

MẠNG XÃ HỘI FACEBOOK VỚI VIỆC TIẾP CẬN VÀ QUẢNG BÁ CÁC HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ THƯ VIỆN

ThS Trần Xuân Bản

Thư viện Trường Đại học Sư phạm Hà Nội 2

● **Tóm tắt:** Nghiên cứu hiệu quả của mạng xã hội Facebook với việc tiếp cận và quảng bá dịch vụ thông tin - thư viện trong môi trường đại học. Khảo sát cách thức tổ chức, nội dung, tần suất đăng tải thông tin trên trang Facebook của 30 thư viện đại học ở Việt Nam. Đề ra các giải pháp nhằm tăng cường hiệu quả của việc tiếp cận quảng bá dịch vụ thông tin thư viện qua trang Facebook của các thư viện đại học ở Việt Nam.

● **Từ khóa:** Dịch vụ thư viện; thông tin - thư viện; mạng xã hội; Facebook.

FACEBOOK WITH THE APPROACHING AND MARKETING LIBRARY ACTIVITIES AND SERVICES

● **Abstract:** This paper discusses the effectiveness of the academic libraries in approaching and promoting library services to students through Facebook. It investigates the method of organising Facebook pages, content and frequency of posting on the pages from 30 academic libraries in Viet Nam. It proposes solutions to improve the Facebook effectiveness

● **Keywords:** Library services; social networks; Facebook; information - library sciences.

1. TIẾP CẬN VÀ QUẢNG BÁ DỊCH VỤ THÔNG TIN - THƯ VIỆN QUA MẠNG XÃ HỘI FACEBOOK - HƯỚNG TIẾP CẬN HIỆU QUẢ ĐỐI VỚI THƯ VIỆN ĐẠI HỌC

Ra đời vào năm 2004, đến nay, mạng xã hội Facebook đã trở nên quen thuộc và được sử dụng rộng rãi trên toàn thế giới. Ước tính, hiện nay trên thế giới có khoảng 2,5 tỷ người sử dụng mạng xã hội Facebook và trong đó tỷ lệ thanh niên từ 18 đến 29 tuổi sử dụng là 88% [Aslam, 2020]. Người Việt Nam được tiếp cận với Facebook muộn hơn (năm 2008). Tuy nhiên, tốc độ gia tăng về số người sử dụng lại đứng vào top đầu. Hiện nay, tại Việt Nam có hơn 66 triệu tài khoản Facebook, đứng thứ 7 trong top 10 nước có số người sử dụng facebook nhiều nhất [Clement, 2020].

Mạng xã hội Facebook là một dịch vụ cho phép kết nối các thành viên cùng sở thích trên mạng internet với nhau không phân biệt không gian và thời gian, thông qua sự tương tác giữa các thành viên. Nhờ khả năng kết nối, tương tác với số lượng lớn các

thành viên, Facebook đã trở thành phương tiện hữu hiệu, tiện lợi mà các doanh nghiệp, các cơ quan hành chính, sự nghiệp, dịch vụ công hướng đến nhằm mục đích tiếp cận, quảng bá hình ảnh, sản phẩm, dịch vụ của tổ chức mình với cộng đồng.

Đối với ngành thông tin - thư viện, trong những năm gần đây, hoạt động marketing được các thư viện đẩy mạnh với mục tiêu “thu hút người dùng tin đến khai thác, sử dụng các sản phẩm và dịch vụ thông tin nhiều nhất; làm thỏa mãn tối đa nhu cầu tin của người dùng tin; giới thiệu đến người dùng tin nhiều sản phẩm 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” [Dương Thị Chính Lâm, 2013]. Với mục tiêu, Facebook trở thành phương tiện hữu hiệu nhất, giúp các cơ quan thông tin - thư viện có thể tiếp cận nhanh chóng, quảng bá các sản phẩm và dịch vụ tới người dùng tin, trong môi trường thư viện đại học, việc sử dụng Facebook làm phương tiện để tiếp cận, quảng bá các sản phẩm và dịch vụ tới người dùng tin càng trở nên hữu hiệu hơn.

Đối tượng phục vụ của hệ thống thư viện trường đại học chủ yếu là sinh viên, giảng viên, học viên, nghiên cứu sinh. Họ là những người có trình độ cao, khả năng tiếp cận nhanh với công nghệ mới, đặc biệt là công nghệ thông tin và truyền thông. Chính vì vậy, việc sử dụng Facebook đối với các đối tượng người dùng tin này là phổ biến hơn so với đối tượng người dùng tin của các hệ thống thông tin - thư viện khác.

Riêng với đối tượng người dùng tin là sinh viên. Đây là những người trẻ tuổi, có kiến thức và khả năng tiếp cận với công nghệ nhanh nhất so với các nhóm người dùng tin khác, do đó tỷ lệ sinh viên sử dụng Facebook là rất lớn. Theo kết quả nghiên cứu của tác giả Nguyễn Nho Huy (2016), qua khảo sát 150 sinh viên của Trường Đại học Kinh doanh và Công nghệ Hà Nội và Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, 100% sinh viên được hỏi đều trả lời là thường xuyên sử dụng mạng xã hội Facebook, ngoài ra còn sử dụng một số mạng xã hội khác như Zalo, Yahoo. Về thời gian sử dụng Facebook, có đến 55% sinh viên được hỏi trả lời rằng họ truy cập mạng xã hội Facebook bất kỳ lúc nào rảnh rỗi và có thiết bị (điện thoại, laptop). Theo kết quả nghiên cứu của tác giả Ngô Thị Châm (2016), đa số sinh viên bật 3G hoặc wifi 24/24 giờ và có thể cập nhật thông tin bất kỳ lúc nào có thông báo.

Như vậy, với tỷ lệ sinh viên sử dụng mạng xã hội Facebook và thói quen của họ trong quá trình sử dụng như trên có thể thấy, cơ hội của thư viện đại học trong việc tiếp cận tới sinh viên để quảng bá hình ảnh, dịch vụ của mình là rất lớn. Bằng việc tạo ra các trang Facebook, thư viện có thể tiếp cận với sinh viên ở bất cứ đâu, bất cứ khi nào, khi họ đang ở ký túc xá, đang ở quán café hoặc đang ăn trưa tại căng tin [Mack, D. et al, 2007].

2. THỰC TRẠNG CỦA VIỆC QUẢNG BÁ DỊCH VỤ THÔNG TIN - THƯ VIỆN THÔNG QUA FACEBOOK TẠI MỘT SỐ THƯ VIỆN ĐẠI HỌC Ở VIỆT NAM

Xác định được những tiện ích mà Facebook đem lại cho việc quảng bá dịch

vụ thông tin - thư viện và tính hiệu quả của nó, hiện nay hầu hết các thư viện của các trường đại học trên thế giới và Việt Nam đã triển khai sử dụng mạng xã hội Facebook cho công tác trên.

Chưa có công trình nghiên cứu hay số liệu thống kê về số lượng hoặc tỷ lệ thư viện đại học sử dụng mạng xã hội Facebook trong công tác quảng bá dịch vụ. Tuy nhiên, có thể tìm kiếm và thấy được rằng hầu hết các trường đại học lớn trên thế giới và Việt Nam đều có trang hoặc nhóm Facebook. Có thể kể đến các thư viện đại học trên thế giới như: Thư viện Đại học Yale (Mỹ), Thư viện Đại học Imperial College London (Anh), Thư viện Đại học Chicago (Mỹ),... và ở Việt Nam có thể kể đến như: Trung tâm Thông tin - Thư viện Đại học Quốc gia Hà Nội, Thư viện Tạ Quang Bửu (Đại học Bách Khoa Hà Nội), Thư viện Đại học Công nghiệp Tp. Hồ Chí Minh,...

Trong những năm gần đây, nghiên cứu về việc ứng dụng mạng xã hội Facebook trong hoạt động thông tin - thư viện tại Việt Nam đã được một số tác giả đề cập đến theo các hướng khác nhau như: nghiên cứu ứng dụng tiện ích của Facebook trong hoạt động điều tra, khảo sát; hỗ trợ tuyên truyền giới thiệu tài liệu, đào tạo kiến thức thông tin trực tuyến, marketing thông tin - thư viện [Bùi Thị Thu Hà, 2014]; nghiên cứu giải pháp phát triển hoạt động marketing qua mạng xã hội Facebook cho hệ thống thư viện công cộng [Chu Vân Khánh, 2018].

Trên cơ sở khảo sát, nghiên cứu trang Facebook thư viện của 30 trường đại học ở Việt Nam, bài báo tập trung nghiên cứu thực trạng ứng dụng mạng xã hội Facebook trong hoạt động của thư viện đại học theo hai hướng chính:

- Cách thức các thư viện tổ chức, tiếp cận và quảng bá dịch vụ thông tin - thư viện qua trang Facebook.

- Nội dung, tần suất, tính hiệu quả của việc đăng tải thông tin, sự kiện đăng tải trên trang Facebook của các thư viện.

2.1. Về cách thức tổ chức

Thông thường các tổ chức, cá nhân quản lý/xây dựng trang Facebook của mình theo 3 hình thức chính: trang cá nhân (personal profile), nhóm (facebook group) và trang (fanpage).

Hình thức trang cá nhân: Đại diện của thư viện sẽ thiết lập một trang Facebook cá nhân và đặt theo tên thư viện của trường. Hình thức này cho phép thư viện có thể chủ động kết bạn với các trang Facebook của sinh viên, thu hút lượt theo dõi trang của mình, phạm vi tiếp cận dễ dàng được mở rộng. Tuy nhiên, hình thức này có nhiều nhược điểm, nếu không điều chỉnh cài đặt hạn chế quyền đăng bài, gắn thẻ thì bất kỳ ai cũng có thể đăng tải thông tin lên hoặc gắn thẻ trang thư viện. Điều này dẫn đến việc thư viện không thể kiểm soát được thông tin đăng tải trên trang của mình, đặc biệt là các thông tin với mục đích quảng cáo, bán hàng online. Số người theo dõi chỉ giới hạn trong nhóm bạn bè. Hình thức này có thể thấy tại trang Facebook của một số thư viện như: Trung tâm Thông tin - Thư viện Đại học Sư phạm Hà Nội, Trung tâm Thông tin - Thư viện Đại học Quốc gia Hà Nội,...

Hình thức nhóm: Đại diện thư viện sẽ sử dụng trang Facebook cá nhân của mình để tạo lập một nhóm đặt theo tên thư viện và trang cá nhân này tồn tại với tư cách là quản trị nhóm, có thể mời một số trang cá nhân khác tham gia quản trị. Số người theo dõi là số thành viên tham gia nhóm, để có số lượng người theo dõi lớn thì quản trị viên và thành viên trong nhóm phải tiến hành thao tác mời người tham gia nhóm. Cũng giống như trang Facebook cá nhân, Facebook nhóm cũng có nhược điểm là nếu không điều chỉnh cài đặt hạn chế đăng bài, phê duyệt, gắn thẻ thì sẽ không kiểm soát được thông tin. Hình thức nhóm này có thể thấy được tại trang Facebook của Thư viện Đại học Hà Nội, Thư viện Đại học Sư phạm Hà Nội 2, ... Hình thức này phù hợp với các hội, nhóm, hiệp hội.

Hình thức trang: Để thiết lập một fanpage, đại diện thư viện sẽ phải tạo lập trang Facebook cá nhân, rồi đặt tên trang theo tên thư viện. Những người theo dõi trang là những người thực hiện thao tác “like” trang. Với thao tác này sinh viên không cần phải chờ quản trị trang xét duyệt đã có thể trở thành khách theo dõi trang. Để có được lượng theo dõi trang lớn, người quản trị sẽ thực hiện thao tác mời “like” hoặc nhờ các thành viên khác mời “like”. Bên cạnh đó, quản trị có thể sử dụng tính năng quảng cáo để thu hút lượt theo dõi. Với hình thức này, thư viện có thể chủ động trong việc đăng tin, bài, quảng bá dịch vụ thông tin - thư viện, tránh tình trạng tin không đúng mục đích của trang, tin quảng cáo. Ngoài ra, với hình thức này thư viện có thể tạo cho mình một giao diện trang thân thiện, bắt mắt.



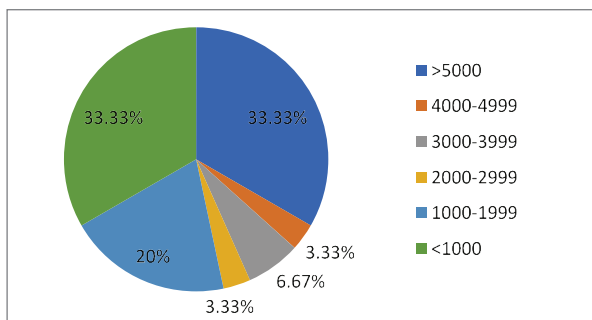
Hình 1. Fanpage của Trung tâm Thông tin - Thư viện Đại học Quốc gia Hà Nội

Khảo sát 30 trang Facebook thư viện đại học ở Việt Nam cho thấy, phần lớn các trang Facebook của thư viện các trường được tổ chức theo hình thức fanpage, một số tổ chức theo hình thức Facebook group, số ít tổ chức theo hình thức trang cá nhân. Có thư viện tổ chức theo hai hình thức như: Thư viện Đại học Hà Nội (fanpage và group), Trung tâm Thông tin - Thư viện Đại học Quốc gia Hà Nội (trang cá nhân, fanpage). Tỷ lệ thư viện sử dụng các hình thức trên được thể hiện dưới bảng sau:

Bảng 1. Tỷ lệ sử dụng hình thức Facebook của các thư viện

	Trang cá nhân	Nhóm	Trang
Số lượng	6	8	26
Tỷ lệ %	20	26,67	86,67

Để có thể tiếp cận được số lượng lớn sinh viên, các trang thư viện cần phải cố gắng thu hút được nhiều lượt theo dõi, với các hình thức trang Facebook tương ứng trên sẽ là số bạn bè, số thành viên trong nhóm, số lượt “like” fanpage. Càng có nhiều lượt theo dõi thì khả năng tiếp cận, quảng bá dịch vụ tới sinh viên càng lớn. Một số trang Facebook thư viện đại học có số lượt theo dõi lớn như: Thư viện Đại học Luật Hà Nội (15.435 lượt), Thư viện Đại học Thủy lợi (8.075 lượt). Tuy nhiên, một số trang Facebook của thư viện lại có lượt theo dõi thấp như: Thư viện Trường Đại học Giao thông Vận tải (762 lượt), Thư viện Trường Đại học Hà Tĩnh (330 lượt), Thư viện Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam (55 lượt). Số liệu thống kê lượt theo dõi từ 30 trang Facebook thư viện đại học được thể hiện dưới sơ đồ sau:



Hình 2. Thống kê lượt theo dõi một số trang Facebook thư viện đại học

Sơ đồ trên cho thấy, tỷ lệ các trang Facebook thư viện đại học có hơn 5.000 lượt theo dõi chỉ chiếm 33,33% trong khi số trang có lượt theo dõi dưới 1.000 lượt cũng chiếm 33,33%. Như vậy, khả năng tiếp cận tới sinh viên qua Facebook của nhiều thư viện vẫn còn hạn chế.

2.2. Nội dung, tần suất thông tin đăng tải trên trang Facebook của thư viện

** Nội dung thông tin*

Khi đã có trang Facebook của thư viện, để có thể triển khai hiệu quả việc tiếp cận và quảng bá dịch vụ tới sinh viên, nội dung thông tin được đăng tải được xem là yếu tố quan trọng. Qua khảo sát các trang Facebook của 30 thư viện trường đại học, thông tin được đăng tải trên các trang có thể được chia thành các nhóm sau:

N1 - Thông tin về sản phẩm, dịch vụ thông tin thư viện: Giới thiệu sách mới, hướng dẫn tra cứu, khai thác và sử dụng các sản phẩm dịch vụ khác.

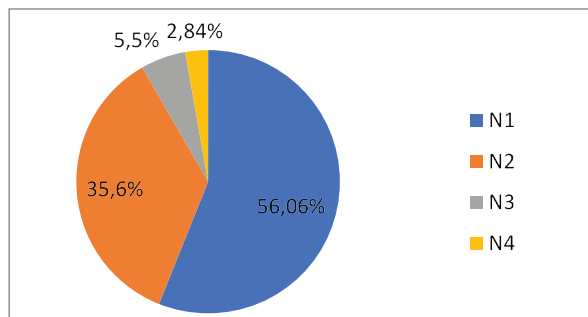
N2 - Thông tin về trường, về thư viện: các hình ảnh, sự kiện, thông báo của trường, của thư viện,...

N3 - Thông tin mang tính chất thời sự: ngày lễ, tin tức văn hóa, xã hội,...

N4 - Thông tin rác: Các thông tin mang tính chất quảng cáo, ...

Để đảm bảo chất lượng và hiệu quả của hoạt động tiếp cận và quảng bá dịch vụ thông tin - thư viện tới sinh viên, nội dung thông tin đăng trên các trang Facebook phải đảm bảo chuyên môn (Nhóm 1) và phải chiếm tỷ lệ lớn so với các lần đăng tải, đồng thời phải loại bỏ được các thông tin rác (Nhóm 4) và giảm bớt các thông tin thuộc nhóm 2, 3.

Kết quả khảo sát (bài đăng từ ngày 01/01/2020 đến hết ngày 15/3/2020) cho thấy, tổng số bài được đăng là 865 bài, trong đó tỷ lệ nội dung các bài đăng được chia theo các nhóm được thể hiện theo sơ đồ sau:

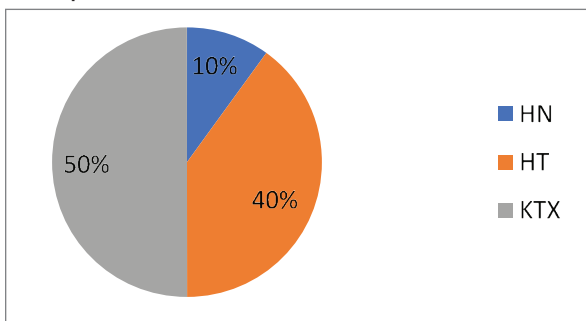


Hình 3. Tỷ lệ các nhóm nội dung thông tin được đăng tải trên trang Facebook của thư viện các trường đại học

Biểu đồ thể hiện các thông tin đăng tải thuộc nhóm 1 chiếm tỷ lệ lớn (56,06%). Tần suất đăng tải nội dung thông tin trên các trang Facebook của thư viện cũng là một yếu tố quyết định hiệu quả của việc quảng bá dịch vụ của thư viện tới sinh viên. Nếu tần suất đăng tải quá ít, sẽ khiến thông tin trở nên nghèo nàn, đôi khi sẽ bị sinh viên lãng quên. Nếu tần suất đăng tải quá nhiều, sẽ gây ra tâm lý nhàm chán và thông tin có thể bị trôi đi mà sinh viên không kịp cập nhật đầy đủ.

** Tần suất thông tin đăng tải*

Để nghiên cứu về tần suất đăng tải nội dung thông tin trên các trang Facebook của các thư viện đại học được khảo sát, tác giả chia tần suất đăng tải của các trang theo các mức: hằng ngày (HN), hằng tuần (HT), hằng tháng, không thường xuyên (KTX). Kết quả khảo sát như sau:



Hình 4. Tỷ lệ tần suất đăng bài trên các trang Facebook của thư viện các trường đại học.

Theo kết quả khảo sát, tỷ lệ các trang có tần suất đăng tải hàng ngày chỉ chiếm 10% (2/30 trang). Số các trang có tần suất đăng tải không thường xuyên chiếm số lượng lớn (50%), cá biệt có những trang trong một năm chỉ đăng 3 đến 5 bài, cho thấy tính hiệu quả chưa cao.

3. ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG TIẾP CẬN VÀ QUẢNG BÁ DỊCH VỤ THÔNG TIN - THƯ VIỆN THÔNG QUA FACEBOOK CỦA CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC Ở VIỆT NAM

Trên cơ sở nghiên cứu 30 trang Facebook của thư viện trường đại học, tác giả đưa ra một số giải pháp nhằm tăng cường tính hiệu quả của hoạt động tiếp cận và quảng bá

dịch vụ thông tin - thư viện tới sinh viên của các thư viện trường đại học qua trang Facebook.

Thứ nhất, về cách thức tổ chức trang Facebook. Với ba cách thức tổ chức trang được đề cập ở trên, thư viện trường đại học nên chọn phương thức trang, vì phương thức này cho phép thư viện tổ chức trang một cách khoa học hơn, giao diện thân thiện, chủ động trong việc kiểm soát thông tin, tránh thông tin rác và khả năng tăng lượt theo dõi cao. Trong trường hợp thư viện đã tổ chức trang Facebook theo hình thức trang cá nhân hoặc nhóm thì cần thực hiện các cài đặt cần thiết để có thể kiểm soát được thông tin đăng tải của các cá nhân hoặc các thành viên trong nhóm.

Thứ hai, để có thể tiếp cận hiệu quả tới sinh viên, các trang Facebook của thư viện cần phải có được số lượt theo dõi lớn. Để làm được điều này, thư viện cần sử dụng tính năng quảng cáo, hỗ trợ thu hút lượt theo dõi. Bên cạnh đó, việc quản trị trang giữ mối liên hệ với các nhóm, hội Facebook của sinh viên trong trường cũng rất cần thiết, bởi họ sẽ là người hỗ trợ thư viện trong việc mời thành viên trong nhóm, hội “like” trang.

Thứ ba, cần loại bỏ thông tin rác trên trang Facebook của thư viện. Ngoài ra, các thông tin thuộc nhóm 2, 3 (thông tin về hoạt động của trường, thông tin mang tính thời sự,...) cần hạn chế hơn để trang hoạt động đúng mục đích. Cần tập trung vào việc đăng các bài có nội dung mang tính giới thiệu, quảng bá các sản phẩm dịch vụ của thư viện.

Thứ tư, khi đã xây dựng trang Facebook, thư viện cần giao cho một hoặc một nhóm cụ thể phụ trách và đảm bảo việc đăng tin thường xuyên, đều đặn, tránh tình trạng đăng bài theo ngẫu hứng. Với một số trang thư viện có tần suất đăng bài quá nhiều cũng cần nghiên cứu để đảm bảo việc đăng bài đó được sinh viên cập nhật đầy đủ, không bị trôi bài. Trong trường hợp thư viện muốn đăng nhiều thông tin thì có thể chọn lọc thông tin theo nhóm và đăng theo dạng bộ sưu tập.

KẾT LUẬN

Việc xây dựng trang Facebook thư viện nhằm mục đích giới thiệu và quảng bá các sản phẩm, dịch vụ thông tin - thư viện tới sinh viên trong môi trường thư viện trường đại học Việt Nam là xu hướng phổ biến và đã được nhiều thư viện tiến hành và đem lại những hiệu quả nhất định. Đây là công cụ tiện lợi giúp sinh viên có thể dễ dàng, nhanh chóng tiếp cận được các thông tin về dịch vụ của thư viện, cũng như thông tin về các hoạt động của thư viện. Tuy nhiên, để hoạt động trên đạt hiệu quả, các thư viện cần có một bộ phận phụ trách việc quản trị trang để xây dựng được trang Facebook một cách khoa học, đồng thời quản lý được việc đăng tải thông tin diễn ra thường xuyên với những nội dung phản ánh đúng mục đích của trang và quảng bá dịch vụ thông tin - thư viện tới sinh viên.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Aslam, Salman (2020). Facebook by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts. Truy cập tại <https://www.omnicoreagency.com/facebook-statistics/>
2. Bùi Thị Thu Hà (2014). Mạng xã hội Facebook - phương tiện hữu ích hỗ trợ các hoạt động của các cơ quan thông tin - thư viện Việt Nam hiện nay. Tạp chí Thư viện Việt Nam, số 49.
3. Clement, J. (2020). Leading countries based on number of Facebook users as of January 2020. Truy cập tại <https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/>
4. Dương Thị Chính Lâm (2013). 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 khoa học Thư viện, Hà Nội, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn.
5. Mack, Daniel et al. (2007). Reaching students with Facebook: Data and Best Practices, Electronic Journal of Academic and Special Librarianship, v.8 no.2.
6. Nguyễn Nho Huy (2016). Một số vấn đề sử dụng mạng xã hội Facebook trong công tác quản lý sinh viên, Khoa học giáo dục, số 158.
7. Ngô Thị Châm (2016). Sử dụng mạng xã hội Facebook của sinh viên: nhìn từ kết quả khảo sát định tính tại một trường đại học tại Hà Nội, Xã hội học, số 4 (136).

(Ngày Tòa soạn nhận được bài: 10-3-2020; Ngày phản biện đánh giá: 15-5-2020; Ngày chấp nhận đăng: 15-7-2020).

Mời các tổ chức, đơn vị và cá nhân giới thiệu sản phẩm và dịch vụ khoa học và công nghệ trên Tạp chí Thông tin và Tư liệu

Thông tin và Tư liệu là tạp chí hàng đầu của ngành thông tin, tư liệu, thư viện và thống kê KH&CN Việt Nam, do Cục Thông tin khoa học và công nghệ quốc gia xuất bản. Là một cơ quan ngôn luận có uy tín trong ngành, Tạp chí Thông tin và Tư liệu đã được xếp vào danh mục các tạp chí khoa học chuyên ngành được tính điểm công trình khoa học quy đổi khi xét công nhận đạt tiêu chuẩn chức danh giáo sư và phó giáo sư. Với nội dung phong phú, thiết thực và chất lượng học thuật cao, Tạp chí luôn nhận được sự quan tâm của đông đảo bạn đọc là các nhà quản lý, nhà nghiên cứu, cán bộ chuyên môn và sinh viên trong ngành.

Tạp chí được phát hành trên toàn quốc với định kỳ 6 số/1 năm và luôn có mặt trong các cơ quan thuộc mạng lưới thông tin - thư viện các tỉnh, thành phố, các cơ quan nghiên cứu và nhà trường.

Các sản phẩm và dịch vụ khoa học và công nghệ thông qua Tạp chí sẽ được giới thiệu tới đông đảo người dùng cả nước với hiệu quả cao.

Mọi chi tiết xin liên hệ:

Tạp chí Thông tin và Tư liệu

24 Lý Thường Kiệt - Hà Nội - Điện thoại: 024.39349105 - Email: tapchititl@vista.gov.vn