

MARKETING QUA MẠNG XÃ HỘI FACEBOOK TRONG HỆ THỐNG THƯ VIỆN CÔNG CỘNG Ở VIỆT NAM: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

Chu Văn Khánh

Khoa Thư viện - Thông tin, trường Đại học Văn hoá Hà Nội

Tóm tắt:

Hiện nay, Facebook là trang mạng xã hội chiếm thị phần người dùng tin lớn nhất thế giới (khoảng 2,23 tỷ tài khoản). Với lợi thế kết nối cộng đồng nhanh chóng, sức lan toả lớn và hoàn toàn miễn phí khi tạo dựng các trang chia sẻ thông tin, đây là phương tiện quảng cáo hữu hiệu cho các tổ chức và cá nhân, trong đó có hệ thống thư viện và trung tâm thông tin. Bài viết nêu lên thực trạng marketing qua mạng xã hội Facebook của hệ thống thư viện công cộng ở Việt Nam. Qua đó, tác giả đưa ra một số giải pháp nhằm phát triển loại hình marketing này.

Từ khoá: Truyền thông xã hội, tiếp thị thư viện, tiếp thị trực tuyến, thư viện công cộng.

Abstract:

At present, Facebook is a social networking site that occupies the largest market share of users in the world (about 2.23 billion accounts). With the advantage of fast community connection, widespread and completely free in creating the information sharing sites, this is an effective advertising medium for organizations and individuals, including the library and information system. The article mentions the situation of facebook marketing in Viet Nam's public library system. Thereby, the author proposes some solutions to develop this type of marketing.

Key words: Social media, library marketing, online marketing, public libraries.

1. Marketing qua mạng xã hội Facebook - hướng tiếp cận người dùng tin nhanh chóng

Quảng cáo kỹ thuật số chính là tương lai của tiếp thị và các phương tiện truyền thông xã hội như mạng xã hội Facebook, Myspace... là công cụ để các tổ chức, cá nhân có thể tiếp cận khách hàng cũng như thu thập thông tin người dùng tin (NDT) một cách dễ dàng, từ đó xác định mục tiêu và chiến lược quảng bá cho sản phẩm, dịch vụ mình cung cấp. Theo thống kê của Hootsuite và We Are Social [9], tính đến tháng 01/2018, Việt Nam có khoảng 64 triệu người sử dụng Internet, hơn 70 triệu người dùng điện thoại di động/ điện thoại thông minh trên tổng số hơn 96 triệu dân. Nền tảng mạng xã hội được sử dụng nhiều nhất tại Việt Nam là Facebook với 55 triệu người sử dụng, trong đó 91% người sử dụng điện thoại để truy cập.

Với phương châm chinh phục mọi đối tượng NDT, Facebook luôn được làm mới với đầy đủ những công cụ và tính năng hỗ trợ cho các công việc khác nhau. Tạo lập trang Facebook cộng đồng hay còn gọi là Fanpage là một trong những tính năng quan trọng giúp cho các tổ chức và doanh nghiệp cung cấp hồ sơ thông tin về mình tới các thành viên quan tâm. Và mặc dù không phải là một trang web thương mại điện tử, nhưng xây dựng và duy trì fanpage trên Facebook luôn là mục tiêu mà mọi nhà quản lý và đầu tư đều hướng tới, bởi cho dù những người theo dõi Fanpage không có ý định mua bán sản phẩm thì những mối quan hệ và cộng đồng đã được thiết lập đều có thể đem lại lợi ích cho tổ chức và doanh nghiệp đó.

Theo quan điểm của tác giả Dương Thị Chính Lâm (2013): "Marketing trong hoạt động thư viện

là một tiến trình mà trong đó cơ quan thông tin - thư viện hướng mọi nỗ lực vào việc thoả mãn mong muốn và nhu cầu tin của NDT một cách chủ động, từ đó đáp ứng được mục tiêu phát triển của cơ quan thông tin - thư viện". "Mục tiêu chung của marketing trong hoạt động thông tin - thư viện đều hướng đến là: Thu hút được NDT đến khai thác, sử dụng các sản phẩm và dịch vụ thông tin nhiều nhất; Làm thoả mãn tối đa nhu cầu tin của NDT - đây là vấn đề cốt lõi của hoạt động thông tin - thư viện; Giới thiệu đến NDT nhiều sản phẩm và dịch vụ thông tin để họ lựa chọn; Nâng cao chất lượng hoạt động cũng như tạo lợi nhuận lâu dài để giúp cho cơ quan thông tin - thư viện phát triển ổn định và bền vững" [4]. Có thể thấy rằng, marketing thư viện qua trang Fanpage của Facebook là quá trình sử dụng truyền thông xã hội nhằm quảng bá sản phẩm và dịch vụ thông tin, đáp ứng được những yêu cầu của hoạt động thư viện - thông tin, thể hiện ở một số lợi ích nổi trội như:

- Tạo kênh cung cấp thông tin khác ngoài trang web: Theo thống kê của Hootsuite và We Are Social [8], tính đến tháng 1/2018, người Việt Nam dành 6 tiếng 52 phút cho việc sử dụng Internet hàng ngày và 2 tiếng 37 phút cho các mạng truyền thông xã hội, đứng thứ 15 trong danh sách các quốc gia trên thế giới. Những con số ấn tượng trên là lý do tại sao Facebook đã trở thành một phương tiện hữu hiệu để marketing sản phẩm. Bên cạnh trang web, trang Fanpage có thể được dùng như một kênh quảng bá thương hiệu giúp cho NDT, các nhà cung cấp, các thư viện bạn... có thể tìm thấy thông tin về thư viện, các sản phẩm và dịch vụ thông tin cũng như thông tin do thư viện chia sẻ mà không cần phải đăng nhập hay có tài khoản Facebook. Ngoài ra, với tính năng không hạn chế số lượng người hâm mộ, trang Fanpage có thể tận dụng được sức lan toả và tiếp cận NDT mới khi thông tin về những lượt thích, lượt chia sẻ, hoạt động gắn thẻ... hiển thị trên trang tin tức cập nhật của người theo dõi.

- Làm tăng lượng truy cập tới trang web chính thức: Tính thân thiện, gần gũi của các mạng xã hội như Facebook tạo cảm giác thoải mái cho NDT khi vừa có thể tìm hiểu thông tin, vừa có thể chia sẻ cảm nghĩ và hoạt động của cá nhân, điều mà

các trang web chưa làm được. Việc quảng bá chéo có thể được thực hiện đồng thời khi thư viện chia sẻ các bài viết trên Fanpage bằng cách tạo đường liên kết tới trang web và từ trang web đặt kết nối tới Fanpage. Bằng cách này, các thư viện có thể làm tăng đáng kể lưu lượng truy cập tới trang web, đồng thời cung cấp cho NDT thông tin về trang Facebook chính thức - điều rất cần thiết khi bất kỳ ai cũng có thể tạo lập các trang Fanpage giả mạo phục vụ cho mục đích cá nhân.

- Quảng cáo miễn phí và đẩy mạnh quan hệ cộng đồng: Tạo lập một trang Fanpage chỉ mất vài phút và sau đó các thư viện có thể thực hiện tất cả các công việc liên quan đến quan hệ công chúng như chia sẻ hình ảnh và video, tương tác trực tuyến với NDT, đưa ra các thông báo, quảng bá về hoạt động chuyên môn, nghiệp vụ, các sự kiện sắp diễn ra... và đặc biệt hơn, tất cả hoàn toàn miễn phí, rất phù hợp với điều kiện kinh phí còn hạn chế của đa số các thư viện.

- Lắng nghe và quan sát phản hồi của NDT: Số người thích và theo dõi Fanpage sẽ thể hiện mức độ nổi tiếng của trang và khác với những tổ chức kinh doanh, các thư viện không cần phải "mua like ảo". Chính những hoạt động hữu ích được chia sẻ trên Fanpage sẽ là công cụ hiệu quả nhất để thư viện nhận được nhiều sự quan tâm từ cộng đồng. Ngoài ra, NDT có thể thoải mái bình luận, nhận xét cũng như đánh giá mức độ hài lòng đối với các dịch vụ do thư viện cung cấp. Và cho dù là tích cực hay tiêu cực thì những phản hồi nhận được cũng là thông tin cần thiết để các thư viện tiếp tục cải thiện về dịch vụ, thái độ phục vụ và các hoạt động chuyên môn khác.

- Cung cấp thông tin phân tích NDT chi tiết và chính xác: Bằng công cụ phân tích hành vi người dùng Facebook, các thư viện có thể xây dựng chiến lược marketing tương ứng với từng đối tượng NDT cụ thể, căn cứ vào độ tuổi, giới tính, vị trí địa lý, số lượt thích và bình luận bài viết... Truyền thông xã hội sẽ chỉ hiệu quả và thu hút khi thư viện hiểu rõ NDT cần gì, thông tin nào là hữu ích hay nói cách khác là tạo môi trường gần gũi, thân thiện với họ.

Trong bối cảnh nguồn kinh phí dành cho các

thư viện còn hạn hẹp, NDT sở hữu thiết bị thông minh và đứng trước vô vàn những nguồn thông tin phong phú trên Internet, có thể thấy, marketing thư viện qua mạng xã hội là hình thức tiếp thị tương đối phù hợp với đặc thù của các thư viện và trung tâm thông tin ở Việt Nam. Đây là cơ hội cũng như thách thức dành cho các thư viện trong việc thay đổi quan niệm của NDT về những hình thức phục vụ thông tin truyền thống và mô phạm.

2. Thực trạng marketing qua mạng xã hội Facebook trong hệ thống thư viện công cộng ở Việt Nam

Trong khoảng 10 năm trở lại đây, nhận thấy tầm quan trọng của việc quảng bá hình ảnh, sản phẩm và dịch vụ qua mạng Internet, các thư viện thuộc hệ thống thư viện công cộng cũng đã từng bước thay đổi và phát triển thêm các hình thức phổ biến thông tin mới, trong đó bao gồm xây dựng và duy trì hệ thống trang web, cổng thông tin thư viện, cung cấp dịch vụ tra cứu thông tin trực tuyến và tạo lập các trang chia sẻ thông tin trên Facebook.

Các hình thức cung cấp thông tin trực tuyến

Dựa trên danh sách 63 tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương được công bố trên Cổng thông tin điện tử Chính phủ [1], tác giả đã thực hiện tìm kiếm sử dụng công cụ tìm tin Google, với từ khoá "Thư viện tỉnh XXX", "Thư viện thành phố XXX". Kết quả được hiển thị theo số liệu dưới đây:

Dịch vụ	Số lượng	%
Có trang web/ cổng thông tin điện tử	54	85,7%
Có dịch vụ tra cứu trực tuyến (OPAC)	45	71,4%
Có chỉ dẫn địa điểm trên Google Map	63	100%
Có trang chia sẻ thông tin trên Facebook (Fanpage)	36	57,1%

Kết quả tìm kiếm cho thấy có 54/63 thư viện tỉnh, thành phố thuộc hệ thống thư viện công cộng có xây dựng trang web/ cổng thông tin điện tử chính thức, đạt 85,7%. Trong đó có một số thư viện có trang web được thiết kế khoa học, thông tin thường xuyên được cập nhật, giao diện thuận tiện cho người truy cập như: Thư viện Khoa học

Tổng hợp (KHTH) thành phố Hồ Chí Minh, Thư viện KHTH thành phố Đà Nẵng, Thư viện tỉnh Hải Dương... Tuy nhiên, dịch vụ tra cứu trực tuyến (OPAC) mới chỉ thực hiện được tại trang web của 45/63 thư viện (71,4%), một số thư viện có hiển thị chức năng tra cứu trực tuyến nhưng bị lỗi hoặc không hoạt động.

Hoạt động cung cấp chỉ dẫn địa chỉ, hình ảnh và một số thông tin khác được máy tìm tin Google thực hiện rất tốt khi 100% thư viện có hiển thị thông tin trên Google Map. Trong khi đó công tác marketing trên mạng xã hội Facebook lại chưa được các thư viện quan tâm nhiều khi chỉ có 36/63 thư viện có trang Fanpage, tương đương 57,1%. Đặc biệt nếu không nhờ những tổ chức khác cung cấp thông tin thì có tới 4 thư viện có thể coi là "tàng hình" trên Internet khi không thể tìm thấy trang web và Fanpage, hoặc trang web có nhưng không hoạt động là Thư viện tỉnh Lai Châu, Long An, Tây Ninh và Tiền Giang (theo kết quả tìm kiếm ngày 3/10/2018).

Trong số 27 thư viện tỉnh, thành phố chưa có Fanpage, đã có 9 thư viện thiết lập trang cá nhân Facebook Profile như Thư viện Nguyễn Đình Chiểu tỉnh Bến Tre, Thư viện tỉnh Bình Phước, Thư viện tỉnh Hà Nam, Thư viện tỉnh Hà Tĩnh...



15 thư viện có thông tin dưới dạng "Trang không chính thức" như: Thư viện tỉnh Phú Yên, Thư viện tỉnh Quảng Ngãi, Thư viện tỉnh Hoà Bình, Thư viện tỉnh Hưng Yên... 3 thư viện không có thông tin khi tìm kiếm trên Facebook là Thư viện tỉnh Điện Biên, Thư viện tỉnh Đắk Nông và Thư viện tỉnh Quảng Nam. Facebook cung cấp 3

bộ tính năng dành cho các đối tượng NDT khác nhau là trang cá nhân Profile, trang Fanpage và Group. Các Group được sử dụng dưới dạng diễn đàn dành cho cộng đồng, nơi tập hợp những cá nhân có sở thích chung hoặc thành viên một câu lạc bộ. Trang cá nhân Facebook thường chỉ dành cho các tài khoản là NDT với số lượng bạn bè hạn chế ở mức 5.000 người và thường được dùng để quản lý Fanpage. Trong khi đó "Trang không chính thức" do Facebook tự động tạo ra khi có người quan tâm và chia sẻ thông tin về địa điểm trên trang cá nhân của mình. "Trang không chính thức" sẽ tồn tại vô chủ và để có thể trở thành quản trị viên cũng như hợp nhất với Fanpage đã tạo lập, người quản lý sẽ cần khai báo các thông tin nhằm xác minh mối quan hệ với tổ chức/ doanh nghiệp đại diện cho trang. Đặc biệt, Thư viện tỉnh Tuyên Quang có cả trang cá nhân và Fanpage cùng mang tên thư viện. Điều này sẽ gây khó khăn cho NDT khi không biết nên theo dõi trang nào, đồng thời thư viện cũng sẽ mất nhiều thời gian công sức khi phải quản lý cả hai trang.

Mức độ cập nhật thông tin và lượng NDT quan tâm Fanpage của các thư viện

Mục đích của việc tạo lập các Fanpage là thu hút được số lượng lớn người quan tâm nhằm phổ biến và chia sẻ thông tin, từ đó tạo sự tương tác cũng như mở rộng phạm vi tiếp cận tới những NDT khác. Một trong những thuận lợi khi các thư viện tạo lập trang Fanpage đó là tính phi lợi nhuận. Những thông tin hấp dẫn được chia sẻ trên Fanpage khiến NDT không có cảm giác bị buộc phải xem quảng cáo hay bị làm phiền, mà đôi khi còn tạo hứng thú và sự tò mò muốn tìm hiểu thông tin. Dưới đây là bảng tổng kết số lượng người theo dõi Fanpage của 36 thư viện tỉnh, thành phố.

Số lượng tài khoản theo dõi trên trang fanpage	Số lượng	%
Dưới 200 tài khoản	10	27,8%
Từ 200 đến 500 tài khoản	11	30,5%
Từ 500 đến 1.000 tài khoản	6	16,7%
Từ 1.000 đến 2.000 tài khoản	5	13,9%
Trên 2.000 tài khoản	4	11,1%

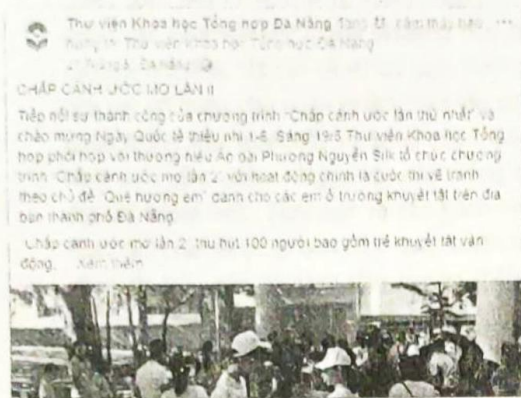
Do không phải chịu áp lực về vấn đề kinh doanh nên có thể khẳng định số lượng tài khoản theo dõi Fanpage của các thư viện là tài khoản thật, khác với tài khoản ảo, mua "like ảo" vẫn được các Fanpage mang tính thương mại sử dụng. Lượng người quan tâm chủ yếu là có quan hệ với người làm thư viện - những người theo dõi trang đầu tiên và gửi lời mời tới các thành viên khác, ngoài ra còn có những NDT thực sự quan tâm đến việc đọc sách và muốn nhận thông tin từ thư viện... Tuy nhiên, so với 58 triệu tài khoản Facebook được đăng ký sử dụng tại Việt Nam thì những số liệu được thống kê trong bảng trên là quá khiêm tốn. Chỉ có 4 Fanpage có lượng người thích đạt trên 2.000 người, đó là Thư viện KHTH thành phố Đà Nẵng (2.715 người), Thư viện tỉnh Đồng Tháp (2.885 người), Thư viện tỉnh Hải Dương (3.756 người), Thư viện KHTH thành phố Hồ Chí Minh (4.206 người) (số liệu tổng hợp đến ngày 3/10/2018).

Về mức độ cập nhật thông tin trên Fanpage, có 28 thư viện cập nhật thông tin hàng tuần, chiếm 77,8%, 3 thư viện cập nhật hàng tháng (8,3%) và 5 thư viện không thường xuyên tương tác (13,9%). Các thư viện ít quan tâm chăm sóc trang là các thư viện có lượng người quan tâm, theo dõi dưới 200 tài khoản. Đây cũng là điều dễ hiểu khi NDT không có cơ hội tiếp cận và thông tin không đủ hấp dẫn họ.

Mức độ cập nhật thông tin trên Fanpage	Số lượng	%
Hàng tuần	28	77,8%
Hàng tháng	3	8,3%
Không thường xuyên	5	13,9%

Ngược lại, một số thư viện làm rất tốt công tác marketing trên Fanpage như Thư viện tỉnh Đồng Tháp, Thư viện KHTH thành phố Hồ Chí Minh, Thư viện KHTH thành phố Đà Nẵng... Các thư viện này đã tận dụng tất cả hình thức có thể để thu hút NDT, từ cập nhật hình ảnh, video, tới phát trực tiếp sự kiện, thông báo các hoạt động diễn ra tại thư viện, giới thiệu sách hay, sách mới được bổ sung, giới thiệu sản phẩm và dịch vụ dành cho mọi đối tượng NDT, tạo thông báo về sự kiện do

thư viện tổ chức và mời NDT tham gia, đi kèm đó là những hình ảnh, đoạn phim vô cùng phong phú, đa dạng và hấp dẫn, tạo cảm giác gần gũi, thân thiết, có ý nghĩa giáo dục sâu sắc.



Ngoài ra, nhân viên thư viện cũng thường xuyên tạo liên kết, đánh dấu địa điểm, giới thiệu sách hay với lời bình hấp dẫn ngay trên trang Profile cá nhân của mình. Những hoạt động trên thể hiện sự hiểu biết, nhiệt tình, tính sáng tạo, lòng yêu nghề của người làm thư viện và trên hết là mong muốn đồng lòng xây dựng một cộng đồng NDT có trí thức, đem lại lợi ích cho xã hội.

Tuy nhiên, có một điểm chung của nhiều thư viện là chưa tạo được mối liên kết hay còn gọi là quảng cáo chéo giữa các trang thông tin chính thức. Mặc dù trong Fanpage các thư viện có thông tin về trang web nhưng hầu hết lại chưa giới thiệu về trang Facebook trong trang web. Hiện tại mới chỉ có 2 thư viện thực hiện là Thư viện tỉnh Lào Cai và Thư viện tỉnh Thanh Hoá.



Điều này có thể dẫn tới việc NDT truy cập trang web nhưng không biết địa chỉ Fanpage của thư viện để tìm hiểu thông tin. Thêm nữa, trong

trường hợp Fanpage của thư viện nổi tiếng và đông người theo dõi, sẽ có thể xảy ra trường hợp các cá nhân tạo Fanpage giả mạo với dụng ý xấu hoặc vụ lợi. Cả hai tình huống trên đều ảnh hưởng tới uy tín và hình ảnh của thư viện cũng như gây thiệt thòi cho NDT.

Nhìn chung, xã hội ngày càng phát triển, nhu cầu và trình độ của con người cũng ngày một tăng, trong khi đó vì nhiều lý do khách quan, các thư viện vẫn gặp khó khăn trong quá trình hoạt động, đặc biệt là vấn đề kinh phí. Đây cũng là khó khăn chung của hầu hết các thư viện, không chỉ ở Việt Nam mà còn trên toàn thế giới. Và để đảm bảo hoàn thành chức năng, nhiệm vụ cũng như đáp ứng được nhu cầu của NDT, người làm thư viện là những người vận hành thiết chế, cần có sự linh hoạt và tận dụng những công cụ phù hợp để phục vụ cho công việc của mình. Trong một nghiên cứu được thực hiện với NDT và người làm thư viện tại Pakistan về vấn đề ứng dụng phương tiện truyền thông xã hội trong tiếp thị thư viện và dịch vụ thông tin, các tác giả Shakeel Ahmad Khan và Rubina Bhatti (2012) đã đưa ra kết quả cho thấy đa số người trả lời cho rằng việc sử dụng phương tiện truyền thông xã hội là quan trọng và cần thiết nhằm thu hút sự chú ý của NDT trực tuyến và trợ giúp cho việc học từ xa và chia sẻ kiến thức [7]. Đây cũng là cơ sở để các thư viện công cộng của Việt Nam có cái nhìn toàn diện hơn về tầm quan trọng của marketing thư viện qua mạng xã hội nói chung và Facebook nói riêng.

3. Giải pháp phát triển hoạt động marketing qua mạng xã hội Facebook cho hệ thống thư viện công cộng ở Việt Nam

Sự phát triển của công nghệ thông tin thế kỷ XXI đã tạo nên một thế giới phẳng, mở ra rất nhiều cơ hội để NDT tiếp cận tới mọi lĩnh vực. Để có thể tận dụng những ưu điểm của mạng xã hội Facebook trong công tác marketing thư viện, tác giả xin đưa ra một số giải pháp cụ thể như sau:

- Tăng cường vai trò của quản lý nhà nước trong việc ứng dụng mạng xã hội Facebook vào công tác thư viện. Với những ưu điểm như đã trình bày ở phần trên, có thể thấy truyền thông xã hội là một phần không thể thiếu trong hoạt động của thư

viện hiện đại. Không chỉ rất hữu ích trong việc tiếp cận NDT, các Fanpage còn là công cụ đắc lực để tìm hiểu nhu cầu tin, tạo mối tương tác hai chiều giữa nhà cung cấp và khách hàng. Để xây dựng các Fanpage trở thành phương tiện quảng cáo chính thống, rất cần có sự chỉ đạo, hướng dẫn của các cơ quan chủ quản nhằm thiết lập sự nhất quán trong việc trình bày và cung cấp thông tin, hình ảnh, giao diện... Ngoài ra, các thông tin về địa chỉ trang web, Fanpage và các kênh liên lạc khác cũng cần được cơ quan chủ quản tuyên truyền rộng rãi trên các phương tiện truyền thông đại chúng, các cổng thông tin điện tử để giúp NDT nhận biết và tìm kiếm dễ dàng.

- Có chiến lược và kế hoạch cụ thể trong việc xây dựng, duy trì, mở rộng các hoạt động trên Fanpage. Tạo lập một Fanpage chỉ mất vài phút, nhưng để có được những lượt theo dõi, quan tâm, lượt "like" trang lại không phải là vấn đề đơn giản. Cũng giống như việc bán một món hàng, các thư viện cần có những hình thức trình bày thông tin sao cho bắt mắt và hấp dẫn. Các hoạt động như đăng bài mới, chia sẻ các đường liên kết tới địa chỉ bài viết hay, tạo sự kiện và mời NDT tham gia, đăng video, hình ảnh... đều cần làm hàng ngày, hàng tuần và dành cho các đối tượng khác nhau. Những cách thức làm tăng lượng người theo dõi trang có thể là: thích các trang liên quan như các thư viện bạn, các câu lạc bộ sinh viên..., quảng cáo trang Facebook của thư viện qua các nhãn dán trên tài liệu, kêu gọi NDT thích trang qua các buổi giao lưu, hội thảo, giới thiệu thư viện, các sự kiện do thư viện tổ chức hoặc tham gia. Thường xuyên tương tác, trả lời câu hỏi, tin nhắn cũng là cách để NDT nhận thấy họ được quan tâm, chăm sóc. Và không ai khác, NDT sẽ giới thiệu thêm khách hàng cho thư viện bằng những lượt "like", lượt chia sẻ của mình.

- Đào tạo người làm thư viện sử dụng thành thạo các chức năng của Fanpage, hoạt động dưới sự hướng dẫn của người quản trị chính. Các thư viện cần có riêng một đội ngũ chịu trách nhiệm chính về Fanpage, trong đó có người quản trị nội dung, lên kế hoạch cập nhật thông tin định kỳ và cần có những buổi tập huấn, chia sẻ kinh nghiệm quản lý Fanpage để tất cả nhân viên thư viện cùng tham gia hoạt động truyền thông. Hướng đi

này sẽ giảm tải lượng công việc cho mỗi cá nhân. Thêm nữa, cách giao tiếp, văn phong của mỗi người là khác nhau và tốt hơn cả là NDT sẽ được trải nghiệm nhiều thông tin hấp dẫn được đúc kết từ trí tuệ tập thể.

- Đẩy mạnh quảng cáo chéo giữa Fanpage và trang web. Một trong những ưu thế của thư viện là luôn nhận được lòng tin của NDT về tính chính xác, đúng đắn và đáng tin cậy của thông tin được cung cấp. Do đó các thư viện nên tận dụng điểm mạnh này để nâng cao hơn nữa uy tín của mình bằng cách kết nối các kênh thông tin theo các tiêu chí thống nhất: trên trang web có liên kết tới Fanpage Facebook và ngược lại, trên Facebook có giới thiệu thông tin về trang web một cách rõ ràng và dễ tìm kiếm. Ngoài ra, các thư viện còn cần tạo ra sự hiện diện một cách nhất quán trên tất cả các nền tảng truyền thông đang sử dụng, đó có thể là một câu biểu ngữ, một hình ảnh đặc trưng, một màu nền cố định để NDT có thể nhận diện thương hiệu riêng, không chỉ tạo ấn tượng dễ nhớ mà còn khiến họ tin tưởng và không có cảm giác bị nhầm lẫn.

- Tăng cường bảo mật và chống giả mạo Fanpage. Đã có rất nhiều trường hợp Fanpage của người nổi tiếng bị nhiều tài khoản giả mạo danh tính nhằm mục đích vụ lợi cá nhân và gây ảnh hưởng xấu cho cộng đồng. Đây cũng là vấn đề các thư viện cần nhìn nhận ngay từ đầu khi lượng tài khoản theo dõi trang lên tới hàng chục nghìn. Có nhiều cách để các thư viện khẳng định bản quyền với Fanpage như đăng ký trực tiếp với công ty Facebook (có mất phí), quảng cáo chéo trên trang web và các phương tiện truyền thông khác, chèn thêm thông tin về Fanpage của thư viện trong các bài viết đăng trên báo giấy, báo điện tử... quảng bá thông tin trang Facebook của thư viện trên các trang cá nhân của người làm thư viện, kêu gọi người quan tâm chia sẻ thông tin về Fanpage chính thức...

Kết luận

Theo thống kê của Hootsuite và We Are Social, tính đến tháng 01/2018 dân số thế giới là khoảng 7.593 triệu người trong đó có hơn 4 tỷ người dùng Internet [8]. Có thể nói, ngày nay Internet có mặt trong hầu hết mọi hoạt động của con người. Chương

trình học trực tuyến, các phương tiện và công cụ giải trí, các trang mua sắm, thanh toán được cung cấp dưới dạng ứng dụng vô cùng tiện lợi với giao diện bắt mắt, thông tin hấp dẫn và cập nhật. Thách thức đặt ra cho các thư viện là làm sao để tham gia vào sự phát triển này mà vẫn duy trì được những chức năng cơ bản của mình. Phương tiện truyền thông xã hội nói chung và các Fanpage Facebook nói riêng sẽ góp phần đáng kể vào việc tạo lập một môi trường thư viện năng động và linh hoạt thực sự dành cho cộng đồng, do cộng đồng xây dựng và phát triển vì cộng đồng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương. <http://www.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/cactinhvathanhpho2>. Truy cập ngày 01/10/2018.

2. Ngô Thị Hồng Điệp lược dịch. *Vai trò của các thư viện trong xã hội tri thức mở* // Tạp chí Thư viện Việt Nam. - 2018. - Số 4. - Tr. 56-62, 72.

3. Bùi Thị Thu Hà. *Mạng xã hội Facebook phương tiện hữu ích hỗ trợ hoạt động của các cơ quan thông tin - thư viện Việt Nam hiện nay* // Tạp chí Thư viện Việt Nam. - 2014. - Số 5. - Tr. 24-28, 23.

4. Dương Thị Chính Lâm. *Ứng dụng hoạt động marketing trong hoạt động thông tin - thư viện tại trường Đại học Ngân hàng thành phố Hồ Chí Minh: Luận văn thạc sỹ ngành Khoa học Thư viện*. - H.: Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, 2013.

5. *10 social media marketing tips for libraries*. <https://oedb.org/ilibrarian/10-social-media-marketing-tips-for-libraries/>. Truy cập ngày 01/10/2018.

6. Scott Ayres. *Top 10 benefits of a Facebook business page*. <https://www.postplanner.com/top-10-benefits-facebook-business-page/>. Truy cập ngày 01/10/2018.

7. Shakeel Ahmad Khan, Rubina Bhatti. *Application of social media in marketing of library and information services: A case study from Pakistan*. - 2012. <http://www.webology.org/2012/v9n1/a93.html>. Truy cập ngày 01/10/2018.

8. Simon Kemp. *Digital in 2018: World's Internet users pass the 4 billion mark*. <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>. Truy cập ngày 01/10/2018.

9. <https://www.slideshare.net/truongbang/digital-in-2018-vietnam>. Truy cập ngày 01/10/2018.

(Ngày toà soạn nhận bài: 8/10/2018; Ngày phản biện đánh giá: 16/11/2018; Ngày chấp nhận đăng: 30/11/2018)

XÂY DỰNG CƠ SỞ DỮ LIỆU THƯ MỤC...

Tiếp theo trang 55

vụ quốc tế để phục vụ hoạt động tra cứu thông tin được nhanh chóng, chính xác. Thực hiện được tốt công tác này, việc cung cấp các CSDL chuyên đề như là các sản phẩm dịch vụ thư viện - thông tin cho giới nghiên cứu và bạn đọc nói chung hoàn toàn mang tính khả thi.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lê Thị Lan. *Các tư liệu về vùng Tây Nam bộ đang được lưu giữ tại Thư viện Khoa học xã hội và một số giá trị của nó trong việc nghiên cứu lịch sử vùng đất này hiện nay* // Tạp chí Thông tin Khoa học Xã hội. - 2018. - Tháng 10.

2. Lê Thị Lan, Nguyễn Thị Minh Trung. *Khảo sát tư liệu về vùng Tây Nam bộ trước năm 1954 tại thư viện Khoa học xã hội* // Báo cáo tổng hợp kết quả nghiên cứu Đề tài Khoa học cấp bộ 2017 - 2018.