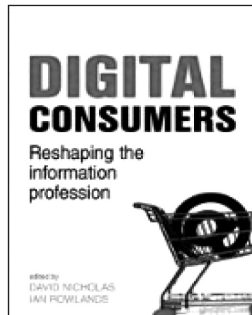


บทวิจารณ์หนังสือ

เทอดศักดิ์ ไม่เท่าทอง¹



Nicholas, David and Rowlands, Ian. (Eds.). (2008). **Digital consumers: Reshaping the information professions.** London: Facet Publishing.

การบริโภคข้อมูลข่าวสารของประชาชนในสังคมปัจจุบันนับว่าเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน เนื่องจากการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของข้อมูลข่าวสารโดยเฉพาะข้อมูลข่าวสารที่ให้บริการบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรที่มีหน้าที่ในการจัดเตรียมและให้บริการสารสนเทศที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของการให้บริการ การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน ตลอดจนการศึกษาวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและเผยแพร่สารสนเทศในรูปดิจิทัล ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของประชาชน ซึ่งความท้าทายที่เกิดขึ้นนี้ Fourie (2008) ได้ให้ความเห็นว่า วิชาชีพบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ และวิชาชีพอื่นที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสารสนเทศต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เรื่องที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคดิจิทัล

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(digital consumers) นับเป็นประเด็นหนึ่งที่มีการศึกษาวิจัยโดยนำเสนอในรูปแบบของรายงานการวิจัยและบทความปริทัศน์ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงเรื่องราวและรายละเอียดที่เกี่ยวกับผู้บริโภคดิจิทัลได้เป็นอย่างดี ผลการวิจัยในเรื่องดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้เพื่อการจัดการความท้าทายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคดิจิทัล ซึ่งความท้าทายดังกล่าวควรได้รับการพิจารณาในบริบทที่กว้างกว่ามุมมองของผู้บริโภคสารสนเทศหรือผู้ใช้สารสนเทศ

หนังสือ **Digital Consumers: Reshaping the Information Professions** เป็นหนังสือที่รวบรวมผลงานวิจัยของกลุ่มนักวิจัยประจำศูนย์พฤติกรรมสารสนเทศและการประเมินผลวิจัย (Centre for Information Behaviour and the Evaluation of Research -- CIBER) ซึ่งตั้งอยู่ที่ University College London (UCL) โดยเป็นเครือข่ายของนักวิจัยที่ต้องการแบ่งปันความรู้และความสนใจเกี่ยวกับการวิจัยในประเด็นผู้บริโภคดิจิทัล มีลักษณะเป็นการทำวิจัยระหว่างประเทศและเป็นแบบสหวิทยาการ หนังสือเล่มนี้มีบรรณาธิการรับผิดชอบ 2 ท่าน คือ ศาสตราจารย์ David Nicholas ซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นผู้อำนวยการประจำ School of Library, Archive and Information Studies (SLAIS) ผู้อำนวยการประจำ Centre for Publishing และผู้อำนวยการกลุ่มวิจัย CIBER และ Dr. Ian Rowlands ซึ่งเป็นผู้อ่านผลงานตีพิมพ์ประจำ SLAIS และเป็นสมาชิกของ Centre for Publishing และกลุ่มวิจัย CIBER

หนังสือเล่มนี้เป็นฉบับพิมพ์ครั้งแรกที่นำเสนอผลกระทบของโลกดิจิทัลที่มีต่อการพิมพ์ หอสมุดและผู้บริโภคสารสนเทศในช่วง 8 ปีที่ผ่านมา และนำเสนอความรู้ลึกของนักวิชาชีพสารสนเทศ ได้แก่ บรรณารักษ์ สำนักพิมพ์ นักหนังสือพิมพ์ และนักจดหมายเหตุ ที่เกี่ยวข้องผลกระทบดังกล่าว การนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติ การแบ่งปันสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพสารสนเทศและกลุ่มคนที่มีความสนใจเกี่ยวกับพื้นที่เสมือน (Rafiq, 2009) ในด้านเนื้อหาของหนังสือเล่มนี้ Parry (2009) กล่าวถึงหนังสือเล่มนี้โดยตั้งคำถามถึงการปฏิบัติตัวของผู้บริโภคดิจิทัลในสภาพแวดล้อมดิจิทัลว่าควรมีลักษณะเป็นอย่างไร ซึ่งการเข้าใจถึงการปฏิบัติตัวของผู้บริโภคจะเป็นส่วนสำคัญในการให้การสนับสนุนและการสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับ

ความคิดเห็นของ Rafiq (2009) ที่มีต่อหนังสือเล่มนี้ ระบุว่าหนังสือที่น่าเสนอเกี่ยวกับพื้นที่ดิจิทัล (digital space) และผู้บริโภคดิจิทัลทั้งในเรื่องราวเชิงประวัติและสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต มีการเรียบเรียงเนื้อหาแบ่งเป็นบทและบูรณาการเนื้อหาได้เป็นอย่างดี หนังสือเล่มนี้เหมาะสำหรับผู้สนใจเกี่ยวกับการพัฒนาวิชาชีพสารสนเทศ ส่วนบทวิจารณ์เกี่ยวกับหนังสือเล่มนี้ตามทัศนะของ Fourie (2008) ให้ความเห็นว่าเนื้อหาที่เหมาะสมกับผู้ปฏิบัติงานและผู้กำหนดนโยบายในสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ ตลอดจนนักศึกษาที่จะต้องตื่นตัวต่อข้อเท็จจริง ซึ่งเป็นผลการวิจัยที่ควรมีการศึกษาค้นคว้าอย่างต่อเนื่อง ในสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมดิจิทัล

เนื้อหาที่น่าสนใจไว้ในหนังสือ **Digital Consumers: Reshaping the Information Professions** แบ่งออกเป็น 9 บท โดย 4 บทแรกมีเนื้อหา ดังนี้ **บทที่ 1** บทนำและปรัชญาของผู้บริโภคดิจิทัล เป็นการอธิบายถึงเหตุผลของการเลือกใช้คำว่า “ผู้บริโภคดิจิทัล” มากกว่าที่จะใช้คำว่า “ผู้บริโภคสารสนเทศดิจิทัล” อธิบายถึงพฤติกรรมและการแสวงหาสารสนเทศของบุคคลโดยเฉพาะการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีขอบเขตกว้างขวางมากขึ้น ในบทนี้ยังกล่าวถึงเนื้อหาที่น่าสนใจในบทอื่นๆ และผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย **บทที่ 2** สถานประกอบการและการตลาดสารสนเทศดิจิทัล กล่าวถึงการพิมพ์ที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปสู่รูปแบบของการนำเสนอเนื้อหาและการให้บริการที่เข้าถึงได้ในรูปดิจิทัล อุตสาหกรรมการพิมพ์ต่างๆ ที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยมีการปรับเปลี่ยนที่มุ่งเน้นการผลิตเนื้อหาและการให้บริการบนเว็บ **บทที่ 3** ลูกค้าอิเล็กทรอนิกส์ กล่าวถึงผู้ซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ในสหราชอาณาจักรในแง่มุมต่างๆ ได้แก่ ประวัติ อิทธิพลที่เกี่ยวข้องกับองค์กร การเข้าใจถึงความต้องการของผู้ซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ รูปแบบพฤติกรรม ความเติบโตของการซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ และอนาคตของผู้ซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ **บทที่ 4** ห้องสมุดในยุคดิจิทัล กล่าวถึงสภาพปัจจุบันและอนาคตในการดำเนินงานของห้องสมุด การปฏิวัติดิจิทัลครั้งที่ 2 ซึ่งมีความเชื่อมโยงและการนำไปใช้เกี่ยวข้องกับศาสตร์ที่หลากหลายโดยเฉพาะการดำเนินชีวิตและการทำธุรกิจ และกล่าวถึงการใช้เทคโนโลยีเกิดใหม่ (Emerging technology) ของห้องสมุดในยุคดิจิทัล

สำหรับการนำเสนอเนื้อหาในบทที่ 5 ถึง 9 มีดังนี้ **บทที่ 5** จิตวิทยาของผู้บริโภคสารสนเทศดิจิทัล กล่าวถึงการสื่อสารผ่านทางออนไลน์หรือคอมพิวเตอร์ที่นำมาใช้เพื่อการดำเนินชีวิตทั้งในระดับบุคคลและวิชาชีพ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลผ่านทางออนไลน์ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับคอมพิวเตอร์ และการออกแบบระบบการสื่อสารทางออนไลน์ที่สามารถใช้งานได้ง่าย **บทที่ 6** พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของผู้บริโภคดิจิทัล เป็นการวิเคราะห์พฤติกรรม การแสวงหาสารสนเทศของผู้บริโภคดิจิทัล ได้แก่ กิจกรรมหรือการใช้ข้อมูล ลักษณะของการแสวงหาสารสนเทศ และลักษณะของผู้ใช้ **บทที่ 7** ยุคของ Google เป็นพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศดิจิทัลของบุคคลในวัยหนุ่มสาวซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อบทบาทของผู้จัดเตรียมสารสนเทศและการให้บริการสารสนเทศ ทักษะการประเมินสารสนเทศ เว็บสังคม การใช้ห้องสมุด และการอภิปรายเกี่ยวกับการรู้สารสนเทศและนโยบายการรู้สารสนเทศที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของบุคคลในยุคนี้ **บทที่ 8** แนวโน้มและอนาคตในการบริโภคสารสนเทศดิจิทัล กล่าวถึงสังคมของผู้บริโภคดิจิทัลที่กำลังเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านการสื่อสารและสื่อต่างๆ ผู้บริโภคและผู้ผลิตสารสนเทศเป็นบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารใหม่ๆ กำลังเปลี่ยนแปลงวิธีการในการแสวงหาสารสนเทศ การเข้าถึงสารสนเทศเพื่อความบันเทิง และการดำเนินชีวิตของประชาชน และ **บทที่ 9** เป็นการเสนอแนะหลักการหรือแนวคิดสำคัญ 6 ประการที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพสารสนเทศที่จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานในอนาคต

จากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อวิชาชีพสารสนเทศ นักวิชาชีพสารสนเทศที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการจัดเตรียมและให้บริการสารสนเทศจำเป็นต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคดิจิทัลว่าต้องการอะไรและมีพฤติกรรมอย่างไร เพราะจะช่วยให้การทำงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การเผยแพร่ และการบริการสารสนเทศมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น หนังสือ *Digital Consumers: Reshaping the Information Professions* เป็นสิ่งพิมพ์ที่รวบรวมความรู้เกี่ยวกับผู้บริโภคดิจิทัลที่เหมาะสมสำหรับนักวิชาการ นักวิจัย และนักวิชาชีพสารสนเทศที่จะนำไปใช้ศึกษา วิจัย หรือประยุกต์ใช้ได้เป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

- Fourie, Ina. (2008). Review of: Nicholas, David and Rowlands, Ian. (Editors.) Digital consumers: Reshaping the information professions. London: Facet Publishing, 2008. **Webology**, 5(4). Retrieved from <http://www.webology.org/2008/v5n4/bookreview17.html>
- Parry, Frank. (2009). Book Review: Digital consumers: Reshaping the information professions. **Online Information Review**, 33(2), 386-387.
- Rafiq, Muhammad. (2009). New and Reviews: Digital consumers: Reshaping the information professions. **Ariadne**, 60. Retrieved from <http://www.ariadne.ac.uk/issue60/rafiq-rvw/>
- Wilson, T. D. (2008). Review of: Nicholas, David and Rowlands, Ian. (Eds.) Digital consumers: Reshaping the information professions. London: Facet Publishing, 2008. **Information Research**, 13(3). Retrieved from <http://informationr.net/ir/reviews/revs316.html>

