

VAI TRÒ CỦA TRUYỀN THÔNG TRONG HOẠT ĐỘNG THƯ VIỆN TẠI CÁC CƠ SỞ GIÁO DỤC ĐẠI HỌC CÔNG LẬP VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ

✍️ ThS. Nguyễn Văn Thủy
Học viện Hành chính và Quản trị công

● **TÓM TẮT:** Trong bối cảnh chuyển đổi số giáo dục đại học, thư viện đang chuyển từ mô hình phục vụ dựa chủ yếu trên không gian vật lý và tài liệu in sang hệ sinh thái học liệu, dữ liệu và dịch vụ học thuật đa nền tảng. Sự chuyển dịch này làm thay đổi căn bản vị trí của truyền thông thư viện. Truyền thông không còn chỉ là hoạt động tuyên truyền, giới thiệu sách hay quảng bá dịch vụ, mà trở thành cầu nối giúp tài nguyên số được nhận biết và sử dụng; hỗ trợ trải nghiệm người dùng; xây dựng quan hệ với công chúng học thuật; phát triển năng lực thông tin và văn hóa học thuật; tạo lập cơ chế phản hồi phục vụ quản trị; đồng thời góp phần hiện thực hóa mục tiêu chuyển đổi số của cơ sở giáo dục đại học. Trên cơ sở tổng quan tài liệu, phân tích chính sách và tham chiếu một số thực hành công khai tại các thư viện đại học công lập ở ba khu vực Bắc – Trung – Nam, bài viết hệ thống hóa sáu nhóm vai trò chủ yếu của truyền thông thư viện, chỉ ra một số vấn đề hạn chế và đề xuất định hướng phát huy vai trò này trong giai đoạn tới. Các trường hợp thư viện được sử dụng như ví dụ minh họa, không phải mẫu khảo sát đại diện và không nhằm xếp hạng giữa các cơ sở.

● **Từ khóa:** truyền thông thư viện; thư viện đại học; chuyển đổi số; quan hệ công chúng; học liệu số; quản trị thư viện.

● **ABSTRACT:** In the context of digital transformation in higher education, academic libraries are moving from services centered mainly on physical spaces and printed collections toward multi-platform ecosystems of digital learning resources, data and academic support. This transformation fundamentally changes the position of library communication. Communication is no longer limited to publicity, book promotion or service announcements; it increasingly functions as a bridge that makes digital resources visible and usable, supports user experience, builds relationships with academic publics, develops information literacy and academic culture, creates feedback mechanisms for library governance, and contributes to the digital transformation goals of higher education institutions. Based on a review of relevant literature, policy analysis and selected publicly available practices from public university libraries in Northern, Central and Southern Viet Nam, the article systematizes six major roles of library communication, identifies key

challenges, and proposes orientations for strengthening these roles in the coming period. The library cases are used only as illustrative references rather than as a statistically representative sample or ranking exercise.

● **Keywords:** *library communication; academic libraries; digital transformation; public relations; digital learning resources; library governance.*

Ngày nhận bài: 31/7/2026 Ngày bình duyệt: 07/8/2026 Ngày duyệt đăng: 10/8/2026

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Chuyển đổi số đang tạo ra những thay đổi có tính cấu trúc đối với giáo dục đại học, từ quản trị, đào tạo, nghiên cứu khoa học đến cung cấp học liệu và các dịch vụ hỗ trợ người học. Trong tiến trình đó, thư viện là một trong những đơn vị chịu tác động trực tiếp, bởi đối tượng phục vụ, phương thức cung cấp tài nguyên, môi trường tương tác và kỳ vọng của người dùng đều thay đổi nhanh chóng. Tài liệu in được bổ sung bởi tài nguyên điện tử; hoạt động mượn – trả được mở rộng bằng truy cập từ xa; không gian vật lý được kết nối với thư viện số, cơ sở dữ liệu, kho học liệu, hệ thống phát hiện tài nguyên và các nền tảng hỗ trợ học tập, nghiên cứu.

Ở Việt Nam, Luật Thư viện năm 2019, Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 phê duyệt Chương trình Chuyển đổi số quốc gia, Quyết định số 131/QĐ-TTg ngày 25/01/2022 về tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong giáo dục và đào tạo, cùng Thông tư số 14/2023/TT-BGDĐT quy định tiêu chuẩn thư viện cơ sở giáo dục đại học đã tạo nền tảng thể chế quan trọng cho đổi mới hoạt động thư viện. Những văn bản này nhấn mạnh yêu cầu phát triển tài nguyên thông tin, ứng dụng công nghệ, tăng khả năng truy cập, liên thông, chia sẻ và nâng cao chất lượng phục vụ người sử dụng (Quốc hội, 2019; Thủ tướng Chính phủ, 2020, 2022; Bộ Giáo dục và Đào tạo, 2023).

Tuy nhiên, hạ tầng số và tài nguyên số chỉ tạo ra giá trị khi người dùng biết đến,

hiểu, tiếp cận thuận lợi và sử dụng hiệu quả. Một cơ sở dữ liệu có giá trị nhưng ít người biết cách truy cập; một kho học liệu số có quy mô lớn nhưng khó tìm kiếm; một chương trình tập huấn thiết thực nhưng thông tin không đến đúng nhóm cần hỗ trợ; hay một kênh mạng xã hội được cập nhật thường xuyên nhưng thiếu phản hồi đều cho thấy khoảng cách giữa năng lực cung cấp và khả năng tiếp nhận. Chính tại khoảng cách đó, truyền thông thư viện trở thành một yếu tố có ý nghĩa vận hành, chứ không đơn thuần là hoạt động quảng bá ở khâu cuối của quy trình dịch vụ.

Bài viết tập trung trả lời hai câu hỏi: truyền thông thư viện giữ những vai trò chủ yếu nào trong quá trình chuyển đổi số của thư viện đại học công lập; và cần những định hướng nào để phát huy các vai trò đó trong thực tiễn. Điểm đóng góp của bài viết là hệ thống hóa truyền thông thư viện thành sáu nhóm vai trò có quan hệ với nhau, từ kết nối tài nguyên – dịch vụ với công chúng đến hỗ trợ quản trị và hiện thực hóa chuyển đổi số. Một số thực hành công khai tại các thư viện đại học ở Bắc – Trung – Nam được sử dụng như ví dụ minh họa, không phải dữ liệu khảo sát đại diện cho toàn bộ hệ thống.

2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ PHƯƠNG PHÁP TIẾP CẬN

2.1. Truyền thông thư viện trong môi trường số

Truyền thông thư viện có thể được hiểu là quá trình thư viện chủ động tạo lập, tổ chức và trao đổi thông tin với các nhóm công chúng nhằm giúp họ nhận biết, hiểu,

tiếp cận và sử dụng hiệu quả tài nguyên, sản phẩm, dịch vụ và các giá trị học thuật mà thư viện cung cấp; đồng thời tạo cơ chế tiếp nhận phản hồi để cải thiện hoạt động và duy trì quan hệ lâu dài. Khái niệm này rộng hơn quảng bá vì truyền thông không chỉ diễn ra khi thư viện giới thiệu một sản phẩm hay sự kiện mà xuyên suốt hành trình người dùng: hình thành nhu cầu, tìm kiếm thông tin, truy cập hệ thống, sử dụng dịch vụ, nhận hỗ trợ, phản hồi và quay lại sử dụng.

Các nghiên cứu về marketing và mạng xã hội trong thư viện cho thấy các nền tảng số ngày càng trở thành một bộ phận quan trọng của hoạt động giao tiếp với người sử dụng. Chu và Du (2013) chỉ ra thư viện đại học sử dụng nhiều công cụ mạng xã hội cho các mục tiêu từ thông báo đến hỗ trợ trực tuyến; Collins và Quan-Haase (2014) ghi nhận sự gia tăng hiện diện trên mạng xã hội nhưng cũng cho thấy sự khác biệt đáng kể về mức độ sử dụng. Joo, Choi và Baek (2018) cho thấy loại nội dung và cách thể hiện có quan hệ với mức độ tham gia của người dùng. Điều đó cho thấy có kênh truyền thông chỉ là điều kiện ban đầu; hiệu quả phụ thuộc vào nội dung, mức độ phù hợp, khả năng tương tác và cách kênh được tích hợp với dịch vụ thư viện.

Dưới góc độ quan hệ công chúng, lý thuyết quản trị quan hệ nhấn mạnh mục tiêu của truyền thông là xây dựng và duy trì quan hệ có chất lượng giữa tổ chức với công chúng. Grunig và Hunt (1984) phân biệt các mô hình truyền thông một chiều và hai chiều; Hon và Grunig (1999) gợi ý các chỉ báo như niềm tin, sự hài lòng và cam kết; Kent và Taylor (1998) nhấn mạnh nguyên tắc đối thoại trong môi trường web. Vận dụng vào thư viện, cách tiếp cận này làm rõ rằng truyền thông không thể chỉ được đo bằng số bài đăng hay lượt xem mà phải được nhìn qua khả năng hỗ trợ người dùng, tăng chất lượng trải nghiệm và duy trì quan hệ học thuật bền vững.

2.2. Phương pháp và phạm vi tham chiếu

Bài viết sử dụng phương pháp phân tích tài liệu, tổng hợp lý thuyết và phân tích chính sách để làm rõ nội hàm, vai trò và yêu cầu đối với truyền thông thư viện trong bối cảnh chuyển đổi số. Nguồn tài liệu gồm văn bản pháp luật, chiến lược chuyển đổi số, các nghiên cứu về quan hệ công chúng, marketing thư viện, truyền thông số và thông tin – thư viện.

Để tăng tính gắn kết với thực tiễn, bài viết tham chiếu thông tin công khai từ một số thư viện đại học công lập ở ba khu vực Bắc – Trung – Nam, gồm Trung tâm Thư viện và Tri thức số – Đại học Quốc gia Hà Nội; Thư viện Tạ Quang Bửu – Đại học Bách khoa Hà Nội; Trung tâm Học liệu số – Đại học Huế; Trung tâm Công nghệ thông tin và Học liệu – Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Đà Nẵng; Thư viện Trung tâm – Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh; và Thư viện Đại học Cần Thơ. Các trường hợp này được lựa chọn vì có đơn vị thư viện/học liệu được nhận diện chính thức và có thông tin công khai về tài nguyên, dịch vụ hoặc hoạt động truyền thông số. Việc tham chiếu chỉ nhằm minh họa cho các vai trò được phân tích, không dùng để suy rộng thống kê, đánh giá hiệu quả hay xếp hạng giữa các đơn vị.

3. VAI TRÒ CỦA TRUYỀN THÔNG TRONG HOẠT ĐỘNG THƯ VIỆN TẠI CÁC CƠ SỞ GIÁO DỤC ĐẠI HỌC CÔNG LẬP TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ

3.1. Kết nối tài nguyên và dịch vụ thư viện với nhu cầu của công chúng

Vai trò đầu tiên và trực tiếp nhất của truyền thông là làm cho nguồn lực thư viện được nhìn thấy, được hiểu và được sử dụng. Trong thư viện truyền thống, người dùng có thể tiếp cận tài nguyên thông qua không

gian vật lý, cán bộ phục vụ và hệ thống mục lục tại chỗ. Trong môi trường số, tài nguyên phân tán trên nhiều nền tảng: OPAC, thư viện số, cơ sở dữ liệu thuê bao, kho nội sinh, học liệu mở, công truy cập từ xa và các dịch vụ hỗ trợ nghiên cứu. Nếu thiếu truyền thông, sự phong phú của nguồn lực có thể trở thành một cấu trúc phức tạp đối với người dùng.

Truyền thông thực hiện chức năng chuyển dịch từ “có tài nguyên” sang “tài nguyên có khả năng được sử dụng”. Các nội dung giới thiệu, hướng dẫn, video thao tác, bản tin cơ sở dữ liệu, thông báo truy cập thử, chuyên mục hỏi – đáp và tập huấn giúp giảm chi phí tìm kiếm thông tin, làm rõ điều kiện truy cập và dẫn người dùng đến đúng nguồn. Vai trò này đặc biệt quan trọng với sinh viên mới, người học từ xa hoặc người dùng có năng lực số chưa đồng đều.

3.2. Nâng cao trải nghiệm người dùng và hiệu quả khai thác hệ sinh thái số

Chuyển đổi số thư viện không chỉ là số hóa tài liệu mà còn là tái thiết kế trải nghiệm người dùng. Khi một người phải đi qua nhiều bước đăng nhập, không biết lựa chọn cơ sở dữ liệu nào, không tìm được hướng dẫn truy cập từ xa hoặc không biết hỏi ai khi gặp lỗi, giá trị của hạ tầng số bị suy giảm. Truyền thông có vai trò giải thích và làm liền mạch trải nghiệm đó.

Thông qua hệ thống chỉ dẫn nhất quán, nội dung hướng dẫn theo tình huống, thông báo lỗi – bảo trì, câu hỏi thường gặp, hỗ trợ trực tuyến và các kênh phản hồi, thư viện có thể giảm rào cản sử dụng. Truyền thông cũng giúp kết nối các điểm tiếp xúc khác nhau như website, cổng tra cứu, thư viện số, mạng xã hội, email, quầy phục vụ và lớp tập huấn thành một hành trình tương đối thống nhất. Đây là chuyển đổi quan trọng từ truyền thông theo từng kênh sang truyền thông theo trải nghiệm.

3.3. Xây dựng quan hệ với công chúng và định vị hình ảnh thư viện trong hệ sinh thái đại học

Trong bối cảnh tài nguyên học thuật có thể được tìm kiếm từ nhiều nguồn ngoài thư viện, giá trị khác biệt của thư viện không chỉ nằm ở việc sở hữu tài liệu mà còn ở độ tin cậy, năng lực hỗ trợ và chất lượng quan hệ với người dùng. Truyền thông vì vậy giữ vai trò xây dựng nhận thức và định vị thư viện như một đối tác học thuật, thay vì chỉ là nơi mượn – trả sách.

Định vị này được hình thành qua sự nhất quán giữa thông điệp và trải nghiệm thực tế. Khi thư viện thường xuyên cung cấp hướng dẫn đáng tin cậy, phản hồi kịp thời, tổ chức hoạt động hỗ trợ nghiên cứu, giới thiệu học liệu có chọn lọc và tạo không gian trao đổi, hình ảnh “đối tác tri thức” được củng cố. Ngược lại, nếu truyền thông chỉ tập trung vào các thông báo hành chính hoặc nội dung mang tính sự kiện, công chúng khó nhận diện đầy đủ năng lực chuyên môn của thư viện.

3.4. Phát triển năng lực thông tin, văn hóa đọc và chuẩn mực học thuật

Một vai trò ngày càng quan trọng của truyền thông thư viện là giáo dục và hỗ trợ năng lực thông tin. Trong môi trường số, người học không thiếu thông tin mà đối mặt với thách thức lựa chọn nguồn, đánh giá độ tin cậy, trích dẫn đúng, quản lý tài liệu tham khảo, nhận diện thông tin sai lệch và sử dụng trí tuệ nhân tạo có trách nhiệm. Đây là những năng lực gắn trực tiếp với chất lượng học tập và nghiên cứu.

Thư viện có lợi thế chuyên môn để truyền thông các nội dung như chiến lược tìm kiếm, sử dụng cơ sở dữ liệu, quản lý trích dẫn, quyền tác giả, liêm chính học thuật, dữ liệu nghiên cứu, nhận diện tạp chí không đáng tin cậy và thực hành công bố khoa học. Khi được tổ chức bằng ngôn ngữ dễ hiểu, định dạng ngắn gọn, lớp tập huấn

hoặc chuỗi nội dung theo nhu cầu, truyền thông trở thành một hình thức học tập hỗ trợ có khả năng tiếp cận rộng.

3.5. Tạo lập cơ chế đối thoại, phản hồi và dữ liệu phục vụ quản trị thư viện

Truyền thông hai chiều tạo cho thư viện khả năng lắng nghe có hệ thống. Phản hồi về giao diện, tài nguyên còn thiếu, giờ phục vụ, chất lượng hỗ trợ, nhu cầu tập huấn hoặc khó khăn trong truy cập là nguồn dữ liệu quan trọng cho cải tiến dịch vụ. Khi các kênh truyền thông chỉ được sử dụng để phát tin, thư viện bỏ lỡ một phần giá trị lớn của môi trường số.

Cơ chế đối thoại có thể được thực hiện qua tư vấn trực tuyến, biểu mẫu phản hồi, khảo sát nhanh, lịch hẹn với cán bộ thư viện, hỏi – đáp trên mạng xã hội, nhóm cộng đồng và trao đổi sau các lớp tập huấn. Điều quan trọng là phản hồi phải được ghi nhận, phân loại, chuyển đến đúng bộ phận và có khả năng quay trở lại với người dùng dưới hình thức giải đáp hoặc cải tiến cụ thể. Khi công chúng nhìn thấy ý kiến của mình có giá trị, niềm tin và mức độ tham gia có cơ sở để tăng lên.

3.6. Góp phần hiện thực hóa chuyển đổi số của thư viện và cơ sở giáo dục đại học

Chuyển đổi số chỉ bền vững khi công nghệ được chấp nhận và trở thành một phần

của hành vi tổ chức. Truyền thông có vai trò giải thích mục tiêu, hướng dẫn thay đổi, giảm sự lúng túng, tạo động lực sử dụng dịch vụ mới và kết nối các nhóm liên quan. Với thư viện, vai trò này thể hiện rõ khi triển khai thư viện số, truy cập từ xa, nền tảng học liệu, dịch vụ hỗ trợ nghiên cứu hoặc các công cụ ứng dụng trí tuệ nhân tạo.

Ở cấp độ rộng hơn, thư viện có thể trở thành một điểm nổi quan trọng trong hệ sinh thái chuyển đổi số của trường đại học. Thông qua truyền thông, thư viện kết nối học liệu với hệ thống đào tạo, hỗ trợ giảng viên và người học khai thác tài nguyên số, phổ biến chuẩn mực dữ liệu và liêm chính học thuật, đồng thời lan tỏa năng lực số. Như vậy, truyền thông thư viện không chỉ phục vụ riêng hoạt động của thư viện mà có thể hỗ trợ mục tiêu nâng cao chất lượng đào tạo, nghiên cứu và quản trị tri thức của cơ sở giáo dục đại học.

4. MỘT SỐ VÍ DỤ THAM KHẢO TỪ THƯ VIỆN ĐẠI HỌC CÔNG LẬP Ở BA KHU VỰC

Các trường hợp dưới đây được sử dụng để minh họa cho sự đa dạng về cách thức thực hiện các vai trò truyền thông nêu trên. Bài viết không tiến hành khảo sát thực địa, không so sánh hiệu quả và không coi các trường hợp là đại diện thống kê cho từng khu vực.

Khu vực	Đơn vị thư viện	Khía cạnh tham chiếu	Vai trò được minh họa
Bắc	Trung tâm Thư viện và Tri thức số - Đại học Quốc gia Hà Nội	Định vị thư viện trong hệ sinh thái tri thức số; truyền thông về học liệu, không gian và dịch vụ số.	Vai trò định vị, kết nối tri thức và hỗ trợ chuyển đổi số.
Bắc	Thư viện Tạ Quang Bửu - Đại học Bách khoa Hà Nội	Kết nối website, OPAC, thư viện số, mạng xã hội và tài liệu hướng dẫn người dùng.	Vai trò hướng dẫn hành trình sử dụng và nâng cao khả năng tiếp cận.

Khu vực	Đơn vị thư viện	Khía cạnh tham chiếu	Vai trò được minh họa
Trung	Trung tâm Học liệu số – Đại học Huế	Công khai nguồn lực, cơ sở dữ liệu, không gian và hướng dẫn khai thác.	Vai trò minh bạch thông tin, kết nối nguồn lực với người sử dụng.
Trung	Trung tâm CNTT và Học liệu – Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Đà Nẵng	Mô hình tích hợp công nghệ thông tin, học liệu và truyền thông.	Vai trò phối hợp hạ tầng số, nội dung và truyền thông trong cấu trúc đa chức năng.
Nam	Thư viện Trung tâm – Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh	Dịch vụ trực tuyến, tập huấn, hoạt động học thuật và hệ thống liên thư viện.	Vai trò hỗ trợ học thuật, kết nối cộng đồng và dịch vụ đa tầng.
Nam	Thư viện Đại học Cần Thơ	Truyền thông quảng bá dịch vụ và tài nguyên được thể hiện trong chức năng; gắn với kỹ năng thông tin và hoạt động học thuật.	Vai trò thể chế hóa truyền thông như một bộ phận của hoạt động phục vụ.

Bảng 1

Bảng tham chiếu (bảng 1) cho thấy các thư viện có thể phát huy vai trò truyền thông theo những cách khác nhau: định vị thư viện trong hệ sinh thái tri thức số; hướng dẫn hành trình sử dụng; công khai nguồn lực và dịch vụ; tích hợp công nghệ, học liệu và truyền thông; hỗ trợ học thuật trong hệ thống liên thư viện; hoặc thể chế hóa truyền thông như một nhiệm vụ của đơn vị. Sự đa dạng này cho thấy không có một mô hình tổ chức duy nhất, nhưng điểm chung là truyền thông ngày càng gắn trực tiếp với khả năng tiếp cận, trải nghiệm và quan hệ giữa thư viện với công chúng học thuật.

5. NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA ĐỐI VỚI VIỆC PHÁT HUY VAI TRÒ CỦA TRUYỀN THÔNG THƯ VIỆN

Thứ nhất, nhận thức về truyền thông thư viện ở một số nơi có thể vẫn thiên về tuyên truyền và thông báo. Khi truyền thông chỉ được triển khai sau khi sản phẩm, dịch vụ hoặc sự kiện đã được thiết kế, nó khó thực hiện vai trò nghiên cứu công chúng, hỗ

trợ trải nghiệm và tạo phản hồi cho quản trị. Cần chuyển từ tư duy “đăng thông tin” sang tư duy truyền thông như một quá trình đồng hành với dịch vụ.

Thứ hai, sự phân mảnh kênh và nội dung có thể làm giảm hiệu quả. Website, mạng xã hội, thư viện số, email và các cổng dịch vụ nếu vận hành thiếu phối hợp sẽ tạo ra thông tin không nhất quán, đường dẫn rời rạc hoặc trải nghiệm lặp lại. Đa kênh chỉ thực sự có ý nghĩa khi được tích hợp trên cơ sở hành trình người dùng.

Thứ ba, năng lực truyền thông số của đội ngũ thư viện cần được nhìn như một năng lực chuyên môn mới. Bên cạnh nghiệp vụ thông tin – thư viện, cán bộ cần có khả năng phân tích công chúng, xây dựng nội dung, thiết kế thông tin, quản trị nền tảng, đo lường dữ liệu, xử lý phản hồi và nhận diện rủi ro truyền thông. Đây là yêu cầu không thể giải quyết chỉ bằng việc giao thêm nhiệm vụ cho cán bộ kiêm nhiệm.

Thứ tư, cơ chế đối thoại và đo lường

chất lượng quan hệ còn cần được tăng cường. Số bài đăng, lượt tiếp cận hay lượt tham dự là chỉ báo đầu ra; để đánh giá vai trò thực chất của truyền thông cần theo dõi mức nhận biết, khả năng tìm thấy dịch vụ, mức sử dụng, sự hài lòng, niềm tin, ý định tiếp tục sử dụng và hành vi giới thiệu thư viện.

Thứ năm, quản trị dữ liệu, bản quyền và an ninh mạng phải được đặt trong chính sách truyền thông. Truyền thông số có thể liên quan đến tài khoản, lịch sử tương tác, hình ảnh, tài liệu điện tử và dữ liệu người dùng. Việc phát triển các hoạt động cá nhân hóa hoặc đo lường phải tuân thủ nguyên tắc cần thiết, minh bạch, bảo mật và đúng quy định pháp luật, tránh đánh đổi niềm tin để lấy dữ liệu.

Thứ sáu, mối liên kết giữa chiến lược truyền thông thư viện với chiến lược chuyển đổi số của nhà trường chưa phải lúc nào cũng rõ ràng. Nếu truyền thông thư viện tách rời khỏi mục tiêu đào tạo, nghiên cứu, học liệu số và quản trị tri thức, vai trò của nó khó được nhận diện đầy đủ và khó có nguồn lực tương xứng.

6. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT HUY VAI TRÒ CỦA TRUYỀN THÔNG THƯ VIỆN TRONG GIAI ĐOẠN TỚI

Một là, xác lập truyền thông thư viện như một cấu phần của chiến lược phát triển thư viện và chuyển đổi số của cơ sở giáo dục đại học. Mục tiêu truyền thông cần gắn với các kết quả cụ thể như tăng khả năng tiếp cận học liệu, nâng cao năng lực thông tin, cải thiện trải nghiệm, hỗ trợ nghiên cứu và phát triển văn hóa đọc; không nên chỉ dừng ở chỉ tiêu số lượng tin, bài.

Hai là, tổ chức truyền thông dựa trên nghiên cứu công chúng và hành trình người dùng. Thư viện cần nhận diện các nhóm công chúng trọng tâm, nhu cầu, rào cản, năng lực số và thời điểm phát sinh nhu cầu; từ đó thiết kế nội dung tương ứng với giai

đoạn nhập học, học phần, làm khóa luận, học sau đại học, triển khai đề tài hoặc chuẩn bị công bố khoa học.

Ba là, ưu tiên nội dung có giá trị học thuật và khả năng hành động. Bên cạnh thông báo, cần tăng nội dung hướng dẫn tìm kiếm, đánh giá nguồn tin, quản lý trích dẫn, dữ liệu nghiên cứu, sở hữu trí tuệ, liên chính học thuật và sử dụng trí tuệ nhân tạo có trách nhiệm. Mỗi nội dung nên giúp người dùng giải quyết một vấn đề cụ thể.

Bốn là, tích hợp các kênh và tăng cường đối thoại. Thư viện cần xây dựng nguyên tắc chung về nhận diện, lịch nội dung, đường dẫn, phản hồi và chuyển tiếp thông tin giữa website, thư viện số, mạng xã hội, email và điểm phục vụ. Đồng thời, cần phát triển tư vấn trực tuyến, hỏi – đáp, lịch hẹn chuyên gia thư viện, cộng đồng người dùng hoặc mạng lưới đại sứ thư viện.

Năm là, đầu tư năng lực và cơ chế quản trị truyền thông. Cần xác định rõ đầu mối chịu trách nhiệm, quy trình biên tập – phê duyệt, phân quyền tài khoản, xử lý phản hồi, lưu trữ nội dung và ứng phó sự cố; đồng thời bồi dưỡng cho cán bộ thư viện năng lực nội dung số, phân tích dữ liệu, truyền thông khoa học và quản trị quan hệ.

Sáu là, xây dựng hệ thống đánh giá theo nhiều tầng. Tầng đầu ra theo dõi nội dung, mức tiếp cận, truy cập và tham dự; tầng kết quả đo khả năng tìm thấy và sử dụng dịch vụ, mức hài lòng, niềm tin và ý định tiếp tục sử dụng; tầng tác động xem xét đóng góp của truyền thông đối với việc sử dụng học liệu, năng lực thông tin và chất lượng hỗ trợ học tập – nghiên cứu. Dữ liệu đánh giá cần được quản trị hợp pháp và sử dụng để cải tiến liên tục.

7. KẾT LUẬN

Trong bối cảnh chuyển đổi số, truyền thông thư viện tại các cơ sở giáo dục đại học công lập không còn là hoạt động phụ trợ chỉ nhằm giới thiệu sách, thông báo dịch

vụ hay quảng bá sự kiện. Truyền thông giữ vai trò kết nối tài nguyên và dịch vụ với nhu cầu của công chúng; nâng cao trải nghiệm và hiệu quả sử dụng hệ sinh thái số; xây dựng quan hệ và định vị thư viện; phát triển năng lực thông tin, văn hóa đọc và chuẩn mực học thuật; tạo cơ chế đối thoại và dữ liệu phục vụ quản trị; đồng thời góp phần hiện thực hóa mục tiêu chuyển đổi số của thư viện và nhà trường.

Bài viết mang tính lý luận – phân tích

và sử dụng các trường hợp thực tiễn như ví dụ minh họa, chưa thay thế cho khảo sát người dùng hoặc đánh giá hiệu quả tại từng cơ sở. Đây cũng là hướng nghiên cứu cần tiếp tục: kiểm định mối quan hệ giữa chất lượng truyền thông, trải nghiệm số, niềm tin, sự hài lòng và hành vi sử dụng thư viện; đồng thời phân tích sâu các điều kiện tổ chức, nguồn lực và quản trị dữ liệu quyết định hiệu quả truyền thông thư viện đại học công lập trong giai đoạn chuyển đổi số./

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Giáo dục và Đào tạo. (2023). Thông tư số 14/2023/TT-BGDĐT ngày 17/7/2023 quy định tiêu chuẩn thư viện cơ sở giáo dục đại học.
2. Phan Thị Hà Thanh. (2021). Thư viện đại học và hoạt động thông tin trong môi trường học thuật số. Thông tin và Tư liệu, (4), 20–27.
3. Quốc hội. (2019). Luật Thư viện số 46/2019/QH14 ngày 21/11/2019.
4. Thủ tướng Chính phủ. (2020). Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 phê duyệt Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030.
5. Thủ tướng Chính phủ. (2022). Quyết định số 131/QĐ-TTg ngày 25/01/2022 phê duyệt Đề án tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong giáo dục và đào tạo giai đoạn 2022–2025, định hướng đến năm 2030.
6. Trung tâm Công nghệ thông tin và Học liệu – Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Đà Nẵng. (2026). Giới thiệu chức năng, nhiệm vụ. https://itlr.ufl.udn.vn/?page_id=262
7. Trung tâm Học liệu số – Đại học Huế. (2026). Tài nguyên – Cơ sở vật chất. <https://lrc.hueuni.edu.vn/Page/tai-nguyen--co-so-vat-chat>
8. Trung tâm Thư viện và Tri thức số – Đại học Quốc gia Hà Nội. (2025). Tổng quan học liệu Trung tâm Thư viện và Tri thức số. <https://lic.vnu.edu.vn/>
9. Thư viện Đại học Cần Thơ. (2025). Giới thiệu chung và chức năng, nhiệm vụ. <https://lrc.ctu.edu.vn/index.php/mnu-gioi-thieu>
10. Thư viện Tạ Quang Bửu – Đại học Bách khoa Hà Nội. (2023). Hướng dẫn sử dụng thư viện dành cho sinh viên khóa 68. <https://library.hust.edu.vn/>
11. Thư viện Trung tâm – Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh. (2026). Công thông tin, dịch vụ và tin tức thư viện. <https://vnulib.edu.vn/>
12. Vũ Quỳnh Nhung. (2017). Marketing thư viện trong thời đại số. Kỷ yếu hội thảo Sự nghiệp Thông tin – Thư viện Việt Nam đổi mới và hội nhập quốc tế