Truyền thông xã hội trong lưu trữ - Giải pháp hữu hiệu phát huy giá trị tài liệu lưu trữ trong thời đại số

Nguyễn Trung Đức[*]

Tóm tắt: *Trong các phương thức truyền thông, truyền thông xã hội (social media) đang ngày càng phát triển mạnh mẽ, tác động đến mọi mặt của đời sống xã hội. Sự ra đời của truyền thông xã hội đã và đang tạo ra nhiều cơ hội cũng như thách thức về truyền tải, tiếp nhận và chia sẻ thông tin, tri thức phục vụ nhu cầu đa dạng của cộng đồng. Đối với công tác lưu trữ trong thời đại bùng nổ thông tin như hiện nay, việc ứng dụng truyền thông xã hội được coi là giải pháp hữu hiệu nhằm phát huy giá trị tài liệu lưu trữ, tăng cường hiểu biết và thay đổi hành vi của xã hội với công tác lưu trữ và các cơ quan lưu trữ*[1].

Từ khóa: Truyền thông, Truyền thông xã hội, Công tác lưu trữ, Thời đại số

Abstract: *Social media, among others, is growing strongly, affecting all aspects of social life. The advent of social media has created several opportunities as well as posed challenges in terms of sending, receiving and sharing information and knowledge to serve the diverse needs of the community. For archival work in the current era of information explosion, the application of social media is considered an effective solution to promote the value of archives, as well as knowledge and social behavior changes to the archival work and relevant agencies.*

Keywords: Communication, Social Media, Archives, Digital Age

1. Mở đầu

Giao tiếp luôn là một nhu cầu cơ bản của con người. Ở tất cả các giai đoạn phát triển của xã hội, con người luôn không ngừng tìm tòi và sáng tạo ra những cách thức giao tiếp mới đem lại hiệu quả. Xuất phát từ nhu cầu thực tế ấy, truyền thông (Communication) - thuật ngữ chung để chỉ các loại hình giao tiếp khác nhau (truyền đạt, thông báo, trao đổi, liên lạc, giao thông,…) đã trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống.

Hiện nay, lưu trữ ở Việt Nam đang sử dụng các ứng dụng của mạng xã hội, các ứng dụng mới trên nền tảng web 2.0 - công nghệ lõi của cuộc Cách mạng Công nghiệp 4.0 trong lĩnh vực kỹ thuật số để thực hiện truyền thông xã hội trong lĩnh vực lưu trữ. Đây cũng là xu thế chung trong thời đại phát triển thông tin hiện nay.

[*] ThS., Trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội;
Email: nguyentrungduc222@gmail.com

[1] Các cơ quan lưu trữ ở đây được hiểu là các trung tâm lưu trữ cấp quốc gia - các đơn vị sự nghiệp có chức năng chính là bảo quản an toàn và phát huy giá trị tài liệu lưu trữ. Bài viết chỉ tập trung xem xét một cách khái quát về công tác lưu trữ ở 4 Trung tâm Lưu trữ Quốc gia của Việt Nam trên cơ sở các fanpage chính thức của 4 trung tâm này.

2. Truyền thông xã hội và vai trò của nó đối với lưu trữ trong thời đại số

Khái niệm truyền thông xã hội ra đời từ một vài thập kỷ trước với sự xuất hiện của Internet và hệ thống tin nhắn BBS (Bulletin Board System)[1]. Tuy nhiên, cho đến khi nền tảng web 2.0[2] ra đời - một công nghệ giúp người sử dụng tự xây dựng nội dung và kết nối với nhau thì kỷ nguyên của truyền thông xã hội mới thực sự bùng nổ và phát triển cho đến nay.

Trong *Từ điển Cambridge*, "truyền thông xã hội" được định nghĩa là *các trang web và chương trình máy tính cho phép mọi người giao tiếp và chia sẻ thông tin trên Internet bằng máy tính hoặc điện thoại di động*[3] .

Theo Andreas Kaplan và Michael Haenlein (2010), truyền thông xã hội là *những ứng dụng Internet xây dựng trên nền tảng công nghệ và tư tưởng của web 2.0, tạo điều kiện cho việc kiến tạo và trao đổi thông tin của người dùng*. Định nghĩa này nhấn mạnh hai yếu tố cốt lõi: (1) Phương tiện truyền thông xã hội dựa trên nền tảng công nghệ web 2.0; (2) Yếu tố giao tiếp xã hội và người sử dụng được đặt vào vị trí trung tâm.

Nhiều người cho rằng, truyền thông xã hội (social media) và mạng xã hội (social network) là một, tuy nhiên chúng khác nhau về nội hàm khái niệm. Về mặt bản chất công nghệ, truyền thông xã hội và mạng xã hội đều cùng chỉ một bản thể: Đó là những website dựa trên nền tảng web 2.0 để giúp người sử dụng có thể tạo lập và truyền tải thông tin. Tuy nhiên, thuật ngữ truyền thông xã hội mang nghĩa rộng hơn, bao hàm cả phương tiện lẫn nội dung truyền thông, trong khi mạng xã hội nhấn mạnh nhiều hơn đến nền tảng công nghệ tạo ra nó (Nguyễn Khắc Giang, 2015).

Tóm lại, *truyền thông xã hội được hiểu là các hoạt động trên nền tảng trực tuyến, tích hợp công nghệ web, cho phép người dùng giao tiếp, chia sẻ thông tin và kết nối với cộng đồng*.

Trong khuôn khổ bài viết, *truyền thông xã hội trong lưu trữ là hoạt động của các cơ quan lưu trữ sử dụng các ứng dụng trên nền tảng công nghệ trực tuyến để cung cấp thông tin về tài liệu lưu trữ cũng như các hoạt động nghiệp vụ chuyên môn của cơ quan lưu trữ đến công chúng; qua đó, giúp tăng cường hiểu biết của xã hội về vai trò và tầm quan trọng của lưu trữ, hướng tới thay đổi hành vi của công chúng đối với lưu trữ.* Cách quan niệm này là cơ sở để xem xét các nội dung được trình bày sau đây.

Lưu trữ và truyền thông xã hội đều mang tính kết nối cao giữa con người và thông tin. Bên cạnh đó, truyền thông xã hội cung cấp cho lưu trữ điều kiện tiếp cận với công chúng, đồng thời giúp công chúng có nhiều cơ hội tương tác ngược trở lại với lưu trữ. Việc ứng dụng truyền thông xã hội trong lưu trữ đem lại nhiều lợi ích rõ rệt, như:

Thứ nhất, truyền thông xã hội giúp các cơ quan lưu trữ khẳng định và nâng cao vai trò và vị thế trong xã hội. Ở Việt Nam, hệ thống cơ quan lưu trữ được chia thành cơ quan lưu trữ của Nhà nước và cơ quan lưu trữ của Đảng. Các cơ quan lưu trữ này có nhiệm vụ bảo quản an toàn và tổ chức khai

---

[1] Xem: Globe, Gordon (2013), "The history of social networking", *Digital Trend*, http://www.digitaltrends.com, truy cập ngày 09/7/2021.

[2] Khái niệm "Web 2.0" đầu tiên được Dale Dougherty - Phó Chủ tịch của OReilly Media đưa ra tại Hội thảo Web 2.0 lần thứ nhất do OReilly Media và MediaLive International tổ chức vào tháng 10/2004, đề cập đến việc sử dụng các ứng dụng phần mềm công nghệ mới để thúc đẩy sự chia sẻ thông tin giữa nhà cung cấp với người dùng và liên kết những người dùng với nhau.

[3] Xem: *Social media*, Cambridge Dictionary: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/social-media, truy cập ngày 10/7/2021.

thác, sử dụng có hiệu quả tài liệu lưu trữ hình thành trong các thời kỳ khác nhau của đất nước, hoạt động không vì mục tiêu lợi nhuận. Nếu không có các cơ quan lưu trữ thì ngày nay xã hội đã mất đi một nguồn di sản tư liệu, sử liệu quý giá - chính là tài liệu lưu trữ. Tuy nhiên, không phải ai cũng biết đến vai trò quan trọng của công tác lưu trữ đối với cuộc sống, thậm chí nhiều người còn chưa từng nghe đến tên của các cơ quan lưu trữ. Vì vậy, truyền thông xã hội, với sự phổ rộng và cách tiếp cận gần gũi, sáng tạo sẽ là một giải pháp giúp các cơ quan lưu trữ quảng bá hình ảnh, nâng cao vai trò và vị thế trong xã hội.

Thứ hai, truyền thông xã hội là một giải pháp hữu hiệu giúp các cơ quan lưu trữ phát huy tối đa giá trị của tài liệu lưu trữ trong thời đại số. Tài liệu lưu trữ chỉ thực sự được phát huy giá trị khi càng có nhiều người biết đến và khai thác sử dụng để phục vụ các mặt hoạt động khác nhau của đời sống xã hội. Chúng ta biết rằng, kỷ nguyên công nghệ 4.0 đang bùng nổ, Internet đã đạt được độ phủ vô cùng lớn và đa số mọi người sử dụng mạng xã hội như một phần không thể thiếu trong cuộc sống. Theo Hootsuit[1], tính đến tháng 01/2021, trên thế giới, số người sử dụng Internet là 4,66 tỷ người và số người dùng mạng xã hội là 4,2 tỷ người (chiếm hơn 53% dân số toàn cầu) (Thành Luân, 2021). Tại Việt Nam, tính đến tháng 01/2021 số lượng người dùng mạng xã hội là 72 triệu người (chiếm 73,7% tổng dân số) và con số này đang không ngừng tăng lên (Ecommage, 2021). Hiện nay, đặc biệt trong tình hình xã hội với những thay đổi từ đại dịch Covid-19, người dân hạn chế đi lại và tiếp xúc, vậy nên, việc tiếp cận thông tin trực tuyến đang là một xu thế và là nhu cầu thiết yếu của công chúng. Nếu các cơ quan lưu trữ biết tận dụng lợi thế của các phương tiện truyền thông để chia sẻ thông tin về tài liệu lưu trữ và các hoạt động, dịch vụ lưu trữ đến công chúng thì sẽ giúp tăng cao khả năng tiếp cận đúng đối tượng có nhu cầu, từ đó thu hút họ đến cơ quan này để khai thác, sử dụng tài liệu cũng như các dịch vụ lưu trữ nhiều hơn.

Thứ ba, truyền thông xã hội tạo sự liên kết và tương tác hai chiều giữa cơ quan lưu trữ với công chúng. Sự ra đời và phát triển của mạng xã hội tạo ra môi trường lý tưởng cho sự giao tiếp và tham gia thảo luận trực tuyến với người dùng. Truyền thông xã hội thu hút người dùng tham gia thảo luận, đánh giá các vấn đề của đời sống xã hội, giúp thay đổi phương thức giao tiếp giữa cá nhân và cơ quan, tổ chức theo hướng minh bạch, đa chiều hơn, từ đó tác động đến quá trình ra quyết định, triển khai và điều chỉnh chính sách của cơ quan, tổ chức. Với các cơ quan lưu trữ cũng vậy, thông qua truyền thông xã hội, công chúng không còn là người thụ động tiếp nhận thông tin lưu trữ trong môi trường truyền thống mà họ có thể chủ động gửi yêu cầu, phản hồi, đánh giá, góp ý tới các cơ quan lưu trữ về chất lượng phục vụ một cách nhanh chóng, thuận tiện. Các cơ quan lưu trữ tiếp nhận những yêu cầu, đánh giá, phản hồi từ công chúng để xử lý và không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ. Không chỉ vậy, truyền thông xã hội còn giúp các cơ quan lưu trữ kết nối, phối hợp với các đơn vị liên quan (các cơ quan văn hóa, các cơ quan quản lý hành chính, cơ quan và tổ chức báo chí, công nghệ thông tin,…) nhằm đảm bảo việc chia sẻ, truyền tải thông tin đến công chúng một cách nhanh chóng, kịp thời, hiệu quả, qua

[1] Là một nền tảng quản lý mạng xã hội, được tạo ra bởi Ryan Holmes vào năm 2008, có trụ sở tại Vancouver, Canada. Giao diện người dùng của hệ thống có dạng một bảng điều khiển và hỗ trợ tích hợp mạng xã hội cho Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn và YouTube.

đó giúp lan tỏa hình ảnh của cả cơ quan lưu trữ và đơn vị hợp tác đến công chúng.

Thứ tư, truyền thông xã hội giúp cơ quan lưu trữ thu hút tài trợ, kinh phí cho các hoạt động lưu trữ. Một trong những yếu tố quan trọng để thu hút được tài trợ, kinh phí cho các hoạt động xã hội là những giá trị mà hoạt động đó đem lại cho cộng đồng. Các cơ quan lưu trữ có nhiệm vụ phát huy giá trị tài liệu lưu trữ, luôn đặt lợi ích của xã hội lên trên, phục vụ các nhu cầu chính đáng của công dân trong phạm vi cho phép,... Như vậy, với những giá trị đối với cộng đồng, thông qua truyền thông xã hội, cơ quan lưu trữ hoàn toàn có thể quảng bá, tạo sự chú ý và thu hút các nhà tài trợ, đồng thời giúp lan tỏa hình ảnh của cả cơ quan lưu trữ và các nhà tài trợ đến gần hơn với công chúng.

3. Kinh nghiệm áp dụng truyền thông xã hội trong lưu trữ ở một số quốc gia trên thế giới và bài học cho Việt Nam

Thực tiễn lưu trữ trên thế giới cho thấy, một số cơ quan lưu trữ quốc gia của các nước trên thế giới như Hoa Kỳ, Anh, Đức, Hà Lan,… đã ứng dụng truyền thông xã hội trong lưu trữ một cách bài bản, chuyên nghiệp, bắt kịp với xu hướng phát triển của thời đại công nghệ thông tin và đã gặt hái những thành công như: quảng bá sâu rộng hình ảnh cơ quan và thông tin tài liệu lưu trữ đến công chúng; tạo dấu ấn tốt đẹp của lưu trữ trong cộng đồng, thu hút công chúng quan tâm, tìm đến các cơ quan lưu trữ; nâng cao vị thế của cơ quan lưu trữ với xã hội,…

Dưới đây, chúng tôi giới thiệu hai trường hợp áp dụng truyền thông xã hội trong lưu trữ thành công là các cơ quan: Lưu trữ Quốc gia Hoa Kỳ, Lưu trữ Quốc gia Vương quốc Anh.

3.1. Lưu trữ Quốc gia Hoa Kỳ: Sử dụng truyền thông xã hội để quảng bá công tác lưu trữ

Nhận thấy tầm quan trọng của truyền thông xã hội trong việc quảng bá công tác lưu trữ, vào năm 2009, Lưu trữ Quốc gia Hoa Kỳ (NARA - National Archives and Records Administration) đã tiến hành điều tra và nghiên cứu chuyên sâu các nội dung như: Quan hệ giữa lưu trữ với mạng xã hội, làm thế nào để ứng dụng công nghệ của thời đại web 2.0 vào quản lý và phát huy giá trị tài liệu lưu trữ?… Đến năm 2010, NARA bắt đầu đưa ra chiến lược truyền thông xã hội tại Lưu trữ Quốc gia gắn với nền tảng kỹ thuật số.

Tháng 02/2011, NARA khởi chạy một số nền tảng công nghệ web 2.0 và ký kết các thỏa thuận với Twitter, YouTube, Facebook và Flickr,... đồng thời tạo ra ứng dụng của trang web Lưu trữ Quốc gia trên các nền tảng này. Tháng 5/2011, NARA lần đầu tiên đã tạo ra trang "Wikipedia" và tính đến tháng 8/2012 đã có hơn 90.000 bản sao của các tài liệu lưu trữ được tải lên trang "Wikipedia" để chia sẻ. Cũng trong năm 2011, NARA đã có bước đi tiên phong trong việc thành lập "Wikiman" (tạm dịch là "Người công dân lưu trữ") với ý nghĩa bất kỳ công dân bình thường nào cũng có thể tra tìm, thêm thẻ, chú thích vào tài liệu và thậm chí tải lên hình ảnh, tài liệu có liên quan hoặc viết bài cho bất kỳ sự kiện lịch sử nào (Xem:北京档案杂志, 美国国家档案馆…, https://www.zz-news.com/com/beijingdangan/).

David S. Ferriero - Giám đốc NARA đã có bài phát biểu với tựa đề "Lưu trữ trong thế giới truyền thông xã hội" (Archives in the Social Media World) tại Hội nghị Lưu trữ Quốc tế lần thứ 17 ở Brisbane, Úc năm 2012. Theo đó, ông chỉ rõ: "Vì cơ quan Lưu trữ Quốc gia có trách nhiệm quan trọng trong việc hướng dẫn các cơ quan Liên bang và Nhà Trắng sử dụng các công nghệ mới để quản lý tài liệu lưu trữ, vậy nên, Lưu trữ Quốc gia Hoa Kỳ cần đi đầu trong việc tích cực sử dụng các công nghệ và phương pháp mới trong công việc hằng ngày của mình.

Tôi hy vọng rằng, những người làm công tác lưu trữ có thể sử dụng những công nghệ và phương pháp mới của truyền thông xã hội trong lưu trữ để truyền tải thông tin và tương tác với công chúng Mỹ" (Xem: 美国国家档案馆馆长客, http://blogs.archives.gov/aotus/).

Chỉ trong 3 năm (2009-2011), đã có tổng cộng 135 dự án được NARA tạo ra trên 13 nền tảng mạng xã hội. Hiện nay, truyền thông xã hội của NARA được thực hiện trên nhiều nền tảng như: Blogs, Social Media Directory, Archivist, Facebook, Giphy, Google+, Flickr, Foursquare, Google Cultural Institute, Historypin, Instagram, Mobile Apps, IdeaScale (Have Your Say), Pinterest, RSS Feeds, Storify, Today's Document, Twitter, Tumblr, YouTube,… Chỉ tính riêng nền tảng Facebook, NARA có tới 50 trang fanpage, đó là các trang của: Lưu trữ Quốc gia Hoa Kỳ; Lưu trữ Quốc gia tại các bang/thành phố; Lưu trữ Quốc hội; Hiến pháp,… Trên nền tảng YouTube, NARA đăng ký 10 kênh, gồm: 01 kênh Lưu trữ Quốc gia và 09 kênh của Thư viện và Bảo tàng các tổng thống. Trên nền tảng Mobile Apps, NARA cũng xây dựng các ứng dụng web Android Market Place hoặc Apple iTunes Store,… (Xem:北京档案杂志, 美国国家档案馆…, https://www.zz-news.com/com/beijingdangan/).

Việc ứng dụng truyền thông xã hội vào công tác lưu trữ đã khiến tốc độ lan truyền và sức ảnh hưởng của lưu trữ đạt hiệu quả rõ rệt, giúp NARA kết nối với đông đảo công chúng, tạo ra nhiều cơ hội cho sự tham gia của công dân vào công tác lưu trữ đúng như tinh thần trong khẩu hiệu của trang web NARA: "Hãy để cho lưu trữ quốc gia chia sẻ tri thức và trí tuệ với tất cả mọi người".

3.2. Lưu trữ Quốc gia Vương quốc Anh: Xây dựng kho lưu trữ truyền thông xã hội

Lưu trữ Quốc gia Vương quốc Anh (The National Archives of United Kingdom) cũng là một trong những đơn vị luôn đi đầu thế giới trong việc sử dụng mạng xã hội để thực hiện một số công việc lưu trữ, quảng bá giá trị tài liệu lưu trữ và hình ảnh của cơ quan đến với công chúng.

Tháng 4/2014, kho lưu trữ truyền thông xã hội của Lưu trữ Quốc gia Vương quốc Anh được thành lập trên nền tảng công nghệ web 2.0 có chức năng tìm kiếm, cho phép người dùng dễ dàng tra cứu, cập nhật tweets (mẩu tin nhỏ) trong các bộ sưu tập, hình ảnh Flickr và video YouTube từ một loạt các cơ quan đầu não của Chính phủ. Đây thực sự là một nền tảng mới, mang tính đột phá trong công tác lưu trữ của Lưu trữ Quốc gia Vương quốc Anh, giúp cải thiện khả năng tiếp cận của công chúng với một khối hồ sơ quan trọng ghi lại các hoạt động của Chính phủ trên các phương tiện truyền thông xã hội.

Tính đến nay, kho lưu trữ truyền thông xã hội của Lưu trữ Quốc gia Vương quốc Anh hiện có hơn 877.000 tweets, 119.600 hình ảnh Flickr và 39.900 video YouTube, chứa các nội dung có từ năm 2006 và bao gồm một loạt các dấu mốc quan trọng của Chính phủ Anh trong thế kỷ XXI, tiêu biểu như cuộc trưng cầu dân ý của Liên minh Châu Âu (EU) năm 2016 và Thế vận hội London năm 2012. Có thể thấy, kho lưu trữ truyền thông xã hội đã góp phần nâng cao hiểu biết của công chúng về các hoạt động của Chính phủ Anh, cải thiện cách thức truy cập hồ sơ, tài liệu lưu trữ cho công chúng và nâng cao hiệu quả công tác lưu trữ (档案管理杂志, 英国国家…, https://www.zz-news.com/com/danganguanli/).

3.3. Bài học gợi mở cho Việt Nam

Các Trung tâm Lưu trữ Quốc gia Việt Nam trong những năm gần đây đã bắt đầu ứng dụng truyền thông xã hội trong công tác lưu trữ. Tháng 01/2016, fanpage chính thức của Trung tâm Lưu trữ Quốc gia I được thành lập (https://www.facebook.com/luutruquocgia1) với mục đích phát huy giá trị tài liệu lưu trữ thuộc trung tâm trên môi trường mạng. Đặc biệt, Trung tâm chú trọng công bố, giới thiệu khối tài liệu *Châu bản Triều Nguyễn* đã được UNESCO công nhận là di sản tư liệu thế giới hiện đang được lưu giữ và bảo quản tại Trung tâm. Theo thống kê chúng tôi thấy, trên các fanpage chính thức của 4 Trung tâm Lưu trữ Quốc gia, tính đến 23h ngày 13/7/2021, fanpage của Trung tâm Lưu trữ Quốc gia I có 19.068 người thích, 20.351 người theo dõi.

Với Trung tâm Lưu trữ Quốc gia II, fanpage chính thức của Trung tâm được tạo lập vào đầu năm 2016 (https://www.facebook.com/luutruquocgia2) thực hiện chức năng phát huy giá trị tài liệu lưu trữ thuộc Trung tâm và giới thiệu các hoạt động do Trung tâm tổ chức. Tính đến 23h ngày 13/7/2021, fanpage của Trung tâm Lưu trữ Quốc gia II có 35.870 người thích, 36.005 người theo dõi.

Fanpage của Trung tâm Lưu trữ Quốc gia III ban đầu được thành lập để cán bộ, viên chức tại Trung tâm giao lưu, trao đổi. Từ năm 2016, nhận thức được tầm quan trọng cũng như hiệu quả của truyền thông xã hội qua Facebook, Trung tâm đã sử dụng fanpage chính thức (https://www.facebook.com/luutruquocgia3) để công bố, giới thiệu tài liệu lưu trữ và chia sẻ các hoạt động của Trung tâm. Tính đến 23h ngày 13/7/2021, fanpage của Trung tâm Lưu trữ Quốc gia III có 6.081 người thích, 6.302 người theo dõi.

Trung tâm Lưu trữ Quốc gia IV thành lập fanpage chính thức (https://www.facebook.com/ltqg4) vào tháng 01/2016. Ảnh bìa của Trung tâm được thay đổi phù hợp theo những sự kiện và hoạt động nổi bật của Trung tâm trong từng năm. Cập nhật thông tin trên fanpage của Trung tâm vào 23h ngày 13/7/2021 có 9.591 người thích, 10.128 người theo dõi.

Bên cạnh mạng xã hội Facebook, các Trung tâm Lưu trữ Quốc gia đã đăng ký kênh YouTube cho đơn vị, đăng tải các video giới thiệu tài liệu lưu trữ, phản ánh hoạt động của các trung tâm, tuy nhiên, số lượt người xem, tương tác và đăng ký theo dõi còn khiêm tốn.

Có thể thấy, so với nhiều quốc gia trên thế giới, truyền thông xã hội của các Trung tâm Lưu trữ Quốc gia ở Việt Nam diễn ra muộn hơn, song với những cố gắng không ngừng, bước đầu các Trung tâm Lưu trữ Quốc gia đã hội nhập vào xu hướng chung của thế giới.

Từ kinh nghiệm ứng dụng truyền thông xã hội tại Lưu trữ Quốc gia Hoa Kỳ, Lưu trữ Quốc gia Vương quốc Anh có thể rút ra một số gợi mở cho các cơ quan lưu trữ quốc gia của Việt Nam, cụ thể:

Thứ nhất, sử dụng truyền thông xã hội nhằm phục vụ công tác lưu trữ (đặc biệt hỗ trợ đắc lực công tác tổ chức khai thác sử dụng tài liệu) thể hiện sự nhanh nhạy trong việc ứng dụng khoa học kỹ thuật, công nghệ thông tin cũng như nắm bắt nhu cầu của độc giả trong thời đại số.

Thứ hai, sử dụng đồng thời nhiều kênh/phương tiện truyền thông xã hội có vai trò quan trọng, giúp thu hút, lôi kéo các đối tượng độc giả khác nhau (cả trong nước và ngoài nước, trong khu vực và trên toàn cầu).

Thứ ba, truyền thông xã hội giúp lưu trữ với quy mô lớn, cấp độ cao và chuyên nghiệp. Chính sự bài bản, chuyên nghiệp này đã giúp các cơ quan lưu trữ quốc gia ở một số nước (như Hoa Kỳ và Anh) bắt nhanh với xu thế chung của xã hội, của thời

đại công nghệ thông tin, và hơn hết giúp các cơ quan lưu trữ quốc gia này đạt được nhiều mục đích như: Quảng bá sâu rộng hình ảnh của cơ quan, giới thiệu thông tin tài liệu lưu trữ, tiếp cận và phục vụ công chúng, tạo ra dấu ấn của lưu trữ với cộng đồng, nâng cao vị thế của cơ quan lưu trữ đối với xã hội,…

Thứ tư, có chiến lược truyền thông xã hội, đầu tư cao về nhân lực, hệ thống trang thiết bị, công nghệ và nguồn kinh phí để xây dựng và quản lý hoạt động truyền thông xã hội một cách thường xuyên, chuyên nghiệp và có hiệu quả.

4. Kết luận

Có thể thấy, truyền thông xã hội mang đến sức sống mạnh mẽ nhờ các phương thức giao tiếp độc đáo và sự tương tác thông tin đa chiều với cộng đồng. Trong thời đại công nghệ thông tin phát triển như hiện nay, truyền thông xã hội là một giải pháp hữu hiệu giúp nâng cao hiệu quả công tác lưu trữ, bảo đảm uy tín, hình ảnh và vị thế của các cơ quan lưu trữ. Để hoạt động truyền thông xã hội của các Trung tâm Lưu trữ Quốc gia ở Việt Nam thực sự đạt hiệu quả, cần tích cực học hỏi kinh nghiệm của các cơ quan lưu trữ quốc gia trên thế giới đã thành công trong lĩnh vực này. Ngoài ra, các cơ quan liên quan mà đầu ngành là Bộ Nội vụ và trực tiếp quản lý là Cục Văn thư và Lưu trữ Nhà nước cần thay đổi tư duy, nhạy bén nắm bắt xu hướng tận dụng truyền thông xã hội trong công tác lưu trữ. Có như vậy, truyền thông xã hội trong lưu trữ tại Việt Nam mới thực sự chuyên nghiệp, bài bản, phục vụ ngày một tốt hơn những nhu cầu đa dạng của xã hội về lưu trữ trong thời đại số ❑

Tài liệu tham khảo

1. Trịnh Việt Dũng (2018), "Truyền thông xã hội trong lĩnh vực lưu trữ ở Việt Nam hiện nay và một số vấn đề đặt ra", *Tạp chí Văn thư - Lưu trữ Việt Nam*, số 6, tr. 15-22.
2. Nguyễn Văn Dững (2018), *Truyền thông - lý thuyết và kỹ năng cơ bản*, Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
3. Nguyễn Khắc Giang (2015), "Ảnh hưởng của truyền thông xã hội đến môi trường báo chí Việt Nam", *Tạp chí Khoa học xã hội và nhân văn*, Đại học Quốc gia Hà Nội, số 1, tr. 12-19.
4. Ecommage (2021), *Tổng quan toàn cảnh Digital tại Việt Nam năm 2021*, https://ecommage.com/toan-canh-digital-tai-viet-nam/, truy cập ngày 12/7/2021.
5. Trần Việt Hoa (2020), *Nghiên cứu các giải pháp để công bố, giới thiệu tài liệu lưu trữ bằng các kênh truyền thông, mạng xã hội*, Báo cáo Đề tài khoa học cấp Bộ, mã số ĐT.02/18.
6. Kaplan, Andreas and Haenlein, Michael (2010), "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media", *Business Horizons Magazine*, Vol.53, No.1, p. 59-68.
7. Thành Luân (2021), "Lượng người dùng Internet trên toàn thế giới đạt 4,66 tỷ", *Thanh niên* ngày 28/01/2021, https://thanhnien.vn/cong-nghe/luong-nguoi-dung-internet-tren-toan-the-gioi-dat-466-ti-1335331.html, truy cập ngày 12/7/2021.
8. 美国国家档案馆的社交媒体战略，北京档案杂志， https://www.zz-news.com/com/beijingdangan/, truy cập ngày 12/7/2021.
9. 英国国家档案馆网络归档的案例分析及其启示，档案管理杂志，https://www.zz-news.com/com/danganguanli/, truy cập ngày 14/7/2021.
10. 美国国家档案馆馆长客，http://blogs.archives.gov/aotus/, truy cập ngày 12/7/2021.