายเหตุในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การตระหนักถึงหลักจริยธรรมทางจดหมายเหตุ การคิดก่อนโพสต์ข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ และหลีกเลี่ยงการแสดงความคิดเห็นและการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม

คำสำคัญ : 1. สื่อสังคมออนไลน์ 2. การประชาสัมพันธ์ 3. หอจดหมายเหตุ

ISSN (Online): 2586-8489
Received: September 29, 2020; Revised: November 20, 2020; Accepted: December 7, 2020

วารสาร
มหาวิทยาลัยศิลปากร
Silpakorn University
Journal

ปีที่ 41 ฉบับที่ 1 (มกราคม - กุมภาพันธ์) พ.ศ. 2564

Social media and public relations archives

Bulan Kulavijit

Department of Library Science, Faculty of Arts, Silpakorn University,

Nakhon Pathom 73000, Thailand

**Corresponding author: kulavijit_b@su.ac.th*

Abstract

In this article, the focus is given to the use of social media websites and facebook in public relations activism in the archives and given to concerns about appropriate uses of social media. In today's digital era, social media are considered alternative platforms where users can exchange ideas with each other quickly and easily. Public relations persons who work for the archives need to have knowledge and understanding of these technologies. Based upon this fact, this study explores three topics concerning public relations services in the archives. The mentioned topics are (i) types of social media which are beneficial to public relations services in the organization (ii), methods of public relations, and (iii) the ways to use social media as public relations tools. Through this study, three concerns about the use of social media are found as follows: ethics in archives, considering before posting, and avoiding offensive language and opinions on social media.

Keywords: 1. Social media 2. Public relations 3. Archives

บทนำ

ในสังคมยุคปัจจุบัน “สื่อสังคมออนไลน์” หรือ Social media ได้เข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมาก รวมถึงเป็นจุดเปลี่ยนของโลกแห่งการสื่อสารไปสู่การใช้สื่อใหม่ระบบยุคดิจิทัล ซึ่งเป็นการแข่งขันกันด้วยนวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ถูกคิดค้นการใช้งานบนเครือข่ายการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต มีอุปกรณ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์หรืออุปกรณ์การสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์แบบสมาร์ทโฟน หรือคอมพิวเตอร์แบบพกพา (แท็บเล็ต) เป็นต้น คอยทำหน้าที่เป็นช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังผู้ใช้งานหรือกลุ่มเป้าหมาย หลาย ๆ องค์กรหรือหน่วยงานเห็นประโยชน์ในข้อนี้ จึงได้นำ “สื่อสังคมออนไลน์” มาปรับประยุกต์ใช้และบูรณาการการปฏิบัติงานของตน (Public Relations Office of the Secretariat of the Senate, 2018) โดยเฉพาะหอจดหมายเหตุก็เริ่มมีการนำสื่อสังคมออนไลน์เข้ามาใช้ในงานด้านการประชาสัมพันธ์เช่นกัน

สื่อสังคมออนไลน์กับการประชาสัมพันธ์

สื่อสังคมออนไลน์ เป็นช่องทางในการสื่อสารบนโลกอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีลักษณะเปิดเผยอยู่ในพื้นที่สาธารณะ ง่ายต่อการเข้าถึงและนำไปใช้ในหลากหลายรูปแบบ การแลกเปลี่ยนและส่งต่อข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์สามารถทำได้อย่างไร้ขีดจำกัดและปราศจากการควบคุม ผู้ใช้งานไม่เพียงแค่เป็นผู้บริโภคสื่อแต่ได้เป็นผู้สร้างเนื้อหาและนำเสนอสื่อทั้งที่สร้างขึ้นโดยส่วนตัวหรือการเผยแพร่แบบส่งต่อสู่สาธารณะด้วย ทุกคนสามารถสร้างเนื้อหาของตนเองจากทัศนคติ ความเชื่อ และค่านิยมส่วนตัว การเผยแพร่ข้อมูลจึงขึ้นอยู่กับพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของแต่ละบุคคลโดยแท้จริง (Wiwatpanitch, 2015: 209)

สื่อสังคมออนไลน์ที่นำมาใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ มีรูปแบบซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้ (Nimitpan, 2016; Wichitboonrak, 2011: 100)

1. การประชาสัมพันธ์ผ่านบล็อก (blog) ซึ่งมาจากคำเต็มว่า Weblog เป็นรูปแบบการเขียนบทความขององค์กรโดยบทความที่โพสต์ลงบล็อก เป็นการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนและผู้เขียนสามารถเพิ่มเติมเนื้อหาใหม่ ๆ ได้ตลอดเวลา จุดเด่นของบล็อก คือ การสื่อสารถึงกันอย่างเป็นกันเองระหว่างผู้เขียนและผู้อ่านบล็อกผ่านการแสดงความคิดเห็น (comment) ซึ่ง Blogger (http://www.blogger.com) และ WordPress (http://wordpress.com) เป็นสองเว็บไซต์ที่ผู้คนนิยมเข้าไปสร้างบล็อกของตนเอง

2. การประชาสัมพันธ์ผ่านแหล่งข้อมูลซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ในลักษณะเนื้อหาอิสระ โดยมุ่งเน้นให้บุคคลที่มีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ เป็นผู้เข้ามาเขียนหรือแนะนำไว้ ส่วนใหญ่มักเป็นนักวิชาการ นักวิชาชีพหรือผู้เชี่ยวชาญ ที่เห็นได้ชัดเจน เช่น วิกิพีเดีย (Wikipedia) เว็บดูแผนที่ได้ทุกมุมโลกให้ความรู้ทางภูมิศาสตร์ (Google Earth) เป็นต้น สำหรับในส่วนของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สามารถนำข้อมูลขององค์กรมาเขียนลงในวิกิพีเดีย (Wikipedia) เพื่อเป็นการแนะนำองค์กร แนะนำวิสัยทัศน์ สินค้าและบริการ หรือข้อมูลสำคัญ ๆ ที่ต้องการให้ประชาชนทราบ เพื่อเป็นการกระจายข้อมูล ข่าวสารไปยังกลุ่มบุคคลอื่น ๆ ซึ่งอาจไม่ได้เป็นกลุ่มลูกค้า หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงด้วยต้นทุนต่ำอีกวิธีหนึ่ง

3. การประชาสัมพันธ์ประเภทชุมชนออนไลน์ (community) เป็นเว็บที่เน้นการค้นหาเพื่อนใหม่ ๆ หรือตามหาเพื่อนเก่า ๆ เน้นการสร้างโปรไฟล์ของตนเอง โดยการใส่รูป ใส่ข้อมูล ที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของเราอีกทั้งยังมีลักษณะในการแลกเปลี่ยนเรื่องราว ถ่ายทอดประสบการณ์ร่วมกัน เช่น เฟซบุ๊ก หรือ My Space เป็นต้น สำหรับในยุคปัจจุบันที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย ได้แก่ เฟซบุ๊ก โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กเป็นการประชาสัมพันธ์รูปแบบที่มักจะใช้หน้าเพจ หรือ แฟนเพจ ซึ่งเปรียบเสมือนหน้าตาของบริษัทบนเฟซบุ๊ก มีการแสดงรูปภาพ สัญลักษณ์ หรือข้อความที่บ่งบอกความเป็นตัวตนของบริษัท ได้อย่างชัดเจน อีกทั้งภายในตัวเฟซบุ๊กยังสามารถที่จะบอกเล่าเรื่องราวดี ๆ กิจกรรมรวมถึงโปรโมชั่นของสินค้า และบริการขององค์กร การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร การประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด ทั้งยังมีฟังก์ชันการโต้ตอบระหว่างกลุ่มลูกค้าและองค์กร การแชร์หรือการส่งต่อไปให้เพื่อน ส่งผลให้ข้อความประชาสัมพันธ์ถูกส่งต่อไปอย่างรวดเร็วและกว้างขวางจนเป็นเหตุให้เฟซบุ๊กได้รับความนิยมจนกลายเป็นเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจอีกช่องทางหนึ่ง

4. การประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเว็บที่ใช้ฝากหรือแบ่งปันไฟล์ประเภทมัลติมีเดีย (multimedia) เช่น ภาพยนตร์ คลิปวีดีโอ เพลง เป็นต้น สำหรับเว็บที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย ได้แก่ ยูทูบ (Youtube) ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หลายองค์กรได้นำสื่อที่เคยแพร่ภาพผ่านทางสื่อหลักอย่าง

โทรทัศน์นำมาเผยแพร่ซ้ำอีกครั้งบนยูทูบ แต่อาจมีการปรับปรุงเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ เพื่อให้เข้ากับอิริยาบถของสื่อสังคมออนไลน์ การใช้ยูทูบเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ นอกจากจะนำวิดีโอมาเผยแพร่บนเว็บไซต์แล้ว องค์กรก็ยังสามารถสมัครสมาชิกเพื่อใช้เป็นช่องรายการขององค์กรได้ด้วย ส่งผลให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้ามาติดตามชมผ่านช่องรายการที่องค์กรตั้งไว้เมื่อมีข้อมูลการอัปเดตใหม่ ๆ ก็จะทำการส่งไปแจ้งที่สมาชิกให้ทราบทันที ซึ่งถือเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นสารสำคัญขององค์กรอีกช่องทางหนึ่งที่น่าสนใจในยุคสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ยังมี Flickr (http://www.flickr.com) สำหรับแบ่งปันไฟล์รูป และ Slideshare (http://www.slideshare.net) สำหรับแบ่งปันไฟล์พรีเซนเทชัน

การประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุ

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการของหน่วยงานที่มีแผนการและการกระทำที่ต่อเนื่องในการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน โดยใช้การติดต่อสื่อสารเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของหน่วยงาน โดยใช้สื่อหรือเครื่องมือและเวลาที่เหมาะสม เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง เกิดเจตคติในทางบวก แก้ไขข่าวต่าง ๆ ในทางที่ดีของหน่วยงาน เกิดการยอมรับและให้ความร่วมมือ สนับสนุนในด้านต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทำให้หน่วยงานนั้น ๆ ดำเนินงานไปได้ตามความมุ่งหมายและบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ (Singangar, 2009: 12)

สำหรับหอจดหมายเหตุมีหน้าที่ในการจัดเก็บรักษาเอกสารจดหมายเหตุซึ่งถือได้ว่าเป็นเอกสารที่มีคุณค่าสะท้อนให้เห็นถึงประวัติและการดำเนินงานของหน่วยงาน ดังนั้นจึงเป็นเอกสารที่ให้ข้อมูลที่สำคัญและมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การที่บุคคลภายในและภายนอกหน่วยงานจะได้รับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับเอกสารจดหมายเหตุได้นั้น จะต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ของหอจดหมายเหตุ โดยการให้ความรู้ การสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กรและชุมชน และการสร้างความน่าเชื่อถือ ดังนั้นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุ ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้ (Phattanakiatpong, 2011: 30)

1. ด้านการศึกษา ค้นคว้า และวิจัย เป็นตัวกลางในการนำเอกสารจดหมายเหตุออกเผยแพร่แก่ผู้สนใจและผู้ที่เกี่ยวข้องที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา ค้นคว้า และวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่และการต่อยอดองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นและการพัฒนาประเทศ

2. ด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม เป็นตัวกลางในการนำเอกสารจดหมายเหตุออกเผยแพร่สู่ชุมชน ทำให้เกิดการถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น

3. ด้านการสื่อสาร เป็นตัวกลางในการนำข้อมูลข่าวสารและสารสนเทศเผยแพร่สู่ประชาชน ทำให้เกิดการสื่อสารทั้งในสังคมเมืองและสังคมท้องถิ่น

4. ด้านความรู้ความเข้าใจ ช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่บุคคลต่าง ๆ อย่างถูกต้องจากการเผยแพร่ข้อมูล นโยบาย การดำเนินงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงาน

5. ด้านภาพลักษณ์ของหน่วยงาน เพื่อให้มีทัศนคติและภาพลักษณ์ที่ดีแก่ชุมชน

การประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุ คือ การให้บริการรูปแบบหนึ่ง แต่เป็นการให้บริการทางอ้อมที่จะทำให้คนทั่วไปได้รับรู้ว่า หอจดหมายเหตุมีอะไรและจะใช้ประโยชน์ได้อย่างไร ซึ่งนอกเหนือจากการให้บริการในหอจดหมายเหตุ วิธีการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ผู้คนรู้จักและมาใช้ทรัพยากรในหอจดหมายเหตุล้วนเป็นหน้าที่ของนักจดหมายเหตุที่จะต้องทำให้คนภายนอกรู้จักภารกิจของหน่วยงานให้กว้างขวาง ทำให้หน่วยงานเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและสังคมที่พร้อมจะอำนวยประโยชน์ในด้านการศึกษาการให้ข้อมูลที่มีคุณค่าต่อบุคคล และหน่วยงาน (Taweta et al., 2016: 293)

การประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุมีการดำเนินงานหลายรูปแบบดังนี้ (Fine Arts Department, 1999: 214-218; Phattanakiatpong, 2011: 31-36; Pruttikul, 2004: 194-196)

1. การจัดแสดงนิทรรศการ เป็นการนำเอกสารจดหมายเหตุที่มีอยู่มาแนะนำหรือเสนอให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจและอยากมาใช้เอกสารจดหมายเหตุ หรือให้การส่งเสริมและสนับสนุนหน่วยงานจดหมายเหตุ รวมถึงบริจาคเอกสารจดหมายเหตุที่มีคุณค่าโดยทั่วไปหน่วยงานจดหมายเหตุจะจัดนิทรรศการ 2 ประเภท คือ

1.1 นิทรรศการถาวร คือ การจัดแสดงระยะยาวเป็นปี (ไม่ควรเกิน 3 ปี) ซึ่งจะแสดงประวัติและภารกิจของหอจดหมายเหตุ และเอกสารสำคัญของแต่ละประเภท ห้องจัดแสดงนิทรรศการถาวรควรเป็นห้องหนึ่งในอาคารหอจดหมายเหตุ

1.2 นิทรรศการชั่วคราว คือ การจัดแสดงระยะสั้นตามวาระสำคัญของชาติหรือโอกาสพิเศษของหน่วยงาน โดยจัดนำเอกสารจดหมายเหตุออกแสดงให้สอดคล้องกับวาระหรือโอกาสนั้น ๆ นิทรรศการชั่วคราวใช้สถานที่จัดแสดงดังนี้

1.2.1 ภายในหน่วยงาน ซึ่งจะเป็นโอกาสให้คนทั่วไปได้รู้จักหน่วยงานจดหมายเหตุ เอกสารที่นำออกจัดแสดงมักจะเป็นเอกสารตัวจริง ซึ่งจะมีส่วนสร้างให้นิทรรศการดูดีมีคุณค่ายิ่งขึ้น ผู้ชมจะเกิดความภูมิใจและความรักในมรดกของชาติประเภทนี้มากยิ่งขึ้นซึ่งเป็นความสำเร็จส่วนหนึ่งของหน่วยงาน

1.2.2 ภายนอกหน่วยงาน คือ การนำนิทรรศการไปจัดแสดงในที่ต่าง ๆ เป็นการเปิดหน่วยงานจดหมายเหตุออกสู่ชุมชน สร้างความรู้จัก ความใกล้ชิดให้เกิดขึ้น บางครั้งจัดเป็นนิทรรศการสัญจรหมุนเวียนไปจัดแสดงตามสถานศึกษาหรือชุมชนในจังหวัดต่าง ๆ นิทรรศการเช่นนี้จะเป็นการจำลองเอกสารออกจัดแสดง (ต้นฉบับเอกสารจะไม่นำออกจากหอจดหมายเหตุ) การจำลองเอกสารด้วยเทคนิคที่ดีจะได้เอกสารที่สวยงามน่าดูเช่นเดียวกัน

2. การจัดทำสิ่งพิมพ์เผยแพร่ หอจดหมายเหตุจะต้องมีการจัดทำสิ่งพิมพ์สำหรับเผยแพร่หลายรูปแบบเพราะสื่อสิ่งพิมพ์จะแพร่หลายและกระจายได้รวดเร็วและปริมาณมาก ประเภทของสิ่งพิมพ์ที่ควรเผยแพร่มีดังนี้

2.1 สิ่งพิมพ์แนะนำหน่วยงานจดหมายเหตุ เป็นสิ่งพิมพ์ที่ให้ข้อมูลแนะนำให้รู้จักหอจดหมายเหตุ เช่น ประวัติ การแบ่งส่วนงาน การบริการ ลักษณะที่ทำการ ที่ติดต่อ อาจจัดทำในรูปแผ่นพับ หรือเอกสารเล่ม

2.2 จดหมายข่าว เป็นสิ่งพิมพ์ที่ให้ข้อมูลข่าวสาร และรายงานการเคลื่อนไหวหน่วยงานจดหมายเหตุ กิจกรรม บุคคล รวมถึงแนะนำเอกสารจดหมายเหตุที่สำคัญ โดยมีกำหนดระยะเวลาการออกข่าวที่แน่นอน เช่น ปีละ 2 - 3 ฉบับ

2.3 สิ่งพิมพ์ทางวิชาการ เป็นสิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาสาระทางวิชาการ เช่น คู่มือแนะนำเอกสารจดหมายเหตุ เครื่องมือช่วยค้นเอกสารจดหมายเหตุ ผลงานวิจัยที่ค้นคว้าจากเอกสารจดหมายเหตุ ในปัจจุบันนอกจากจัดพิมพ์เป็นสิ่งพิมพ์เผยแพร่แล้วยังมีการนำข้อมูลจากสิ่งพิมพ์ดังกล่าวมาจัดทำเป็นเว็บเพจไว้บนโฮมเพจของหอจดหมายเหตุ

3. การบริการนำชมหน่วยงานจดหมายเหตุ เพื่อสร้างความคุ้นเคยระหว่างกลุ่มเป้าหมายกับผู้ให้บริการเอกสารจดหมายเหตุ และสร้างความรู้สึกที่ดีต่อผู้ใช้ ทำให้มีความคุ้นเคยกับสถานที่ และได้มีความรู้เกี่ยวกับบริการที่หน่วยงานจดหมายเหตุจัดให้ การบริการนำชมอาจนำชมโดยบุคลากรของหน่วยงานจดหมายเหตุตามตารางกำหนดไว้แน่นอน รูปแบบการนำชมอาจเป็นการเดินชมสถานที่ เอกสารจดหมายเหตุ อุปกรณ์และเครื่องมือที่ให้บริการ หรืออาจมีการฉายวีดีทัศน์ประกอบก่อนนำชม หรืออาจจัดทำสื่อที่ผู้สนใจสามารถใช้ได้ด้วยตนเอง เช่น เทปเสียงแนะนำหอจดหมายเหตุ สไลด์ วีดีทัศน์ หรือซีดีนำชมหอจดหมายเหตุ

4. การจัดการบรรยาย อภิปราย สัมมนาและฝึกอบรมทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง เป็นกิจกรรมที่ให้ความรู้ทางวิชาการแก่กลุ่มเป้าหมายโดยโยงถึงเอกสารจดหมายเหตุ อีกทั้งยังต้องได้รับความร่วมมือจากบุคลากรหลายกลุ่ม โดยอาจจัดในโอกาสพิเศษ เช่น ในวันสถาปนาองค์กร หรือการประชุมทางวิชาการของกลุ่มวิชาชีพ

5. การจัดตั้งชมรมหรือกลุ่มบุคคลที่สนใจเพื่อการเผยแพร่และพัฒนางานจดหมายเหตุ เป็นกิจกรรมที่ต้องได้รับความร่วมมือจากผู้สนใจและศรัทธาต่อหอจดหมายเหตุ ส่วนใหญ่จะเน้นการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่หอจดหมายเหตุไม่สามารถดำเนินการได้โดยลำพัง รวมทั้งการหาเงินทุนสนับสนุนหอจดหมายเหตุ

ซึ่งจะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์ของหอจดหมายเหตุข้างต้นยังอยู่ในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล และสื่อกิจกรรม ยังไม่มีการนำสื่อสังคมออนไลน์เข้ามาใช้ในการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุ ต่อไปจะเป็นการกล่าวถึงการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุ

การนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุ

ด้วยปัจจุบันเป็นยุคเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผู้ใช้เป็นจำนวนมาก ดังนั้นเพื่อให้เป็นการเข้าถึงผู้ใช้บริการ นักจดหมายเหตุจึงต้องปรับวิธีการประชาสัมพันธ์ในช่องทางใหม่ ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งจากการวิจัยเรื่อง การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุมหาวิทยาลัยของรัฐในประเทศไทย ของ Kulavijit (2016) พบว่า สื่อที่ผู้ปฏิบัติงานใช้ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุมหาวิทยาลัยของรัฐ คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ สื่อบุคคล และสื่อสิ่งพิมพ์ ตามลำดับ โดยสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีการใช้เว็บไซต์ของหอจดหมายเหตุ

และใช้เฟซบุ๊กของหอจดหมายเหตุในระดับมาก เนื่องจากเว็บไซต์ของหอจดหมายเหตุมีฐานข้อมูลสามารถนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวกับหอจดหมายเหตุได้ทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ วัตถุในหอจดหมายเหตุ ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้สะดวกรวดเร็ว และมีเจ้าหน้าที่ดูแลการนำข้อมูลขึ้นเผยแพร่บนหน้าเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bountouri, Lina (2017) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์นี้รวมสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งถูกนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) วิกิ (Wiki) และ ยูทูบ (Youtube) ทำให้หอจดหมายเหตุมีความน่าสนใจและผู้ใช้สามารถเข้าใช้และเข้าถึงได้สะดวก

จะเห็นได้ว่าหอจดหมายเหตุในปัจจุบันนิยมนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่มีในหอจดหมายเหตุได้อย่างสะดวกและรวดเร็วโดยในที่นี้จะกล่าวถึงการนำสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ และเฟซบุ๊กมาใช้ในการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุผ่านเว็บไซต์ของหอจดหมายเหตุ

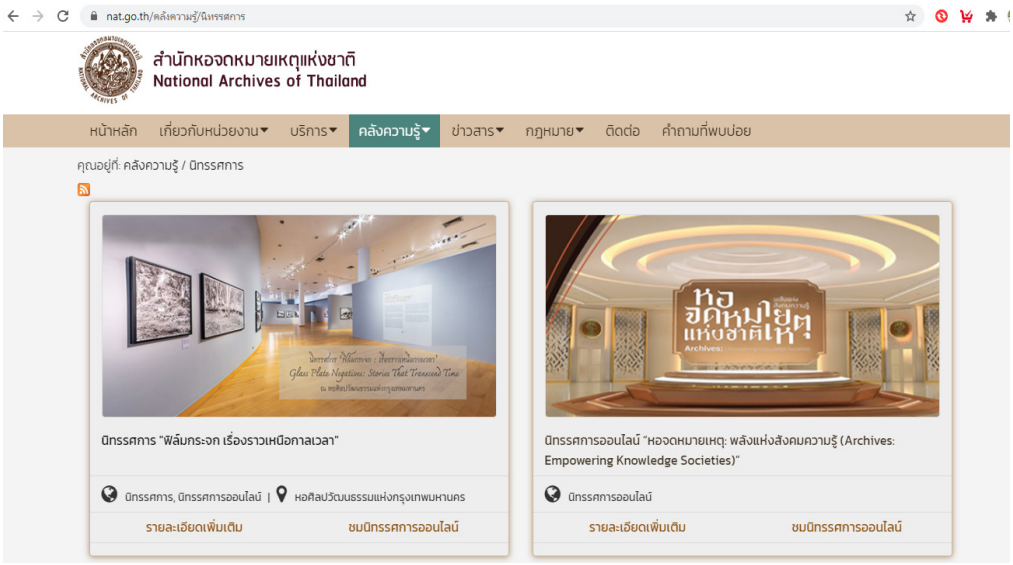
ปัจจุบันหอจดหมายเหตุเริ่มมีการสร้างเว็บไซต์ขึ้นเพื่อใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการบริหาร โดยถือเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ให้หน่วยงานเป็นที่รู้จักกันมากขึ้น รวมทั้งใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างคนในหอจดหมายเหตุและใช้สื่อสารกับผู้ใช้บริการภายนอก Zappala, & Carden (2010) ได้อธิบายว่าเนื้อหาที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ควรสั้นกระชับ เนื้อหาแต่ละเรื่องควรจบในหน้าเดียว มีการใช้หัวข้อหรือการพาดหัวส่วนเนื้อความควรคัดกรองเฉพาะสาระสำคัญมานำเสนอโดยประเด็นสำคัญของเรื่องควรเห็นได้ง่ายเขียนไว้ต้นประโยคหรือต้นบรรทัด หลีกเลี่ยงประโยคซับซ้อนเพราะจะทำให้ผู้ใช้เข้าใจสับสน และ Pravichai (2017: 5) อธิบายเพิ่มเติมว่าเว็บไซต์ที่ดีจะต้องช่วยให้ผู้ใช้รับรู้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว โดยสามารถเชื่อมต่อเข้าไปสู่ข้อมูลในส่วนที่ต้องการได้โดยง่าย ดังนั้นหน้าแรกของเว็บไซต์จึงต้องทำให้ผู้เข้าเยี่ยมชมมองเห็นเค้าโครงของเนื้อหาทั้งหมดและกลับมายังหน้าแรกได้ตลอดเวลา

นอกจากนี้ เนื้อหาและข้อมูลที่นำเสนอควรเป็นเนื้อหาที่เหมาะสมทั้งในแง่จริยธรรม มารยาท และกฎหมาย เนื้อหาที่นำเสนอควรมีการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ และควรเป็นเนื้อหาที่สร้างสรรค์ขึ้นมาเองไม่ได้ลอกเลียนแบบหรือนำมาจากเว็บไซต์ใด หากจำเป็นต้องนำเนื้อหาบางส่วนมาจากแหล่งข้อมูลใด ควรตรวจสอบการละเมิดสิขสิทธิ์และควรอ้างอิงถึงแหล่งข้อมูลที่นำเสนอด้วย ต่อไปเป็นตัวอย่างของหอจดหมายเหตุที่มีการสร้างเว็บไซต์ของตนเองที่น่าสนใจทั้งของไทยและต่างประเทศเพื่อใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลและการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุ

1.1 หอจดหมายเหตุแห่งชาติ กรุงเทพมหานคร

เนื้อหาที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ ได้แก่ ประวัติหน่วยงาน การแบ่งโครงสร้างหน่วยงาน บริการที่มีทั้งระบบการสืบค้นเอกสารจดหมายเหตุ และบริการขอทำสำเนาเอกสาร มีการจัดแสดงนิทรรศการออนไลน์เสมือนจริงดูได้ 360 องศา ข่าวสารการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับจดหมายเหตุ นอกจากนี้ยังมีข้อมูลที่ติดต่อไม่ว่าจะเป็นสถานที่ตั้งหอจดหมายเหตุ เบอร์โทรศัพท์ โทรสาร และอีเมล รายละเอียดดังภาพที่ 1 และภาพที่ 2

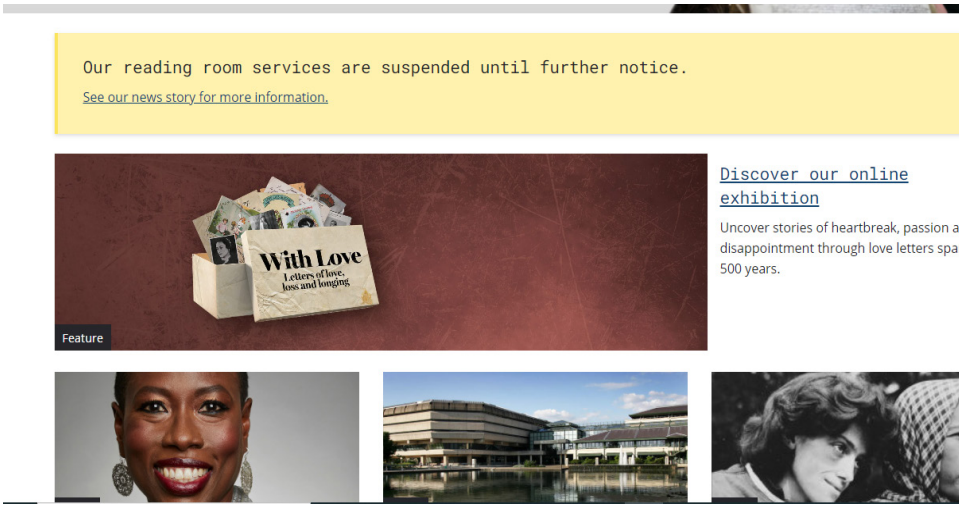
ภาพที่ 1 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์หอจดหมายเหตุแห่งชาติ
(National Archives of Thailand, 2020)



ภาพที่ 2 ตัวอย่างหน้านิทรรศการออนไลน์หอจดหมายเหตุแห่งชาติ (National Archives of Thailand, 2020)

1.2 หอจดหมายเหตุแห่งชาติอังกฤษ

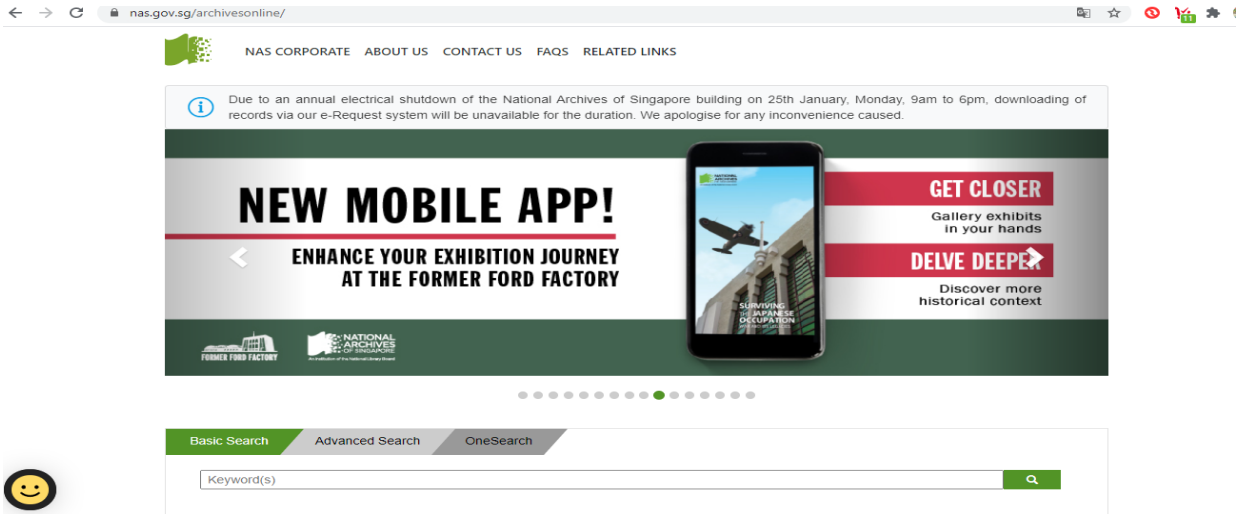
เนื้อหาที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ ได้แก่ ข้อมูลของหน่วยงาน ข้อมูลสำหรับใช้ในการศึกษาและค้นคว้าวิจัยช่องทางการติดต่อทาง live chat เฟซบุ๊ก เพื่อให้ผู้ใช้สามารถสอบถามได้ มีร้านขายของที่ระลึกออนไลน์ มีการจัดสัมมนาออนไลน์ฟรี โดยให้นักแต่งเป็นผู้นำสนทนา และมีนิทรรศการออนไลน์ รายละเอียดดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์หอจดหมายเหตุแห่งชาติอังกฤษ (National Archives, 2020)

1.3 หอจดหมายเหตุแห่งชาติประเทศสิงคโปร์

เนื้อหาที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ ได้แก่ ข้อมูลของหอจดหมายเหตุและสถานที่ติดต่อ การให้บริการสืบค้นเอกสารจดหมายเหตุดิจิทัลประเภทภาพถ่าย แผนที่ ประวัติศาสตร์คำบอกเล่า เอกสารราชการ เทปเสียง มีการเผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุ การให้บริการ e-request ในการช่วยค้นคว้าหาข้อมูล และการทำสำเนารูปภาพ นอกจากนี้มีการจัดนิทรรศการออนไลน์ ซึ่งสามารถชมผ่านเว็บไซต์ของหอจดหมายเหตุแล้ว ยังสามารถชมผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือได้อีกด้วย รายละเอียดดังภาพที่ 4

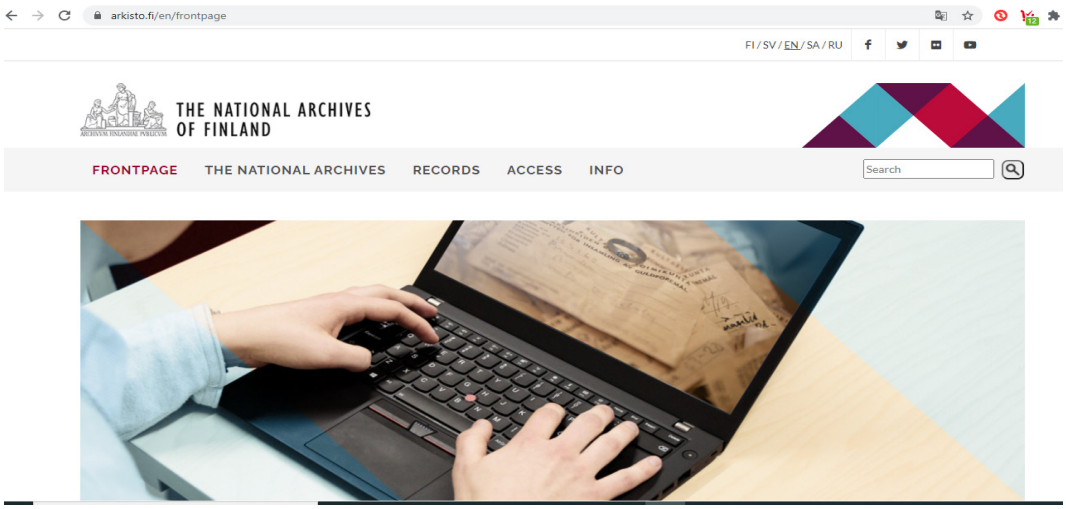


ภาพที่ 4 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์หอจดหมายเหตุแห่งชาติประเทศสิงคโปร์
(National Archives of Singapore, 2020)

1.4 หอจดหมายเหตุแห่งชาติประเทศฟินแลนด์

เนื้อหาที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ ได้แก่ ข้อมูลของหอจดหมายเหตุและสถานที่ติดต่อ เวลาทำการ การให้บริการสืบค้นเอกสารจดหมายเหตุ การประชาสัมพันธ์ข่าวนิทรรศการ และกิจกรรมต่าง ๆ ของหอจดหมายเหตุ โดยบนเว็บไซต์มีให้เลือกภาษาถึง 5 ประเทศ ได้แก่ ฟินแลนด์ สหราชอาณาจักร เอลซัลวาดอร์ รัสเซีย และซาอุดิอาระเบีย และมีระบบเสียงบรรยายในแต่ละหัวข้อเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ที่มีความพิการทางสายตา นอกจากนี้ยังมีช่องทางให้ติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ไม่ว่าจะเป็นเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ฟลิคเกอร์ และยูทูบ รายละเอียดดังภาพที่ 5 และภาพที่ 6

จากตัวอย่างการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุแต่ละแห่งโดยผ่านเว็บไซต์จะเห็นได้ว่ามีการดำเนินการที่คล้ายคลึงกันในเรื่องของข้อมูลที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ ส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประวัติความเป็นมาของหน่วยงานที่ตั้ง ช่องทางการติดต่อ บริการที่มี เพื่อให้ผู้ใช้สามารถทราบข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมต่าง ๆ ของหอจดหมายเหตุ ข้อมูลที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์จะมีทั้งที่เป็นภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง และยังสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลอื่น ๆ บนอินเทอร์เน็ตได้อีกด้วย



ภาพที่ 5 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์หอจดหมายเหตุแห่งชาติประเทศฟินแลนด์
(National Archives of Finland, 2020)

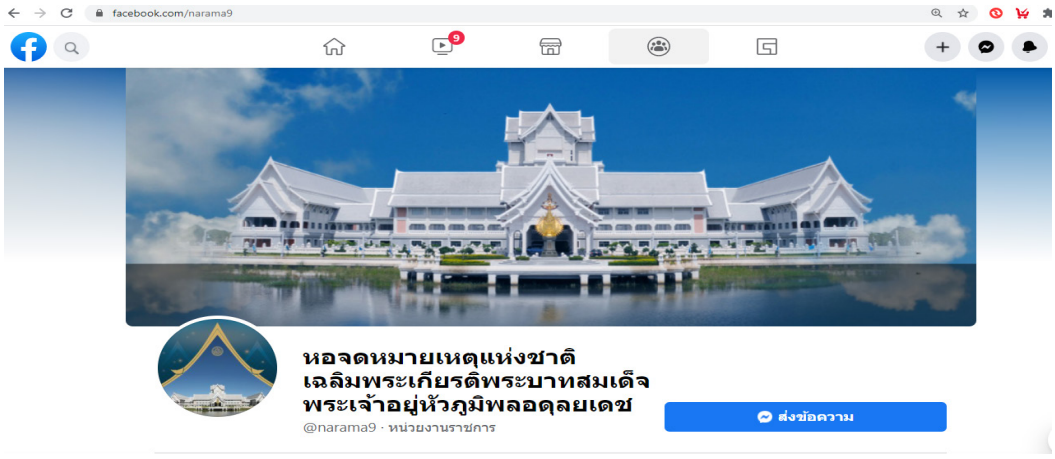
ภาพที่ 6 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์หอจดหมายเหตุแห่งชาติประเทศฟินแลนด์
(National Archives of Finland, 2020)

2. การประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุผ่านเฟซบุ๊กของหอจดหมายเหตุ

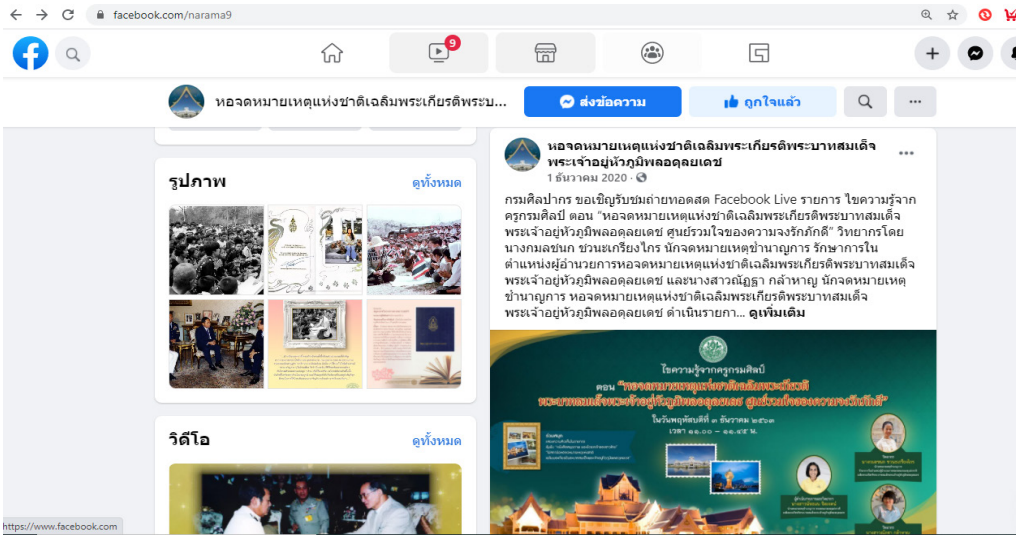
เฟซบุ๊กเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้น ๆ เป็นสื่อที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลของหอจดหมายเหตุได้สะดวกและรวดเร็ว การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กให้ประสบความสำเร็จ Wilcox, & Cameron (2012) กล่าวว่า ควรเลือกเนื้อหาที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์กับผู้รับสารที่เข้ามาติดตามเฟซบุ๊กของหน่วยงานในฐานะเพื่อน นอกจากเนื้อหาในรูปของข้อความแล้วควรนำเสนอเนื้อหาประเภทอื่นให้หลากหลาย เช่น ภาพ หรือคลิปวีดีโอ เรื่องขำขัน เพลง การประกวดชิงรางวัล เน้นการมีส่วนร่วมของผู้รับสารให้สามารถสื่อสารกันได้แบบสองทาง และใช้กลยุทธ์การเขียนและนำเสนอเนื้อหาในลักษณะที่สนิทสนมและเป็นกันเอง ต่อไปเป็นตัวอย่างของหอจดหมายเหตุที่มีการสร้างเฟซบุ๊กของตนเองที่น่าสนใจทั้งของไทยและต่างประเทศเพื่อใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลและการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุ

2.1 หอจดหมายเหตุแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช

เนื้อหาที่นำเสนอผ่านเฟซบุ๊กมีทั้งข้อมูลที่ภาพถ่าย วิดีโอ บทความ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับพระราชประวัติ พระราชกรณียกิจ พระราชดำริ ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและพระบรมวงศานุวงศ์ที่อยู่ในความรับผิดชอบของกระทรวง ทบวง กรม สถาบัน และองค์กรเอกชน รวมถึงการรวบรวมเอกสารจากองค์กรเอกชนที่จัดกิจกรรมเฉลิมพระเกียรติในโอกาสต่าง ๆ ตลอดจนการบันทึกพระราชพิธี รัฐพิธีสำคัญ และมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการอบรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานจดหมายเหตุ เพื่อให้ผู้สนใจเข้าร่วมโดยผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ รายละเอียดดังภาพที่ 7 และภาพที่ 8



ภาพที่ 7 ตัวอย่างหน้าเฟซบุ๊กหอจดหมายเหตุแห่งเฉลิมพระเกียรติฯ
(National Archives in honor of His Majesty King Bhumibol Adulyadej, 2020)



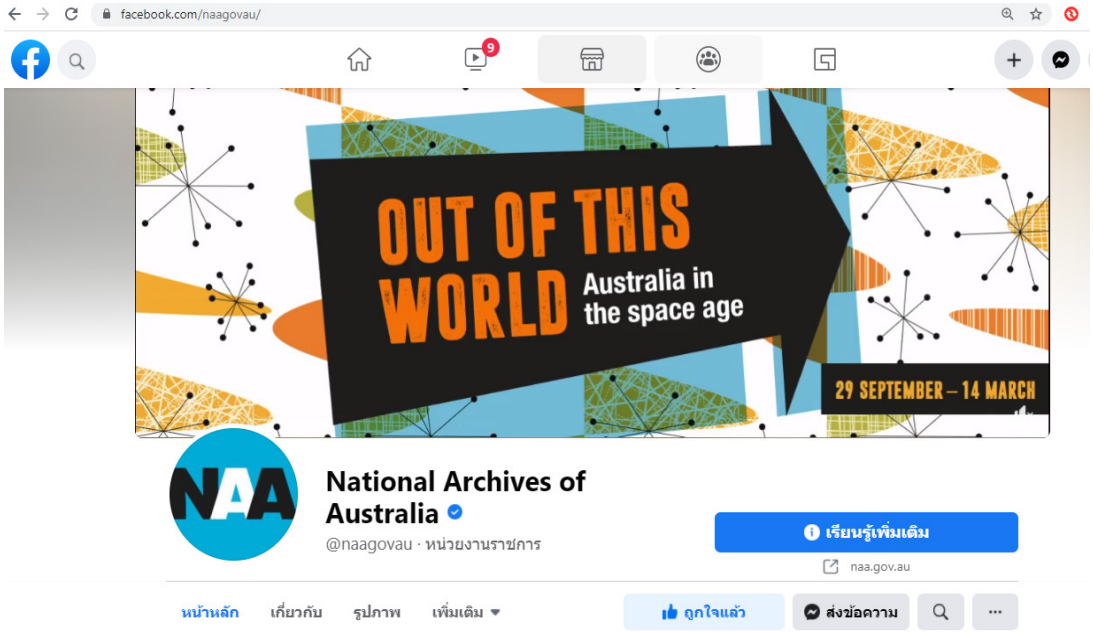
ภาพที่ 8 ตัวอย่างหน้าเฟซบุ๊กหอจดหมายเหตุแห่งเฉลิมพระเกียรติฯ
(National Archives in honor of His Majesty King Bhumibol Adulyadej, 2020)

2.2 หอจดหมายเหตุแห่งชาติออสเตรเลีย

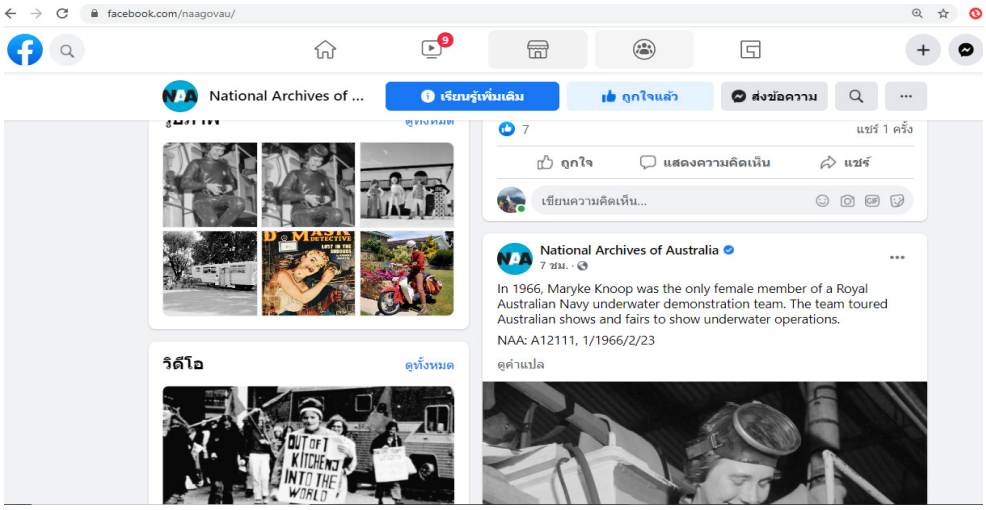
เนื้อหาที่นำเสนอผ่านเฟซบุ๊กเป็นเนื้อหาที่น่าสนใจเกี่ยวกับสถานที่ บุคคลสำคัญ ๆ และเหตุการณ์ต่าง ๆ ของประเทศออสเตรเลีย โดยนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลายรูปแบบ ได้แก่ รูปภาพ วิดีโอ นอกจากนี้มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้เข้าร่วมกิจกรรมที่หอจดหมายเหตุจัดขึ้นโดยสามารถแจ้งผ่านระบบและกดแบ่งปันไปยังผู้อื่นที่มีความสนใจเหมือนกันได้ทันที รายละเอียดดังภาพที่ 9 และภาพที่ 10

2.3 หอจดหมายเหตุแห่งชาติสหรัฐอเมริกา

เนื้อหาที่นำเสนอผ่านเฟซบุ๊กเป็นเนื้อหาข่าวคราวความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับหอจดหมายเหตุแห่งชาติประเทศสหรัฐอเมริกา มีทั้งภาพ วิดีโอ กิจกรรมให้ตอบคำถามและร่วมแสดงความคิดเห็น รายละเอียดดังภาพที่ 11 และภาพที่ 12

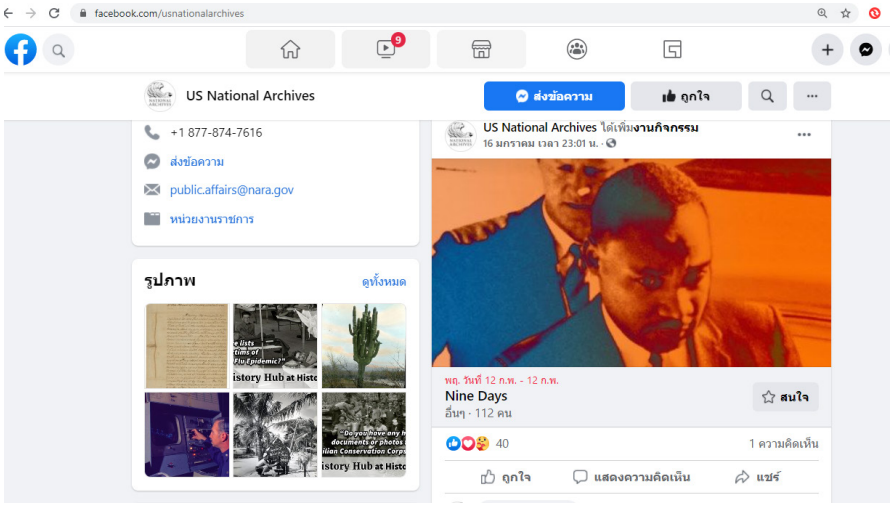


ภาพที่ 9 ตัวอย่างหน้าเฟซบุ๊กหอจดหมายเหตุแห่งชาติออสเตรเลีย
(National Archives of Australia, 2020)



ภาพที่ 10 ตัวอย่างหน้าเฟซบุ๊กหอจดหมายเหตุแห่งชาติออสเตรเลีย
(National Archives of Australia, 2020)

ภาพที่ 11 ตัวอย่างหน้าเฟซบุ๊กหอจดหมายเหตุแห่งชาติสหรัฐอเมริกา
(US National Archives, 2020)



ภาพที่ 12 ตัวอย่างหน้าเฟซบุ๊กหอจดหมายเหตุแห่งชาติสหรัฐอเมริกา
(US National Archives, 2020)

จากตัวอย่างการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุแต่ละแห่งโดยผ่านเฟซบุ๊ก เนื้อหาส่วนใหญ่ที่นำเสนอจะเป็นเรื่องของการแจ้งข่าวสารหรือกิจกรรมต่าง ๆ ของหอจดหมายเหตุ มีการจัดกิจกรรมให้ผู้ใช้ตอบคำถามและร่วมแสดงความคิดเห็น มีการถ่ายทอดสด (Facebook live) การประชุมหรือการสัมมนาให้ผู้ที่สนใจเข้าร่วมโดยสามารถอยู่ที่ใดก็สามารถเข้าร่วมได้

จะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุโดยใช้เว็บไซต์หรือเฟซบุ๊กจะมีส่วนที่คล้ายคลึงกันคือเป็นการแจ้งข่าวสารหรือกิจกรรมของหอจดหมายเหตุเพื่อให้ผู้ใช้ทราบ ส่วนที่แตกต่างกันคือการนำเสนอข้อมูลผ่านเฟซบุ๊กจะมีการแชร์ การติดตาม มีคลังรูปภาพ วีดิโอ ซึ่งจะช่วยให้กิจกรรมนั้น ๆ น่าสนใจและน่าติดตามมากขึ้น และยังแตกต่างกันในเรื่องของความน่าเชื่อถือและความสะดวกในการสืบค้นเนื่องจากหอจดหมายเหตุที่ใช้เว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ผู้ใช้จะสามารถใช้คำค้นเพื่อเข้าถึงเว็บไซต์จาก search engine ได้ง่ายกว่าเฟซบุ๊ก

ดังนั้นจากตัวอย่างการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุแต่ละแห่งนักจดหมายเหตุควรใช้ทั้งเว็บไซต์และเฟซบุ๊กควบคู่กันเพื่อช่วยให้การประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุในยุคดิจิทัลมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเว็บไซต์จะเป็นแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ เป็นทางการ และเข้าถึงได้ง่าย ในขณะที่เฟซบุ๊กผู้ใช้สามารถติดตามและสามารถแบ่งปันข้อมูลไปยังผู้อื่นได้อย่างรวดเร็ว

อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุแต่ละแห่ง ไม่ว่าจะผ่านเว็บไซต์หรือเฟซบุ๊กจะต้องมีการปรับปรุงข้อมูลที่เผยแพร่ให้ถูกต้อง และทันสมัยตลอดเวลา อีกทั้งจะต้องมีการตอบคำถามและให้การช่วยเหลือแก่ผู้ใช้บริการเมื่อมีผู้ใช้ร้องขอ ดังนั้นนักจดหมายเหตุจะต้องคำนึงและมีความระมัดระวังในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

ข้อควรคำนึงของนักจดหมายเหตุในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์

1. ตระหนักถึงหลักจริยธรรมทางจดหมายเหตุ นักจดหมายเหตุจะต้องพึงระลึกอยู่เสมอว่าการนำข้อมูลไปโพสต์ในสื่อสังคมออนไลน์นั้น การตัดสินใจของนักจดหมายเหตุจะต้องอยู่ภายใต้หลักจริยธรรมทางจดหมายเหตุ กล่าวคือ นักจดหมายเหตุจะต้องขออนุญาตผู้ที่เกี่ยวข้องกับภาพ วิดีโอ เหตุการณ์ หรือข้อมูลใด ๆก็ตามทุกครั้ง ก่อนจะนำข้อมูลไปโพสต์หรือแชร์ในสื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถนำไปสู่การละเมิดความเป็นส่วนตัวของผู้ที่เกี่ยวข้อง และควรพิจารณาอย่างรอบคอบแล้วว่าการนำข้อมูลไปโพสต์ในสื่อสังคมออนไลน์เป็นประโยชน์และไม่ก่อให้เกิดความเสียหายกับผู้ที่เกี่ยวข้อง

2. คิดก่อนโพสต์ข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ ก่อนที่นักจดหมายเหตุจะนำข้อมูลไปโพสต์ในสื่อสังคมออนไลน์จะต้องคิดไตร่ตรองให้ดีว่าผลที่ตามมาจะเกิดประโยชน์หรือส่งผลกระทบต่อหน่วยงานอย่างไร ดังนั้นนักจดหมายเหตุจึงต้องคิดไตร่ตรองและระมัดระวังการโพสต์ภาพหรือข้อความที่มีเนื้อหาในลักษณะที่อาจถูกมองว่าไม่เหมาะสม

3. หลีกเลี่ยงการแสดงความคิดเห็นและการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม นักจดหมายเหตุจะต้องระลึกอยู่เสมอว่าการแสดงความคิดเห็นบนสื่อสังคมออนไลน์นั้นไม่ว่าใครก็สามารถเข้าไปอ่านได้และสามารถสืบค้นได้ว่าใครเป็นคนเขียนข้อความเหล่านั้น ดังนั้นการแสดงความคิดเห็นหรือการวิพากษ์วิจารณ์ในแง่ลบในสื่อสังคมออนไลน์ อาจทำให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลที่เกี่ยวข้องหรือต่อหน่วยงานเอง นอกจากนี้ นักจดหมายเหตุไม่ควรแสดงความรู้สึกใด ๆ หรือใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสมในสื่อสังคมออนไลน์

สรุป

สำหรับในยุคที่ผู้คนนิยมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ หอจดหมายเหตุเกือบทุกแห่งเริ่มมีการนำสื่อสังคมออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ หรือเฟซบุ๊กเข้ามาใช้ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร และความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้ใช้สามารถรับทราบข่าวสาร หรือแม้แต่บริการต่าง ๆ ของหอจดหมายเหตุได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันผู้ใช้สามารถเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้ทุกที่ทุกเวลาจากโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือโน้ตบุ๊กของตนเอง ทำให้นักจดหมายเหตุที่ทำหน้าที่ดูแลการประชาสัมพันธ์จะต้องตระหนักและให้ความสำคัญในเรื่องความถูกต้องของข้อมูลที่เผยแพร่ และจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลที่นำออกเผยแพร่บนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อป้องกันผลเสียที่จะเกิดขึ้นกับหอจดหมายเหตุและผู้ที่เกี่ยวข้อง

References

Fine Arts Department. (1999). **Administration and Management of Archives**. Bangkok: Fine Arts Department.

Kulavijit, Bulan. (2016). **Dissemination and Public Relations of Government University Archives in Thailand (การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์หอจดหมายเหตุมหาวิทยาลัยของรัฐในประเทศไทย)**. Nakhon Pathom : Faculty of Arts.

National Archives. (2020). **The National Archives (หอจดหมายเหตุแห่งชาติอังกฤษ)**. [Online]. Retrieved October 23, 2020 from https://www.nationalarchives.gov.uk/

National Archives in honor of His Majesty King Bhumibol Adulyadej. (2020). **National Archives in Honor of His Majesty King Bhumibol Adulyadej (หอจดหมายเหตุแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช)**. [Online]. Retrieved October 23, 2020 from https://www.facebook.com/narama9

National Archives of Australia. (2020). **National Archives of Australia (หอจดหมายเหตุแห่งชาติออสเตรเลีย)**. [Online]. Retrieved October 23, 2020 from https://www.facebook.com/naagovau

National Archives of Finland. (2020). **National Archives of Finland (หอจดหมายเหตุแห่งชาติประเทศฟินแลนด์)**. [Online]. Retrieved October 23, 2020 from https://arkisto.fi/en/frontpage

National Archives of Singapore. (2020). **National Archives of Singapore (หอจดหมายเหตุแห่งชาติประเทศสิงคโปร์)**. [Online]. Retrieved October 23, 2020 from https://www.nas.gov.sg/archivesonline

National Archives of Thailand. (2020). **National Archives of Thailand (หอจดหมายเหตุแห่งชาติ)**. [Online]. Retrieved October 23, 2020 from https://www.nat.go.th/

Nimitpan, Wipakhanat, & Ponkanit, Sirijantra. (2016). Public Relations Strategy on Social Media (กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์). **EAU Heritage Journal Social Science and Humanities**, 6(1): 21-31. [Online]. Retrieved August 23, 2020 from https://so01.tci-thaijo.org/index.php/EAUHJSocSci/article/download/56926/47312/

Phattanakiatpong, Wararak. (2011). Service and Dissemination of Local Information Resources. In **Teaching Local Information Resource Management Academic Series Unit 9-15**, (pp. 31-36). Nonthaburi: Sukhothaithammathirat University.

Pravichai, Sunisa. (2017). **Public Relations Strategies in Utilizing Social Media (กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์)**. [Online]. Retrieved August 23, 2020 from https://e-jodil.stou.ac.th/file jodil/16_1_572.pdf

Pruttikul, Somsuang. (2004). “Archives”. In **Special Characteristics Unit 1-5**, (pp. 194-196) Nonthaburi: Sukhothaithammathirat University.

Public Relations Office of the Secretariat of the Senate. (2018). **Social Media Promotion Strategies with the Use of Facebook (กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก)**. [Online]. Retrieved August 23, 2020 from https://www.senate.go.th/assets/portals/49/files/handbook/km61/7.สำนักประชาสัมพันธ์.pdf

Singangar, Alisa. (2009). **A Study of The Effects of Employing The Viewpoints on Public Relation of Baskin Aronoff and Lattimor in Tharua Prachanukul Municipal School (การศึกษาผลของการนำแนวคิดการประชาสัมพันธ์ของ บัสกิน อโรนอฟฟ์และแล็ทติมอร์ มาใช้ในโรงเรียนเทศบาลท่าเรือประชานุกูล)**. Master’s dissertation, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University, Phranakhon Si Ayutthaya, Thailand.

Sukprasert, Thanawadee. (2019). **Data Lifecycle Management (DLM) with Anthropological Archival Data Management (Data Lifecycle Management (DLM) กับการจัดการข้อมูลจดหมายเหตุมานุษยวิทยา)**. [Online]. Retrieved August 23, 2020 from https://www.sac.or.th/databases/anthroarchive/backend/resource/file/20190331-DLM_antroarchive.pdf

Taweta, Korapin, et al. (2016). **Basic Technical Manual for Archival Management and Management (คู่มือวิชาการพื้นฐานการบริหารและจัดการงานจดหมายเหตุ)**. Bangkok: Cyber book and print.

US National Archives. (2020). **US National Archives (หอจดหมายเหตุแห่งชาติสหรัฐอเมริกา)**. [Online]. Retrieved October 23, 2020 from https://www.facebook.com/usnationalarchives

Wichitboonrak, Pichit. (2011). **Social Media: Future Media (สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต)**. [Online]. Retrieved August 23, 2020 from https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_11/pdf/aw016.pdf

Wiwatpanitch, Nithida. (2015). A Development of Social Media Literacy Skills (การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์). **Journal of Graduate Studies Valaya Alongkron Rajabhat University**, 9(3): 209-219. [Online]. Retrieved August 23, 2020 from https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JournalGradVRU/article/view/45702/37819

Wilcox, D. L., & Cameron, G. T. (2012). **Public Relations: Strategies and Tactics** (10th ed.). Boston: Allyn & Bacon.

Zappala, J. M., & Carden A. R. (2010). **Public Relations Writing Worktext: A Practical Guide for The Profession** (3rd ed.). London: Routledge.