

ỨNG DỤNG TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI TẠI THƯ VIỆN TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN – ĐẠI HỌC QUỐC GIA THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

ThS Nguyễn Văn Hiệp

Khoa Thư viện-Thông tin học, Trường Đại học KHXH&NV, ĐHQG HCM

CN Giang Quốc Dũng

Trung tâm TT -TV, Trường Đại học Công nghệ Đồng Nai

Tóm tắt: Tại Việt Nam, việc ứng dụng các phương tiện truyền thông xã hội ngày càng thu hút sự quan tâm của các thư viện, đặc biệt là các thư viện đại học. Bài viết trình bày các khái niệm cơ bản về truyền thông xã hội và việc ứng dụng truyền thông xã hội vào hoạt động của Thư viện Trường Đại học KHXH&NV- ĐHQG HCM, qua phương tiện truyền thông - Facebook của Thư viện, kết hợp việc khảo sát 114 người sử dụng Thư viện, đồng thời, phân tích đặc điểm phương tiện truyền thông xã hội của Thư viện, mức độ tiếp cận và khai thác của người sử dụng. Qua đó, đề xuất một số biện pháp nhằm gia tăng hiệu quả ứng dụng phương tiện truyền thông xã hội vào các hoạt động của Thư viện.

Từ khóa: Truyền thông xã hội; phương tiện truyền thông xã hội; marketing.

SOCIAL MEDIA APPLICATION AT THE LIBRARY OF THE UNIVERSITY OF SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES – VIETNAM NATIONAL UNIVERSITY, HO CHI MINH CITY

Abstract: In Vietnam, the application of social media tools is increasingly attracting the attention of libraries, especially academic libraries. The article presents the basic concepts of social media and the application of social media in the activities of the Library of the University of Social Sciences and Humanities - Vietnam National University, Ho Chi Minh City through social media tools - Facebook, combined with a survey of 114 library users together with analyzing the characteristics of the Library's social media, the level of access and exploitation by users. Thereby, we propose some suggestions to increase the effectiveness of social media application in Library activities.

Keywords: Social media; social media tools; marketing.

MỞ ĐẦU

Sự xuất hiện và phát triển mạnh mẽ của World Wide Web cũng như các tiện ích trên nền web đã kéo theo những thay đổi to lớn về mọi mặt của xã hội. Sự ra đời của công nghệ Web 2.0, đã tác động đặc biệt sâu sắc đến hoạt động của các công ty, tổ chức, doanh nghiệp; bao gồm các hoạt động liên quan đến nghiên cứu thị trường, tương tác với khách hàng, tiếp thị và phát triển dịch vụ trực tuyến,... Trong bối cảnh đó, truyền thông xã hội (TTXH) hay “social media”, một công cụ truyền thông tương tác mạnh mẽ, đã mang lại nhiều lợi thế cạnh tranh và cơ hội tăng hiệu quả công việc cho các công ty, tổ chức, doanh nghiệp và cá nhân sử dụng chúng.

Cho đến nay, trên thế giới có hàng trăm loại công cụ TTXH với hàng tỷ người truy cập và sử dụng hàng ngày với mục đích chia sẻ, tiếp nhận thông tin. Các hình thức TTXH chính thường được sử dụng là Facebook, Tiktok, Myspace, WordPress, Youtube, Flickr, Instagram, Twitter,

Hi5, Blogspot,... Trong số đó, Facebook và Myspace là những trang web thành công nhất với hàng tỷ tài khoản người dùng [1]. Với những ưu điểm vượt trội, mạng xã hội đã thu hút được nhiều sự quan tâm của các doanh nghiệp, tổ chức và được sử dụng rộng rãi với mục đích nghiên cứu nhu cầu của khách hàng, xây dựng chiến lược tiếp thị và quảng bá sản phẩm, dịch vụ. Sự phát triển của mạng xã hội đã dẫn đến ắt các phương tiện thông tin đại chúng.

Mặc dù có thể dễ dàng nhận ra tầm quan trọng của việc sử dụng TTXH để quảng bá và giới thiệu sản phẩm và dịch vụ thư viện, nhưng câu hỏi đặt ra là làm thế nào để các thư viện đại học ở Việt Nam có thể tận dụng tốt nhất các công cụ hữu ích này? làm thế nào để mở rộng hơn nữa hình ảnh của thư viện thông qua phương tiện TTXH? Nội dung nào nên được đăng để phục vụ người dùng của họ? Đó là nội dung chính mà bài viết muốn truyền tải, từ thực tiễn ứng dụng TTXH tại trường hợp cụ thể

là Thư viện Trường Đại học KHXH&NV- ĐHQG HCM, từ đó đưa ra các khuyến nghị về việc đưa các phương tiện TTXH vào hoạt động của thư viện đại học nói chung.

1. TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI VÀ VAI TRÒ CỦA TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI TRONG HOẠT ĐỘNG THƯ VIỆN ĐẠI HỌC

Kỷ nguyên của mạng xã hội có lẽ bắt đầu từ những năm 1960, khi Bruce và Susan Abelson thành lập “Open Diary”, một trang mạng xã hội đầu tiên quy tụ những người viết nhật ký trực tuyến vào một cộng đồng. Thuật ngữ “weblog” lần đầu tiên được sử dụng cùng thời điểm đó. Một năm sau, “weblog” bị cắt bớt thành “blog”, một người viết nhật ký đưa cột chuyển danh từ “weblog” thành câu “we blog”. Năm 1979, Tom Truscott và Jim Ellis từ Đại học Duke đã tạo ra Usenet, một hệ thống thảo luận toàn cầu, cho phép người dùng internet đăng các đoạn thông điệp một cách công khai. Sự sẵn có ngày càng tăng của truy cập internet tốc độ cao càng làm tăng thêm sự phổ biến của khái niệm này, dẫn đến việc tạo ra các trang mạng xã hội như MySpace (năm 2003) và Facebook (năm 2004). Chính điều này đã đặt ra thuật ngữ “Truyền thông xã hội” và góp phần tạo nên sự nổi bật của nó như ngày nay [Andreas M. Kaplan, Michael Haenlein].

TTXH là một thuật ngữ rộng được sử dụng để chỉ các công cụ được sử dụng cho một loại hình giao tiếp mới, bao gồm nhiều dịch vụ và cách tương tác khác nhau. Theo Kaplan và Haenlein (2010), TTXH là “một nhóm các ứng dụng dựa trên internet được xây dựng trên nền tảng tư tưởng và công nghệ của Web 2.0, cho phép tạo và trao đổi nội dung do người dùng tạo ra” [Andreas M. Kaplan, Michael

Haenlein]. Và một định nghĩa khác, mạng xã hội “là các công cụ qua trung gian máy tính cho phép một người hoặc một nhóm người tạo ra, chia sẻ hoặc trao đổi thông tin, sở thích nghề nghiệp, ý tưởng và hình ảnh/video trong cộng đồng và mạng ảo” [Statistics French, 10/2021].

TTXH có nhiều hình thức khác nhau bao gồm blog, mạng lưới kinh doanh, mạng xã hội doanh nghiệp, diễn đàn, chia sẻ ảnh, đánh giá sản phẩm/dịch vụ, đánh dấu trang xã hội, trò chơi xã hội, mạng xã hội, chia sẻ video và thế giới ảo [Statistics French, 10 2021].

1.1. Đặc điểm của truyền thông xã hội

Mỗi hình thức TTXH đều có ưu điểm, nhược điểm, cộng đồng người dùng và cách thức tương tác riêng. Tuy nhiên, nếu xem xét một cách tổng thể, TTXH có một số đặc điểm chung [Statistics French, 10 2021]:

- 1) TTXH là các ứng dụng dựa trên internet web 2.0;
 - 2) Nội dung do người dùng tạo ra là huyết mạch trong cấu trúc TTXH;
 - 3) Người dùng tạo hồ sơ dịch vụ cụ thể cho trang web hoặc ứng dụng do tổ chức TTXH thiết kế và duy trì;
 - 4) Phương tiện TTXH tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của mạng xã hội trực tuyến bằng cách kết nối hồ sơ của người dùng với hồ sơ của các cá nhân và/hoặc nhóm người khác.
- Dựa vào đặc điểm thứ tư ở trên, có thể nhận biết các mạng xã hội phổ biến nhất. Dưới đây (xem Bảng 1) là danh sách các mạng xã hội hàng đầu dựa trên số lượng tài khoản người dùng đang hoạt động tính đến tháng 1 năm 2022 [Statistics French, 10 2021]:

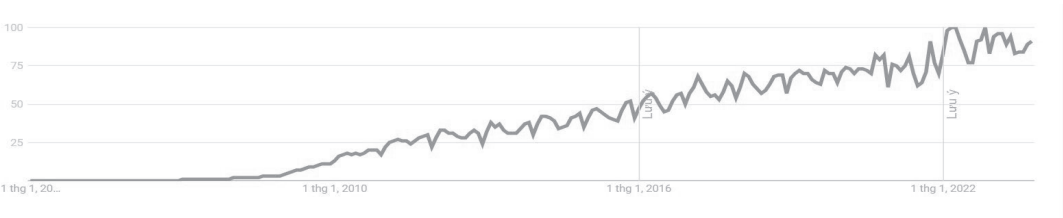
Bảng 1. Danh sách các mạng xã hội phổ biến hiện nay

STT	Mạng xã hội	Số lượng người dùng (triệu người)	Quốc gia
1	Facebook	2,910	Mỹ
2	Youtube	2,562	Mỹ
3	WhatsApp	2,000	Mỹ
4	Instagram	1,478	Mỹ
5	WeChat	1,263	Trung Quốc
6	TikTok	1,000	Trung Quốc
7	Facebook Messenger	988	Mỹ
8	Douyin	600	Trung Quốc

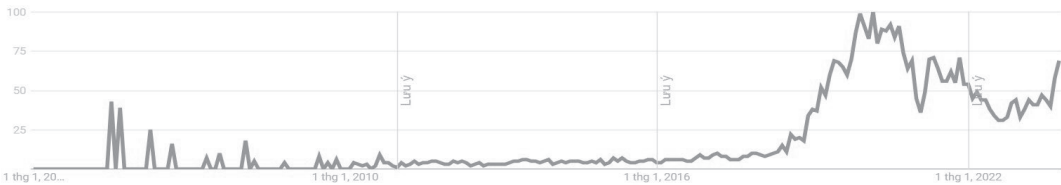
Ngoài ra, một lợi thế đáng chú ý nữa của TTXH là chi phí tạo và quản lý tương đối nhỏ. Hầu hết người dùng mạng xã hội đều được phép đăng ký sử dụng miễn phí, dễ dàng và nhanh chóng.

1.2. Mức độ phổ biến của truyền thông xã hội trên thế giới và ở Việt Nam

Sự quan tâm và nghiên cứu về TTXH đang gia tăng nhanh chóng trên toàn thế giới và ở Việt Nam. Công cụ phân tích xu hướng tìm kiếm của Google cho thấy từ khóa “Social media” ngày càng được sử dụng nhiều hơn trong việc tìm kiếm thông tin trên internet (xem Biểu đồ 1).



a)



b)

Biểu đồ 1. Xu hướng tìm kiếm cụm từ “Social media” trên Google Trends:
a) trên toàn thế giới; b) ở Việt Nam [2]

Theo số liệu do Internet World Stats công bố [Miniwatts Marketing Group, 2023], năm 2021, Việt Nam nằm trong top 20 quốc gia có số lượng người dùng internet nhiều nhất thế giới, đứng thứ 14 với số người truy cập internet đạt 68,541,344 (xem Bảng 2).

Bảng 2. Top 20 quốc gia có số lượng người dùng internet cao nhất [Miniwatts Marketing Group]

TOP 20 COUNTEIES WITH HIGHEST NUMBER OF INTERNET USERS - 2021 Q1						
	Country or Region	Internet Users 2021 Q1	Internet Users 2020 Q4	Population, 2021Est/	Population, 2000 Est.	Internet Growth 2000-2021
1	China	854,000,000	22,500,000	1,439,062,022	1,283,198,970	3,796%
2	India	560,000,000	5,000,000	1,368,737,513	1,053,050,912	11,200%
3	United States	313,322,868	95,354,000	331,002,651	281,982,778	328%
4	Indonesia	171,260,000	2,000,000	273,523,615	211,540,429	8,560%
5	Brazil	149,057,635	5,000,000	212,392,717	175,287,587	2,980%
6	Nigeria	126,078,999	200,000	206,139,589	123,486,615	63,000%

TOP 20 COUNTEIES WITH HIGHEST NUMBER OF INTERNET USERS - 2021 Q1						
	Country or Region	Internet Users 2021 Q1	Internet Users 2020 Q4	Population, 2021Est/	Population, 2000 Est.	Internet Growth 2000-2021
7	Japan	118,626,672	47,080,000	126,854,745	127,533,934	252%
8	Russia	116,353,942	3,100,000	145,934,462	146,396,514	3,751%
9	Bangladesh	94,199,000	100,000	164,689,383	131,581,243	94,199%
10	Mexico	88,000,000	2,712,400	132,328,035	2,712,400	3,144%
11	Germany	79,127,551	24,000,000	132,328,035	81,487,757	3,950%
12	Philippine	79,000,000	2,000,000	83,783,942	77,991,569	3,455%
13	Turkey	69,107,183	2,000,000	109,581,078	63,240,121	34,250%
14	Vietnam	68,544,106	200,000	84,339,067	200,000	413%
15	United Kingdom	63,544,106	15,400,000	68,886,011	58,950,848	27,040%
16	Iran	67,602,731	250,000	83,992,949	66,131,854	710%
17	France	60,421,689	8,500,000	65,273,511	5,608,201	2,478%
18	Thailand	57,000,000	2,300,000	69,799,978	62,958,021	415%
19	Italy	54,798,299	13,200,000	60,461,826	57,293,721	10,940%
20	Egypt	49,231,493	450,000	102,334,404	69,905,988	1,289%
TOP 20 Countries		3,241,273,512	251,346,400	5,233,377,837	4,312,497,691	1,289%
Rest of the World		1,332,876,622	109,639,092	2,563,237,873	1,832,509,298	1,216%
Total World		4,574,150,134	360,985,492	7,796,615,710	6,145,006,989	1,267%

Và theo số liệu của nhóm nghiên cứu “We Are Social” [Special report digital 2023], tính đến tháng 1 năm 2023, số liệu thống kê liên quan đến việc

sử dụng internet và mạng xã hội trên thế giới và ở Việt Nam như sau (xem Bảng 3):

Bảng 3. Số lượng người sử dụng internet và TTXH trên thế giới và ở Việt Nam

	Trên thế giới		Ở Việt Nam	
	Số lượng (tỷ)	Phần trăm dân số toàn cầu	Số lượng (triệu)	Phần trăm dân số Việt Nam
Người sử dụng internet	5.16	64.4%	77.93	79.1%
Người sử dụng TTXH	4.76	59.4%	70	71%

1.3. Vai trò của truyền thông xã hội đối với thư viện trường đại học

Một cuộc điều tra do Tập đoàn Taylor & Francis thực hiện vào năm 2014 về việc sử dụng mạng xã

hội trong các thư viện trên toàn thế giới cho thấy, 90% thư viện được khảo sát có tài khoản TTXH. Trong đó, khoảng 61% thư viện đã sử dụng TTXH từ 3 năm trở lên, 37% thư viện có 1 đến 2 tài khoản

TTXH, 31% thư viện có từ 3 đến 4 tài khoản và 22% thư viện có trên 4 tài khoản [Taylor & Francis Group].

Trong những năm gần đây, các thư viện trường đại học đã tích cực sử dụng phương tiện TTXH để tăng cường khả năng tiếp cận cho người dùng. Trong nhiều thư viện đại học, có thể dễ dàng thấy nhiều bộ sưu tập mã QR, tài khoản Facebook, nhật ký trực tuyến, ảnh Flickr hoặc video trên Youtube do sinh viên, giảng viên hoặc nhân viên hành chính tạo ra hoặc thiết lập. Các thư viện đại học đã tận dụng khả năng giao tiếp và tương tác cộng đồng của TTXH để tăng hiệu quả hoạt động và lợi thế cạnh tranh trong thời đại xã hội thông tin.

TTXH hiện đang cung cấp nhiều công cụ hỗ trợ các thư viện đại học trong việc phổ biến sự hiện diện của mình tới nhiều người dùng, quảng bá thư viện cũng như cung cấp chi tiết thông tin liên hệ tới người dùng. Phương tiện TTXH còn giúp các thư viện giới thiệu sản phẩm, dịch vụ, cơ sở vật chất của mình tới người dùng, tạo ra các dịch vụ mới, triển khai các chương trình kiến thức thông tin, nghiên cứu nhu cầu và thói quen của người dùng, tiếp nhận phản hồi, đề xuất. Bên cạnh tất cả những lợi ích này, TTXH còn là công cụ giao tiếp mạnh mẽ để các thư viện truyền tải thông báo, tin tức và sự kiện.

Mỗi hình thức TTXH khác nhau có những vai trò khác nhau và mang lại những lợi ích tiềm năng khác nhau. Một số hình thức TTXH phổ biến thường được sử dụng trong các thư viện trường đại học, đó là:

- **Blog:** Viết blog có hai vai trò chính. Đầu tiên, nó có thể đảm nhận tốt vai trò của bảng thông báo và bản tin thư viện truyền thống. Thứ hai, nó có thể được các thủ thư sử dụng để giao tiếp với người sử dụng của họ, làm sâu sắc thêm mối quan hệ giữa các thủ thư và người dùng, đồng thời cá nhân hóa “thư viện” theo hướng thúc đẩy tăng cường sử dụng thư viện, đặc biệt là ở sinh viên đại học [Fiander, David J. 2012]. Đối với các thư viện đại học, blog nên được xem chủ yếu như một phương tiện phục vụ người sử dụng. Nó cũng nên được sử dụng để quảng bá chéo: để chia sẻ liên kết đến các mục tin tức mới nhất được đăng trên trang chủ của thư viện và tới các bài đăng blog mới của thủ thư.

- **Microblogging:** Microblogging là thuật ngữ chung cho khái niệm đăng các cập nhật trạng thái rất ngắn được phổ biến bởi các dịch vụ như Tumble hoặc Twitter,... Microblogging cũng hữu ích trong việc theo dõi những gì người sử dụng nói về thư viện. Thủ thư có thể tiếp nhận phản hồi của người dùng và trả lời trực tiếp cho người dùng ngay khi có khiếu nại [Fiander, David J. 2012].

- **Chia sẻ video:** Một trang chia sẻ video sẽ không tạo ra cùng một loại cộng đồng xã hội có thể hình thành trên Facebook, cũng như không phải là một kênh liên lạc tích cực như Twitter,

nhưng việc tạo một tài khoản trên một trang chia sẻ video và sử dụng nó để lưu trữ các video hướng dẫn sẽ tạo ra nhiều điều thú vị hơn. Việc thư viện đại học nhúng video vào trang web của riêng mình sẽ đơn giản hơn, giảm bớt sự phức tạp của việc lưu trữ video và đảm bảo video đó tương thích với tất cả các trình duyệt và hệ điều hành khác nhau, đồng thời cung cấp cho người sử dụng một diễn đàn để thảo luận về nội dung của video [Fiander, David J. 2012]. Nội dung các video tải lên thường là giới thiệu về thư viện, hướng dẫn sử dụng các tài nguyên và dịch vụ, hướng dẫn tìm kiếm,...

- **Mạng xã hội:** Nếu được sử dụng hợp lý, mạng xã hội như Facebook và Twitter có thể mang lại nhiều lợi ích cho thư viện đại học. Mạng xã hội không chỉ đảm nhiệm hoàn toàn vai trò của tiểu blog mà còn được sử dụng cho các hoạt động khác. Bằng cách tạo một trang chính thức trên mạng xã hội, các thư viện đại học sẽ có thêm một kênh để phổ biến, quảng bá sự hiện diện của mình, giới thiệu sản phẩm và dịch vụ của thư viện. Trang kết nối thư viện nhanh chóng được lan truyền từ người dùng thư viện này sang người dùng thư viện khác, cho phép chia sẻ và nhận thông tin nhanh chóng. Mạng xã hội cũng có thể giúp thư viện trường đại học rất nhiều trong việc kết nối với những thư viện khác. Nhiều thư viện đại học sử dụng mạng xã hội làm công cụ cho chiến lược tiếp thị của mình.

2. THỰC TRẠNG ỨNG DỤNG TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI TẠI THƯ VIỆN TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN, ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI

Để thu thập dữ liệu nghiên cứu, nhóm tác giả đã thực hiện khảo sát ứng dụng TTXH đang được sử dụng tại Thư viện Trường Đại học KHXH&NV (TV ĐH KHXH&NV), cụ thể là trang Facebook của Thư viện, để xem xét về cấu trúc thành phần, mức độ phổ biến, mức độ tương tác của phương tiện TTXH đến hoạt động của Thư viện.

Hiện nay, TV ĐH KHXH&NV đang ứng dụng Facebook vào hoạt động của thư viện, nhằm mục đích: thông báo đến NSD những hoạt động của thư viện; giới thiệu về nguồn lực thông tin và các sản phẩm/dịch vụ (SPDV) của thư viện; cung cấp thông tin về các hoạt động, sự kiện sắp tới hoặc đã diễn ra tại thư viện; quảng bá hình ảnh của thư viện tới NSD; thông báo về các chính sách, các quy định, nội quy của thư viện; tạo kênh tương tác giữa NSD với thư viện nhằm tạo sự kết nối chặt chẽ hơn giữa NSD với thư viện.

Thư viện đã tạo tài khoản (fanpage) trên Facebook từ 24/02/2011. Tính đến tháng 3/2024, fanpage của thư viện trường đã thu hút trên 2.400 người theo dõi và 2.100 người thích. Cấu trúc fanpage của thư viện trường trên Facebook bao gồm:

“Tuồng” (wall) là nơi hiển thị những thông tin được thư viện hoặc bạn bè trên facebook cập nhật theo thời gian thực. Các nội dung được đăng tải

trên fanpage của thư viện bao gồm: các hoạt động của thư viện như: ngày hội thư viện, cuộc thi sách cùng bạn đọc, thư viện đồng hành cùng sinh viên; giới thiệu về nguồn lực thông tin và các SPDV của thư viện; hướng dẫn sử dụng các SPDV TT-TV; tư vấn, hướng dẫn và hỗ trợ người dùng trực tuyến; thông tin, hình ảnh về các sự kiện sắp tới hoặc đã diễn ra; giới thiệu về thư viện trường; thông báo các thông tin liên quan tới nội quy thư viện, thời gian phục vụ, chính sách mượn trả,... Trong đó, thông tin về các hoạt động của thư viện được cập nhật thường xuyên nhất trên trang Facebook và chủ yếu được đăng tải trên “tường”.

“Giới thiệu” là trang giới thiệu thông tin cơ bản về thư viện trường, bao gồm: địa chỉ thư viện, địa chỉ website thư viện, điện thoại liên lạc và các liên kết với fanpage của các thư viện khác.

“Ảnh” (photos) là trang tập hợp các hình ảnh trên fanpage của thư viện. Khi truy cập vào mục này, NSD có thể xem được tất cả các hình ảnh mà thư viện đã đăng tải trước đây. NSD có thể theo dõi hình ảnh qua từng chủ đề của album hoặc xem tất cả các hình ảnh về các hoạt động của thư viện, sự kiện, thông báo các chính sách mới của thư viện.

“Video” là trang tập hợp các video trên trang Facebook của thư viện. Khi truy cập vào mục này NSD có thể xem được tất cả các video mà thư viện đã đăng tải về một số nội dung như giới thiệu cách tổ chức, sắp xếp sách trong kho sách thư viện giúp NSD dễ dàng tìm kiếm tài liệu; giới thiệu về một số hoạt động của thư viện.

Mục “Sự kiện” là trang liên kết tới các sự kiện liên quan đến hoạt động của thư viện trường và các

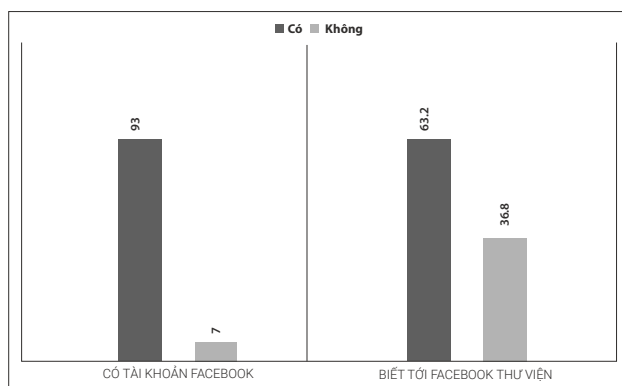
hoạt động của các thư viện trường khác, bao gồm các sự kiện đã diễn ra và các sự kiện sẽ diễn ra trong thời gian sắp tới.

“Bài viết” là trang tập hợp tất cả các bài viết về các hoạt động, thông báo, tin tức, sự kiện,... được đăng tải trên dòng thời gian từ trước tới nay.

“Cộng đồng” là trang giới thiệu số lượng lượt thích, số lượt người dùng theo dõi trang fanpage của thư viện trường. Phần này giúp NSD có thể nhìn thấy các tài khoản đang theo dõi trang fanpage của thư viện trường.

Hiện nay, thư viện đã ứng dụng một số tính năng của Facebook như chia sẻ hình ảnh, liên kết (links), sự kiện (events), ghi chú (note), video, tin nhắn. Các tin tức, sự kiện, các thông báo về hoạt động, chính sách mới được thư viện cập nhật một cách nhanh chóng, kịp thời tới NSD. Trung bình các bài viết thu hút khoảng 400-500 lượt xem, số lượng lượt tương tác giữa NSD với thư viện chưa cao. Thư viện trường sử dụng tính năng tin nhắn để trả lời những thắc mắc của NSD.

Nhóm tác giả đã tiến hành khảo sát thông qua bảng hỏi. Nội dung khảo sát bao gồm: mức độ truy cập trang Facebook của thư viện trường; mục đích truy cập và mức độ đáp ứng khi người sử dụng (NSD) truy cập trang Facebook của Thư viện; những nội dung trên trang Facebook được NSD quan tâm; mức độ tương tác của NSD thông qua trang Facebook của Thư viện; đánh giá của NSD về trang Facebook của Thư viện với 114 phản hồi từ NSD. Qua đó nhóm nghiên cứu thu được các kết quả sau:



Biểu đồ 2. *Mức độ truy cập Facebook của Thư viện*

2.1. Mức độ tiếp cận của người sử dụng đối với kênh truyền thông xã hội của thư viện trường ĐH KHXH&NV

Kết quả khảo sát cho thấy, tỷ lệ NSD là sinh viên có tài khoản facebook chiếm đến (93%), có đến (48.2%) NSD truy cập Facebook rất thường xuyên và có đến (63.2%) NSD biết đến trang Facebook của thư viện. Tuy nhiên, chỉ có

(84.2%) NSD truy cập Facebook của thư viện, trong đó có (3.5%) truy cập Facebook của thư viện hàng ngày, (13.2%) truy cập hàng tuần, (28.9%) truy cập hàng tháng và có đến (38.6%) NSD rất ít khi truy cập Facebook của thư viện. Tỷ lệ NSD chưa bao giờ truy cập vào trang Facebook của thư viện chiếm (15.8%).

Bảng 4. Tỷ lệ người NSD truy cập vào trang Facebook của Thư viện Trường

Người sử dụng truy cập vào trang Facebook của Thư viện Trường	Số lượng	Tỷ lệ
Rất thường xuyên	4	3,5%
Thường xuyên	15	13,2%
Thỉnh thoảng	34	28,9%
Không thường xuyên	44	38,6%
Không bao giờ	18	15,8%

2.2. Mục đích truy cập và mức độ đáp ứng khi người sử dụng truy cập vào trang Facebook của thư viện trường

Khi truy cập vào trang Facebook của thư viện, NSD có các mục đích khác nhau. NSD truy cập vào trang Facebook với mục đích chủ yếu là tìm hiểu nguồn tài nguyên thông tin và SPDV của thư

viện (chiếm 54.4%); xem hướng dẫn sử dụng thư viện và SPDV (chiếm 39.5%); tìm hiểu các thông tin về thư viện (chiếm 50%); gửi phản hồi (chiếm 24.6%); chia sẻ thông tin (chiếm 17.5%). NSD đánh giá Facebook của thư viện trường đáp ứng phần lớn các mục đích nói trên ở mức bình thường.

Bảng 5. Mục đích truy cập vào trang Facebook của Thư viện Trường

Mục đích truy cập	Số lượng	Tỷ lệ
Tìm hiểu nguồn tài nguyên thông tin và sản phẩm dịch vụ của thư viện	62	54,4%
Xem hướng dẫn sử dụng thư viện và SPDV	45	39,5%
Tìm hiểu thông tin của thư viện	57	50%
Gửi phản hồi	28	24,6%
Giao lưu kết bạn, gia nhập hội, nhóm	26	22,8%
Chia sẻ thông tin	20	17,5%
Tương tác với cán bộ thư viện	18	15,8%
Góp ý cho thư viện	14	12,3%
Khác	7	6,3%

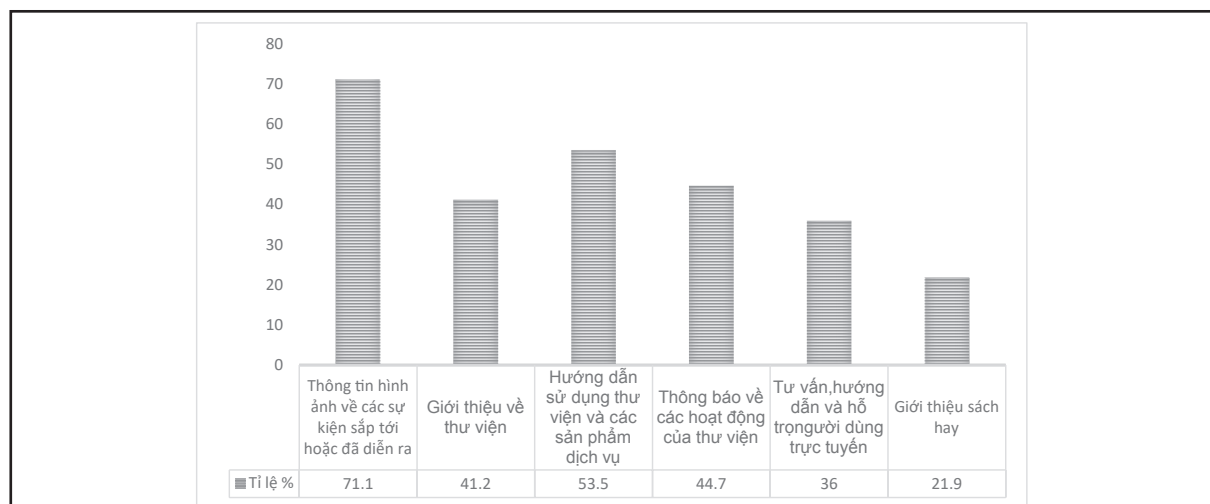
Bảng 6. Mức độ đáp ứng khi NSD truy cập vào trang Facebook của Thư viện Trường

Mức độ đáp ứng mục đích truy cập	Rất không tốt	Không tốt	Bình thường	Tốt	Rất tốt
Tìm hiểu nguồn tài nguyên thông tin và sản phẩm của thư viện	2	16	57	28	11
Xem hướng dẫn sử dụng thư viện và SPDV	2	7	68	27	10
Tìm hiểu thông tin của thư viện	2	6	62	37	7
Gửi phản hồi	2	12	69	23	8
Giao lưu kết bạn, gia nhập hội, nhóm	4	16	64	23	7
Chia sẻ thông tin	3	10	68	29	4
Tương tác với cán bộ thư viện	6	8	62	33	5
Góp ý cho thư viện	6	14	64	24	6
Khác	9	5	77	17	6

2.3. Những nội dung trên trang Facebook của Thư viện được người sử dụng quan tâm

Nội dung được NSD quan tâm nhiều nhất là thông tin, hình ảnh về các sự kiện sắp hoặc đã diễn ra (chiếm 71.1%), tiếp đến là nội dung liên quan đến các hướng dẫn sử dụng SPDV (chiếm

53.5%); thông báo tin tức về hoạt động của thư viện (chiếm 44.7%); tư vấn, hướng dẫn và hỗ trợ người dùng trực tuyến (chiếm 36%); giới thiệu sách hay (chiếm 21.9%) và các nội dung giới thiệu về thư viện (chiếm 41.2%).

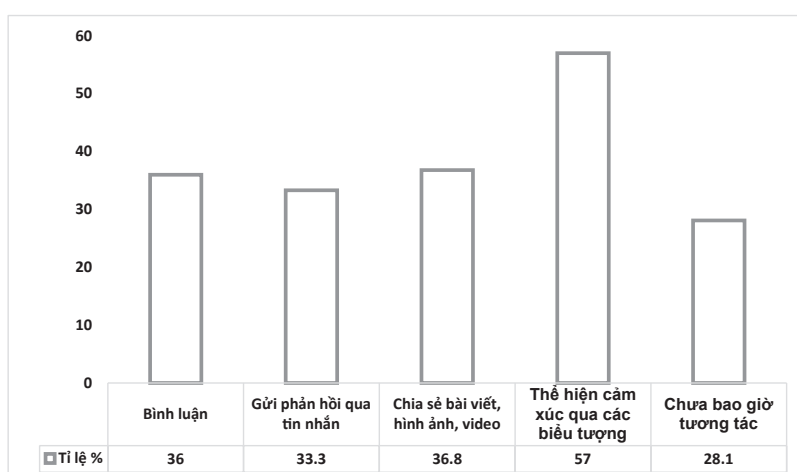


Biểu đồ 3. Nội dung được NSD quan tâm trên trang Facebook của Thư viện

2.4. Mức độ tương tác của người sử dụng thông qua trang Facebook của thư viện Trường

Kết quả khảo sát cho thấy, có (57%) NSD tương tác trên trang Facebook với nhiều cách thức như thể hiện sự tương tác qua các biểu tượng cảm xúc như như thích, bất ngờ, phẫn nộ; chia sẻ bài

viết, hình ảnh và video trên trang Facebook của thư viện trường (chiếm 36,8%); tham gia bình luận các bài viết trên trang Facebook (chiếm 36%); gửi phản hồi qua tin nhắn trên trang Facebook (chiếm 33.3%), những NSD chưa bao giờ tương tác trên trang Facebook (chiếm 28.1%).

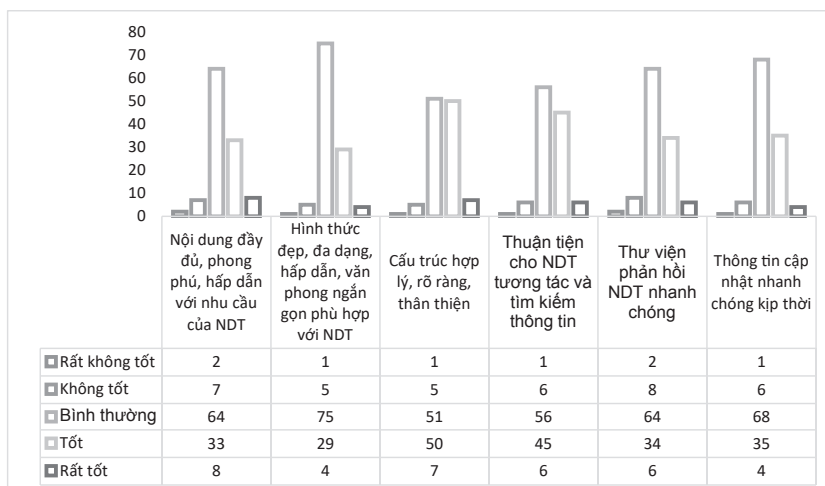


Biểu đồ 4. Mức độ tương tác của NSD thông qua trang Facebook của Thư viện

2.5. Đánh giá của người sử dụng trang Facebook của Thư viện

Nhìn chung, NSD đánh giá trang Facebook của

thư viện trường ở mức bình thường về nội dung, hình thức cũng như cách phản hồi cập nhật thông tin trên trang Facebook của thư viện trường.



Biểu đồ 5. Đánh giá của NSD về trang Facebook của Thư viện

3. PHÂN TÍCH SWOT VỀ PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI CỦA THƯ VIỆN TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHXH&NV, ĐẠI HỌC QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

Điểm mạnh (Strengths)

- Thư viện đã ứng dụng Facebook vào một số hoạt động như thông báo các tin tức sự kiện, hoạt động của thư viện, giới thiệu một số SPDV; tư vấn, hướng dẫn và hỗ trợ NSD trực tuyến.

- Thư viện có đầy đủ điều kiện về trang thiết bị và nhân lực có trình độ để có thể ứng dụng các phương tiện TTXH.

- Nguồn lực thông tin của Thư viện phong phú bao gồm nhiều lĩnh vực khác nhau, đáp ứng nhu cầu học tập và nghiên cứu của NSD. Thư viện có số lượng sản phẩm lớn, đa dạng về nội dung như các cơ sở dữ liệu sách, luận văn, đề tài nghiên cứu khoa học,... phù hợp với nhu cầu của NSD và đa số được sử dụng miễn phí. Đây là một yếu tố quan trọng giúp thư viện tạo dựng được các nội dung hấp dẫn, hữu ích trên TTXH.

Điểm yếu (Weaknesses)

Nhiều NSD chưa biết và quan tâm đến trang Facebook của Thư viện. Các nội dung được đăng tải trên facebook chưa hấp dẫn để thu hút được sự quan tâm của NSD. Các nội dung đáp ứng ở mức độ trung bình về nhu cầu của NSD. Bên cạnh đó khả năng tạo nội dung và hình thức để có thể thu hút được sự quan tâm và tương tác của NSD còn hạn chế.

Cơ hội (Opportunities)

Số lượng NSD có thiết bị truy cập vào các kênh TTXH và nhu cầu sử dụng TTXH ngày càng tăng.

Thách thức (Threats)

- Sự thay đổi chính sách của các phương tiện TTXH gây trở ngại đối với thư viện.

- Sự xuất hiện ngày càng nhiều các phương tiện TTXH với nhiều tính năng mới đòi hỏi thư viện phải kịp thời nắm bắt được sự thay đổi về nhu cầu sử

dụng TTXH của NSD. Bên cạnh đó, yêu cầu về kiến thức và kỹ năng đối với người làm thư viện ngày càng cao để có thể ứng dụng hiệu quả TTXH cũng là một thách thức lớn.

Nhìn chung, theo đánh giá của nhóm tác giả, hiệu quả ứng dụng TTXH trong hoạt động của TV ĐH KHXH&NV chưa thật sự cao, chưa đáp ứng được nhu cầu của NSD. Để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của NSD, TV ĐH KHXH&NV cần có các giải pháp nâng cao hiệu quả ứng dụng TTXH trong hoạt động TT-TV.

4. KHUYẾN NGHỊ

Dựa trên kết quả khảo sát hiện trạng ứng dụng TTXH và điều kiện thực tế của TV ĐH KHXH&NV, nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp nâng cao hiệu quả ứng dụng TTXH.

Tăng số lượng NSD biết đến trang Facebook của Thư viện

Để ngày càng có nhiều NSD biết và quan tâm đến trang Facebook của Thư viện, trước hết Thư viện cần tăng cường quảng bá trang Facebook thông qua nhiều phương thức như thông tin trong các buổi hướng dẫn trực tiếp về việc sử dụng thư viện, gửi email, dán các mã QR truy cập ở nhiều vị trí để thấy trong thư viện.

Ngoài các hình thức quảng bá trên, Thư viện cần mở rộng kết nối trên Facebook với nhiều NSD bằng nhiều cách như: tham gia các hội nhóm trên Facebook, gửi nhiều lời mời đến NSD hoặc tổ chức các cuộc thi khác nhau qua đó quảng bá trang Facebook của thư viện.

Tăng mức độ tương tác tích cực trên Facebook của Thư viện

Thư viện cần cải thiện hơn nữa các nội dung được đăng tải trên Facebook để thu hút sự quan tâm của NSD. Kết quả khảo sát cho thấy, NSD rất quan tâm đến các nội dung liên quan đến SPDV, nguồn tài nguyên thông tin của Thư viện. Tuy nhiên, NSD chưa đánh giá cao về mức độ đáp ứng của Thư viện.

Để nâng cao khả năng đáp ứng các nội dung nói trên cho NSD, Thư viện cần chú trọng hoàn thiện các nội dung như sau:

- Trong mục “Giới thiệu”, cần bổ sung địa chỉ và bản đồ hướng dẫn vị trí của Thư viện tại cơ sở ở Đình Tiên Hoàng và cơ sở Linh Trung-Thủ Đức.

- Giới thiệu các SPDV: Thư viện nên tập trung giới thiệu, phổ biến rộng rãi các SPDV của thư viện như các cơ sở dữ liệu, bộ sưu tập số, các thư mục chuyên đề, danh mục luận văn, luận án, danh mục đề tài nghiên cứu khoa học, tài liệu đa phương tiện, ấn phẩm thông tin, cung cấp thông tin theo yêu cầu,...

- Các tin tức, sự kiện: Thư viện có thể cung cấp các thông tin nổi bật, hữu ích trên các website tới NSD, tạo ra các diễn đàn thảo luận về những vấn đề đang được quan tâm, đưa ra các trò chơi như đặt ra các câu hỏi hàng tuần và có giải thưởng cho người đầu tiên nhận tin và trả lời đúng câu hỏi.

- Tạo lập chủ đề NSD quan tâm: tạo ra các chủ đề hấp dẫn, gần gũi, NSD có thể tham gia thảo luận, một số chủ đề như: văn hóa đọc ảnh hưởng đến tính cách như thế nào; thư viện có nên phục vụ miễn phí tất cả các SPDV,... Ngoài ra, Thư viện có thể tổng hợp các bài viết hay từ các nguồn khác nhau, các vấn đề được NSD quan tâm.

Nhằm tăng cường lượng truy cập vào website của thư viện, các banner đặt trên fanpage đều phải dẫn về website và ngược lại, gắn biểu tượng có liên kết từ website đến Facebook của Thư viện.

Hoàn thiện cách thức trình bày thông tin trên fanpage và video trên kênh

Cần tạo giao diện đẹp mắt, lời cuốn NSD, cụ thể như sau:

- Chọn hình ảnh đại diện dễ nhận diện: Thư viện cần thiết kế một hình ảnh đại diện để NSD có thể dễ dàng nhận diện và tìm kiếm như: logo, hình ảnh về tòa nhà của thư viện. Nên chọn hình ảnh làm ảnh đại diện có kích thước chuẩn, có độ sắc nét cao, khả năng hiển thị tốt để gây ấn tượng mạnh mẽ, sâu sắc tới NSD.

- Chọn một ảnh bìa hấp dẫn: Thư viện nên chọn một bức ảnh bìa hấp dẫn vì ảnh bìa là phần quan trọng ở màn hình hiển thị, vì vậy hình ảnh làm ảnh bìa phải có độ phân giải và chất lượng cao, hấp dẫn thu hút được NSD.

- Màu sắc: nên chọn màu sắc hài hòa, tạo cảm giác dễ chịu cho NSD khi truy cập vào fanpage thư viện, đảm bảo yếu tố về thẩm mỹ và các yêu cầu về phối màu, có thể áp dụng các cách phối màu theo nguyên tắc bánh xe màu sắc hoặc vòng tròn màu.

- Cấu trúc, giao diện: Thư viện cần đặt tên cho tất cả các album theo từng chủ đề khác nhau trong mục “Ảnh” để giúp NSD dễ dàng tìm kiếm. Tên album ảnh cần ngắn gọn, cô đọng, thể hiện được chủ đề của album và thời gian tổ chức.

KẾT LUẬN

TTXH đóng một vai trò rất quan trọng trong hoạt động các thư viện hiện nay, giúp thư viện dễ dàng tiếp cận với NSD, cung cấp thông tin nhanh và cập

nhật nhanh nhất. Tiếp thị qua các phương tiện TTXH đang là xu thế trong xã hội ngày nay, do đó, các thư viện cần tận dụng tối đa những lợi ích mà truyền thông xã hội mang lại và sử dụng chúng một cách có hiệu quả. Thư viện ĐH KHXH&NV đã biết cách ứng dụng TTXH vào một số hoạt động của thư viện, giúp thư viện thông báo các sự kiện, hoạt động tới NSD một cách nhanh chóng, kịp thời và tiện lợi cũng như tiếp cận được những ý kiến phản hồi của NSD, quảng bá hình ảnh của thư viện tới NSD một cách dễ dàng.

Tuy nhiên, để tận dụng hết mọi lợi ích mà TTXH mang lại, Thư viện cần xây dựng một kế hoạch sử dụng các công cụ truyền thông xã hội khoa học, với các mục tiêu cụ thể cần đạt được và phân công nhân sự chuyên trách vận hành. Thư viện ĐH KHXH&NV cần tăng mức độ tương tác trên các phương tiện TTXH, không ngừng hoàn thiện nội dung, hình thức trình bày; tăng cường cung cấp SPDV TT-TV cũng như cập nhật thông tin thường xuyên trên các phương tiện TTXH thư viện đang ứng dụng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Andreas M. Kaplan, Michael Haenlein (2010). “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media,” Business Horizons, vol. 53, no. 1, pp. 59-68, 2010.
2. B. Q. Trang (2008). “Chiến lược marketing của thư viện đại học Yale qua mạng xã hội Facebook”, Hoa Kỳ, 2008.
3. Fiander, David J. (2012). “Social Media for Academic Libraries,” FIMS Libraby and Information Science Publications, p. 27, 2012.
4. “Most popular social networks worldwide as of October 2021, ranked by number of active users,” Statistics French, 10 2021. [Online]. Available: <https://web.archive.org/web/20220129042041/https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>.
5. “Special report digital (2023). “We are social, 2023. [Online]. Available: <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/digital-2023/>. [Accessed 1 10 2023].
6. “Taylor & Francis Group (2014). “ Use of social media by the library: current practices and future opportunities, 2014. [Online]. Available: <http://www.tandf.co.uk/journals/access/white-paper-social-media-annexB-top-level-results.pdf>. [Accessed 1 10 2023].
7. “Top 20 countries with the highest number of internet users (2023). “ Miniwatts Marketing Group, 2023. [Online]. Available: Miniwatts Marketing Group, Top 20 countries with <http://www.internetworldstats.com/top20.htm>. [Accessed 01 10 2023].
8. “Xu hướng tìm kiếm cụm từ “social media” trên toàn thế giới và ở Việt Nam,” 1 1 2022. [Online]. Available: trends.google.com.vn/.

(Ngày Tòa soạn nhận được bài: 5-01-2024;
Ngày phản biện đánh giá: 15-4-2024;
Ngày chấp nhận đăng: 15-9-2024).