

INTERNET VỚI VIỆC QUẢNG BÁ HOẠT ĐỘNG THƯ VIỆN - THÔNG TIN

ThS. Phùng Ngọc Tú

Khoa Thư viện - Thông tin học, Đại học KHXH&NV Tp. HCM

Tóm tắt:

Cùng với sự phát triển không ngừng của công nghệ thông tin và truyền thông, các hình thức quảng bá thư viện đã có nhiều thay đổi với những hình thức đa dạng và hiệu quả hơn. Đặc biệt, ngày nay, khi Internet trở thành một phần thiết yếu trong đời sống con người thì các thư viện hết sức quan tâm tới việc sử dụng nó như là một công cụ hữu hiệu để thư viện tới gần với người dùng tin. Bài viết nêu lên mục đích và vai trò của quảng bá trên Internet trong hoạt động thư viện - thông tin và các hình thức quảng bá hoạt động thư viện - thông tin trên Internet.

Từ khoá: Thư viện, quảng cáo, Internet.

Abstract:

Along with the constant development of information and communication technology, forms of library advertising have changed a lot towards more diversified and efficient. Especially today, when internet has become an essential part of the human life, libraries are extremely interested in using it as an effective tool to reach the users. The article highlights the purposes and roles of internet advertising in the library - information activities and forms of advertising the library - information activities on the internet.

Keywords: Librarians, advertising, Internet.

1. Quảng bá hoạt động thông tin thư viện là gì?

Theo Từ điển Tiếng Việt: "Quảng bá (quảng cáo) là phổ biến rộng rãi bằng các phương tiện thông tin" [7].

Xét về lĩnh vực thư viện - thông tin, ALA - Từ điển giải nghĩa thư viện học và tin học Anh - Việt đã đưa ra định nghĩa marketing là: "Một nhóm hoạt động có mục đích dùng để cổ vũ cho sự trao đổi một cách xây dựng và đáp ứng giữa nhà cung cấp dịch vụ thư viện và truyền thông với người đang sử dụng hay có thể là người sử dụng những dịch vụ này. Những hoạt động này quan tâm đến sản phẩm, giá cả, phương pháp giao hàng và phương pháp quảng bá sản phẩm" [1]. Qua định nghĩa này có thể thấy, quảng bá sản phẩm là một mắt xích, một phương pháp liên quan trực tiếp tới hoạt động marketing. Đó là một phần quan trọng trong

chiến lược marketing của mỗi cơ quan thư viện - thông tin.

Trên thực tế, người ta rất hay đánh đồng các khái niệm quảng cáo hay quảng bá, tiếp thị với marketing vì khi đặt nó trong một môi trường cụ thể để vận dụng các khái niệm đó thì chúng có những ý nghĩa tương đồng. Song, chúng không được định nghĩa đồng nhất với nhau.

Quảng bá hay quảng cáo, tiếp thị theo định nghĩa trên chủ yếu thiên về giới thiệu hình ảnh, chất lượng các sản phẩm và dịch vụ mà người sở hữu (cơ quan, tổ chức, cá nhân) tiến hành, mục đích là để người tiêu dùng biết đến và có nhu cầu về các sản phẩm và dịch vụ của họ. Quảng cáo chú trọng đến hình ảnh của các sản phẩm và dịch vụ mà người sở hữu nó có để phổ biến rộng rãi tới tất cả mọi người.

Marketing không hoàn toàn chỉ có chức năng

giới thiệu của quảng cáo. Marketing có nhiều chức năng khác nhau, có thể được sử dụng với nhiều mục đích và cách tiếp cận khác nhau. Có rất nhiều định nghĩa khác nhau của các nhà nghiên cứu về marketing.

Trong Từ điển Marketing và Quảng cáo (Macmillan Dictionary of Marketing and Advertising), tác giả M.J. Baker đã lưu ý: "Marketing là một quy phạm khoa học mới nổi lên, nó không được xử lý như một hạt nhân chặt chẽ của lý thuyết (ví dụ như kiểu đưa ra một định nghĩa chặt chẽ đối với một khái niệm trong các khoa học chính xác) mà có thể được phân ánh qua nhiều định nghĩa và giữa chúng có những điểm tương đồng với nhau" [11].

Xuất phát từ mục tiêu hay chức năng phải đảm nhận của hoạt động marketing, tác giả C.H.Loveloek và C.B. Weinberg cho rằng: Marketing có chức năng quản lý, nhằm thực hiện việc gắn kết một tổ chức (chủ thể triển khai hoạt động marketing) với toàn bộ môi trường bên ngoài (không gian mà tổ chức này tồn tại và phát triển) [13].

Tác giả Philip Kotler, cha đẻ của marketing hiện đại, cũng đưa ra một định nghĩa về marketing như sau: "Marketing là hoạt động của con người nhằm đáp ứng nhu cầu thông qua tiến trình trao đổi" [12]. Theo định nghĩa này, để có quá trình marketing phải có các yếu tố:

- Con người với nhu cầu của mình.
- Cái có thể đáp ứng được nhu cầu đó của con người (sản phẩm và dịch vụ).
- Cách thức hay phương thức để con người có được sản phẩm có thể đáp ứng nhu cầu của mình (sự thoả thuận, môi trường diễn ra sự thoả thuận đó và các quy định chung cho sự thoả thuận giữa người cần và người có sản phẩm được đưa ra trao đổi).

Quy định nghĩa này chúng ta có thể thấy, nếu như marketing là cả một quá trình đáp ứng nhu cầu của khách hàng (người dùng tin), từ sự nắm bắt, biến đổi các sản phẩm và dịch vụ để đáp ứng nhu cầu của khách hàng và mang nó đến với họ thông qua tiến trình trao đổi, thì quảng cáo làm nhiệm vụ giới thiệu tới khách hàng hình ảnh và các tính năng của sản phẩm và dịch vụ để khách

hàng có thể hình dung về nó. Quảng cáo (hay quảng bá, tiếp thị) là một phần tạo nên cách thức (phương thức) diễn ra sự trao đổi giữa người có nhu cầu với người có khả năng đáp ứng nhu cầu. Nó là một mắt xích trong quá trình marketing. Thực chất, quảng cáo (quảng bá hay tiếp thị) là một phần trong quá trình marketing và nó đóng vai trò quyết định trực tiếp trong việc mang hình ảnh của sản phẩm và dịch vụ tới với khách hàng trước khi quá trình trao đổi giữa người sở hữu với khách hàng diễn ra.

Trong nền kinh tế tri thức với sự bùng nổ của thông tin, các cơ quan thư viện - thông tin cũng đưa ra rất nhiều các chiêu thức quảng bá cho hình ảnh của thư viện mình. Trong đó, một hoạt động đang được nhiều thư viện chú ý phát triển là quảng bá trên Internet. Tức là sử dụng các dịch vụ trên Internet để tiến hành quảng bá cho các nguồn lực thông tin, các sản phẩm và dịch vụ của thư viện.

Việc sử dụng Internet cho hoạt động quảng bá của các thư viện cũng đòi hỏi cần đáp ứng những yêu cầu nhất định:

- Đối với các cơ quan thư viện - thông tin, Internet phải được coi là một trong những phương tiện thông tin chiến lược.
- Người dùng tin mục tiêu và tiềm năng có điều kiện tiếp cận, có thói quen sử dụng Internet, xác định được các dịch vụ Internet mà người dùng tin thường xuyên sử dụng.
- Thư viện phải được đầu tư ngân sách và có đội ngũ viên chức đủ trình độ để có thể khai thác và sử dụng hiệu quả các dịch vụ quảng bá trên Internet.
- Thư viện phải có chiến lược cụ thể cho việc quảng bá trên Internet trong từng thời kỳ cụ thể.

2. Mục đích và vai trò của quảng bá trên Internet trong hoạt động thư viện - thông tin

Quảng bá là một phần quan trọng trong hoạt động marketing tại các cơ quan thư viện - thông tin, nó hướng tới mục đích giới thiệu một cách đầy đủ và chính xác nhất tất cả các hoạt động, sản

phẩm, dịch vụ và nguồn lực thông tin của các thư viện, nhằm:

- Nâng cao nhận thức, sự hiểu biết và hình thành thói quen, tập quán ở mọi thành viên trong xã hội đối với việc khai thác, sử dụng thông tin.

- Nâng cao hiệu quả khai thác, sử dụng các nguồn lực của cơ quan thư viện - thông tin; nâng cao khả năng của các cơ quan thư viện - thông tin trong việc đáp ứng nhu cầu thông tin của mọi thành viên trong xã hội.

- Nâng cao hiệu quả đầu tư của xã hội đối với các cơ quan thư viện - thông tin.

Với mỗi thư viện cụ thể, thì việc lựa chọn hình thức quảng bá là khác nhau. Trong đó, một trong những hình thức quảng bá đang được chú ý hiện nay đó là quảng bá trên Internet.

Ngày nay, chúng ta có thể dễ dàng nhận thấy lợi ích mà Internet mang lại. Chỉ cần một vài bước cơ bản và hoàn toàn miễn phí thì thư viện có thể tham gia vào một mạng xã hội (social network) như: Facebook, Myspace, Wordpress, Flickr, Blog, Twitter, Zing Me, Instagram, Tumblr...; công nghệ thông tin phát triển khiến cho nhu cầu của người dùng tin cũng thay đổi theo một cách đáng kể, hoạt động của con người trong đa số các ngành nghề thường xuyên tiếp xúc với máy tính, với các dịch vụ khác nhau của Internet (chat, mail, trang web, blog...) cũng là một yếu tố quan trọng khiến các thư viện cần phải chú ý hơn nữa tới hoạt động này. Thêm vào đó, chúng ta có thể dễ dàng nhận thấy những ưu điểm nổi trội của Internet như:

- Quảng cáo không giới hạn cả về không gian và thời gian, không phải lo ngại về chi phí vì các chi phí cho các hình thức quảng cáo trên mạng Internet khá rẻ, thậm chí là miễn phí.

- Cơ hội liên kết hợp tác chia sẻ nguồn lực thông tin với các thư viện khác trên toàn cầu là một lợi thế mà các thư viện không thể bỏ qua khi tham gia vào cộng đồng mạng Internet.

- Các ứng dụng của trang web, blog được sử dụng ngày càng phổ biến giúp người làm thư viện làm được nhiều việc hơn với trang web của thư viện mình; hơn nữa, trang web, blog, mail, chat...

sẽ dễ dàng có thông tin phản hồi từ phía người dùng tin một cách nhanh chóng.

- Hoạt động của thư viện theo một nghĩa nào đó sẽ mở cửa 24/24 giờ mỗi ngày và việc quảng bá thì vẫn diễn ra liên tục nhờ Internet.

- Tạo hình ảnh về một thư viện được tổ chức tốt. Người dùng tin sẽ ấn tượng với một trang web thư viện được thiết kế chuyên nghiệp với các nội dung đáng quan tâm và liên tục được cập nhật.

3. Các hình thức quảng bá hoạt động thư viện - thông tin trên Internet

Ứng dụng của Internet mang lại sự đa dạng trong các hình thức quảng bá. Các hình thức chủ yếu mà chúng ta thường thấy đó là: Quảng bá qua trang web, blog của thư viện; Sử dụng công cụ tìm kiếm; Viết bài đưa lên các trang web có uy tín; Tham gia diễn đàn; Tham gia mạng xã hội; Gửi thông tin qua email và dịch vụ chat; Đặt các banner, logo quảng cáo trên các trang web; Đăng ký quảng cáo miễn phí trên các trang web.

Quảng bá qua trang web, blog của thư viện

Trang web

Các module thường thấy tại các trang web: Trang chủ, OPAC, forum, quảng cáo, mail, blog... Tuy nhiên, những module này không phải là một yêu cầu bắt buộc với bất kỳ một trang web nào. Việc lựa chọn các module cho phù hợp là quyền của các thư viện.

Blog

Blog cũng là một dạng của web nhưng đơn giản hơn. Được phần mềm hỗ trợ, dễ sử dụng, blog phổ biến rất nhanh và ai cũng có thể dễ dàng tạo ra một blog cho mình. Một trang blog có thể chứa các siêu liên kết, hình ảnh và liên kết (tới các trang chứa phim và âm nhạc). Văn bản blog dùng phong cách thảo luận. Một blog thường chỉ liên quan đến một chủ đề yêu thích. Các module thường thấy ở blog: Blog thường được thiết kế đơn giản hơn trang web. Việc lựa chọn module nào cho blog thuộc quyền của các thư viện. Đối với các thư viện có blog như là một tính năng của

trang web thì các module được lựa chọn thường chỉ có 2 module chính: Blog và liên kết.

Việc thiết kế một trang web, một blog để phục vụ cho hoạt động quảng bá là việc tạo ra các module với nội dung quảng bá về hình ảnh và nguồn lực của thư viện như:

- Các bài viết, hình ảnh giới thiệu về thư viện thường được để ở trang chủ, các đường link với tên gọi "About us" ở trang web, hay trên các bài viết ở blog.

- Các thông tin trao đổi giữa người dùng tin với nhau thường được đăng trên diễn đàn (forum) mà người truy cập muốn đăng bài phải có một tài khoản do thư viện cung cấp khi họ đăng ký, qua các ý kiến bình luận trên blog. Các ý kiến của người dùng tin đưa ra ở đây chính là nguồn thông tin phản hồi rất có giá trị để các cơ quan thư viện - thông tin biết được người dùng tin hiểu về mình như thế nào, các sản phẩm và dịch vụ mà mình cung cấp đáp ứng được nhu cầu của họ đến đâu để từ đó có hướng giải quyết cho phù hợp.

- Xây dựng cơ sở dữ liệu thư mục, cơ sở dữ liệu dữ kiện và cơ sở dữ liệu toàn văn trực tuyến để người dùng tin có thể tra cứu ở mọi lúc mọi nơi.

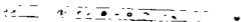
Việc xây dựng trang web, blog cho thư viện là một việc làm mang lại hiệu quả cao với mục đích đưa thư viện tới gần hơn với người dùng tin. Các trang web và blog với đầy đủ các thông tin về nguồn lực thông tin, sản phẩm và dịch vụ được tổ chức, sắp xếp dễ dàng sử dụng để trong môi trường mạng là điều kiện lý tưởng để các cơ quan thư viện - thông tin thu hút được khối lượng lớn người dùng tin trong thời đại thông tin phát triển như hiện nay.

Sử dụng công cụ tìm kiếm

Các thư viện có thể đưa thông tin về các hoạt động, các sản phẩm và dịch vụ đa dạng của thư viện lên các công cụ tìm kiếm nổi tiếng như:

Google:

 Được thiết lập cùng với Yahoo! Google là một bộ phận của Yahoo!



Yahoo:



Tin



Khi đưa thông tin lên mạng, thư viện sẽ phải trả một khoản phí cố định cho các từ khoá liên quan đến sản phẩm và dịch vụ của mình. Khi đó, nếu người dùng tin tìm kiếm thông tin qua các từ khoá liên quan, họ sẽ tìm thấy thông tin về thư viện. Cách làm này là một phương pháp hiệu quả vì thư viện chỉ phải trả một khoản phí hợp lý khi có lượt truy cập vào xem trang web của thư viện (qua đường link từ kết quả của công cụ tìm kiếm) và đó chính là đối tượng khách hàng mục tiêu của thư viện. Cụ thể như đường link <http://adwords.google.com/select/login> là đường dẫn đến chương trình quảng cáo của Google. Tại đây, các thư viện sẽ được làm hài lòng theo phương châm: "Được khách hàng thấy vào đúng thời điểm họ đang tìm kiếm trên Google những thứ bạn cung cấp. Và chỉ thanh toán khi khách hàng nhấp để truy cập trang web hoặc gọi cho bạn".

Tham gia mạng xã hội

Mạng xã hội (social network) kết nối các thành viên trên Internet với nhau với nhiều mục đích khác nhau mà không phân biệt địa lý và thời gian. Mạng xã hội với đầy đủ các tính năng như chat, mail, phim ảnh, chia sẻ dữ liệu, xã luận, kết nối bạn bè, quảng cáo... là một ứng dụng hết sức hữu ích cho các thư viện nhằm quảng bá hình ảnh của mình tới đông đảo người dùng tin, đặc biệt là với các thư viện lớn.

Nổi bật nhất mạng xã hội hiện nay đó chính là facebook. Gây chú ý với những sản phẩm và dịch vụ của thư viện thông qua facebook là một lựa chọn hết sức phù hợp, hiện nay facebook có hơn 30 triệu người dùng tại Việt Nam (năm 2015) [13]. Quảng bá trên facebook sẽ rất dễ dàng và hết sức nhanh chóng để thư viện tiếp cận được toàn bộ hay một phần số lượng đối tượng rộng lớn này.

Email marketing

Hình thức quảng cáo trực tuyến sơ khởi và khá phổ biến. Nó tạo cơ hội cho các thư viện tự biến

nội dung quảng cáo và phân phối tới người dùng tin với chi phí rẻ. Gắn liền với hình thức này nhưng hiện đại hơn là dịch vụ cung cấp thông tin gián đơn RSS (Really Simple Syndication), được hỗ trợ bởi công cụ tập hợp tin tức từ nhiều trang web và phân phối tới người dùng tin. Hình thức này được xem là có hiệu quả cao hơn so với việc gửi email, nhưng đồng thời có thể giúp tránh được nguy cơ bị công cụ lọc email và pop-up chặn lại hoặc lạm dụng để phát tán thư rác.

Quảng bá banner, logo

Logo "là một yếu tố đồ họa (ký hiệu, chữ biểu thị, biểu tượng, hình tượng...) kết hợp với cách thức thể hiện nó tạo thành: một nhãn hiệu hay thương hiệu, hình ảnh đại diện cho một công ty hay các tổ chức phi thương mại, hình ảnh biểu thị một sự kiện, một cuộc thi, một phong trào hay một cá nhân nào đó. Thông thường, logo được chú ý công nhận ngay sau khi nó được thiết kế xong và mặc nhiên có bản quyền, ít xảy ra trường hợp một logo tồn tại một thời gian dài mà không hoặc chưa có bản quyền. Trong hoạt động quảng bá, logo không phải là thương hiệu, tuy nhiên nó là ẩn tượng bên ngoài để dễ nhận ra thương hiệu".

Theo Từ điển Anh - Việt, *banner là biểu ngữ, đầu đề chữ lớn suốt một trang báo.*

Các banner, logo của thư viện xuất hiện ở một số trang web và khi kích chuột vào đó thì sẽ đưa đến một liên kết với nội dung mà thư viện mong muốn. Các thư viện phải trả một khoản kinh phí nhất định cho loại hình quảng bá này (kinh phí phụ thuộc vào kích thước của banner). Nếu hoạt động quảng bá này diễn ra thường xuyên và rộng rãi thì các sự kiện, sản phẩm và dịch vụ của thư viện càng được đông đảo người dùng tin biết đến.

Đăng ký quảng bá miễn phí trên các trang web

Có rất nhiều trang web cho phép đăng tải thông tin miễn phí. Tuy nhiên, nếu sử dụng dịch vụ này các thư viện cần chú ý đến mức độ uy tín của trang web. Đồng thời, các cỗ máy tìm kiếm thích những trang web có uy tín. Họ muốn những kết quả của họ chắc chắn và đáng tin cậy và

không thích những trang không có phần ghi lại độ tin cậy. Những trang có độ tin cậy cao thường cung cấp những thông tin hữu ích và cập nhật. Vì vậy, đăng tải thông tin quảng bá cho thư viện trên các trang web có uy tín cũng là một hoạt động hiệu quả giúp cho hình ảnh của thư viện thêm nhiều giá trị trong mắt những người quản lý trang web, cũng như trong mắt người dùng tin.

4. Kết luận

Cùng với sự phát triển không ngừng của công nghệ thông tin và truyền thông, các hình thức quảng bá thư viện đã có nhiều thay đổi với những hình thức đa dạng và hiệu quả hơn. Đặc biệt, ngày nay, khi Internet trở thành một phần thiết yếu trong đời sống con người thì các thư viện hết sức quan tâm tới việc sử dụng nó như là một công cụ hữu hiệu để thư viện tới gần với người dùng tin.

Xu hướng phát triển của các thư viện hiện nay là xây dựng thư viện số, thư viện điện tử, chính vì thế, việc kết hợp quảng bá trên Internet và xây dựng thư viện theo các hình thức đó là một hướng phát triển chắc chắn sẽ mang lại hiệu quả cho công tác phục vụ người dùng tin. Hy vọng rằng trong tương lai Internet với việc quảng bá hoạt động thư viện - thông tin sẽ có những bước chuyển mới và đem lại hiệu quả cao trong việc quảng bá hình ảnh của thư viện tới đông đảo người dùng tin.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. AIA - Từ điển giải nghĩa thư viện học và tin học Anh - Việt / Phạm Thị Lệ Hương, Lâm Vĩnh Thế, Nguyễn Thị Nga dịch. - USA: Galen Press, 1996.
2. Dương Hữu Hạnh. Các nguyên tắc Marketing. - H.: Thông kê, 2000.
3. Ngô Xuân Bình. Marketing lý thuyết và vận dụng. - H.: Khoa học xã hội, 2001.
4. Nguyễn Hữu Nghĩa. Tiếp thị thư viện qua mạng Internet // Tạp chí Thư viện Việt Nam. - 2007. - Số 2. - Tr. 29-33.
5. Phan Thị Thu Nga. Chiến lược Marketing trong hoạt động thông tin - thư viện // Tạp chí Thư viện Việt Nam. - 2005. - Số 3. - Tr. 15-25.

Xem tiếp trang 70